

Dr. Abdulloh Fuadi, M.A

RELIGIUSITAS DARING

MENELISIK KELINDAN AGAMA
DAN TEKNOLOGI DIGITAL



Sanabil

RELIGIUSITAS DARING

Menelisik Kelindan Agama dan Teknologi Digital

Dr. Abdulloh Fuadi, M.A

RELIGIUSITAS DARING

Menelisik Kelindan Agama dan Teknologi Digital


Sanabil

Religiusitas Daring:
Menelisik Kelindan Agama dan Teknologi Digital
© Sanabil 2020

Penulis : Dr. Abdulloh Fuadi, M.A
Editor : Dr. Ahmad Asy'ari
Layout : Tim FTK
Desain Cover : Sanabil Creative

All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang Undang
Dilarang memperbanyak dan menyebarkan sebagian
atau keseluruhan isi buku dengan media cetak, digital
atau elektronik untuk tujuan komersil tanpa izin tertulis
dari penulis dan penerbit.

ISBN : 978-623-7881-92-6
Cetakan 1 : November 2020

Penerbit:
Sanabil
Jl. Kerajinan 1 Blok C/13 Mataram
Telp. 0370- 7505946, Mobile: 081-805311362
Email: sanabilpublishing@gmail.com
www.sanabil.web.id

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ~ v

KATA PENGANTAR DEKAN ~vi

PRAKATA ~viii

BAB 1 PENDAHULUAN ~1

- A. Latar Belakang ~1
- B. Rumusan Masalah ~10
- C. Tujuan Penelitian ~11
- D. Metode Penelitian ~11
- E. Kerangka Teoritik ~ 14

BAB 2. PEMBAHASAN ~23

- A. Individu Digital ~23
 - 1. Teknologi ~ 24
 - 2. Komunikasi ~ 34
 - 3. Ekspresi Diri ~ 48
 - 4. Komunitas Daring ~ 62
- B. Personalisasi Algoritmik Media Daring ~ 67
 - 1. Penyuntingan Web Algoritmik ~ 67
 - 2. Ragam Personalisasi Virtual ~ 80
 - 3. Efek Personalisasi Daring ~ 90
- C. Beragama dalam Kultur Daring ~108
 - 1. Penelusuran dan Identifikasi Religiusitas ~ 120
 - 2. PertautanAgamadan Internet ~ 157

BAB 3 PENUTUP ~202

DAFTAR PUSTAKA ~ 207

PENGANTAR DEKAN

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat & Salam semoga senantiasa terlimpah pada teladan agung Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya sampai hari kebangkitan kelak. Berkat rahmat dan hidayah Allah SWT, program penulisan buku ajar dan referensi telah dapat dirampungkan.

Kewajiban dosen untuk menulis dan memproduksi buku, baik buku ajar maupun buku referensi sejatinya sudah diatur dalam UU Nomor 12 tahun 2012 tentang perguruan tinggi dan UU Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen dan sejumlah regulasi lainnya. Pasal 12 UU No.12 tahun 2012 dengan tegas menyebutkan bahwa dosen secara perseorangan atau kelompok wajib menulis buku ajar atau buku teks yang diterbitkan oleh perguruan tinggi sebagai salah satu sumber belajar.

Kompetisi Buku Ajar dan Referensi (KOBAR) Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) UIN Mataram tahun 2020 adalah upaya Fakultas untuk berkontribusi dalam implemementasi undang-undang di atas, dimana secara kuantitatif, grafik riset dan publikasi dosen PTKI masih harus terus ditingkatkan. Tujuan lainnya adalah meningkatkan mutu pembelajaran dengan mewujudkan suasana akademik yang kondusif dan proses pembelajaran yang efektif, efisien dengan kemudahan akses sumber belajar bagi dosen dan mahasiswa. Publikasi ini juga diharapkan *men-support* peningkatan karir dosen dalam konteks kenaikan jabatan fungsional dosen yang ujungnya berdampak pada peningkatan status dan peringkat akreditasi program studi dan perguruan tinggi.

Secara bertahap, Fakultas terus berikhtiar meningkatkan kuantitas dan kualitas penerbitan buku. Pada tahun 2019 berjumlah 10 judul buku dan meningkat cukup signifikan tahun 2020 menjadi 100 judul yang terdistribusi dalam 50 judul buku ajar dan 50 judul buku referensi. Ikhtiar Fakultas tidak berhenti pada level publikasi, namun berlanjut pada pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dosen di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, sehingga tahun 2020 menghasilkan 100 HKI dosen.

Kompetisi buku ajar dan referensi tahun 2020 berorientasi interkoneksi-integrasi antara agama dan sains, berspirit Horizon Ilmu UIN Mataram dengan inter-multi-transdisiplin ilmu yang mendialogkan metode dalam *Islamic studies* konvensional berkarakteristik deduktif-normatif-teologis dengan metode *humanities studies* kontemporer seperti sosiologi, antropologi, psikologi, ekonomi, hermeneutik, fenomenologi dan juga dengan metode ilmu eksakta (*natural scincies*) yang berkarakter induktif-rasional. Dari 100 judul buku, terdapat 10 judul tematik yang menjawab problem epistemologis pendidikan Islam, terutama terkait misi Kementerian Agama RI seperti moderasi Islam (Islam *washathiyah*), pendidikan inklusi, pendidikan anti korupsi, pendidikan karakter, pendidikan multikultural, etno-pedagogik, pembelajaran DARING (dalam jaringan), pendidikan & isu gender, ragam pesantren (pesisir, enterprenuer), dan tema teraktual yaitu merdeka belajar dan kampus merdeka.

Mewakili Fakultas, saya berterima kasih atas kebijakan dan dukungan Rektor UIN Mataram Prof. Dr. H Mutawali, M.Ag dan jajarannya, kepada 100 penulis yang telah berkontribusi dalam tahapan kompetisi buku tahun 2020, dan tak terlupakan juga editor dari dosen sebidang dan penerbit yang tanpa sentuhan *zauqnya*, *performace* buku tak akan semenarik ini. Tak ada gading yang tak retak; tentu masih ada kurang, baik dari substansi maupun teknis penulisan, di ‘ruang’ inilah kami harapkan saran kritis dari khalayak pembaca. Semoga agenda ini menjadi *amal jariyah* dan hadirkan keberkahan bagi sivitas akademika UIN Mataram dan ummat pada umumnya.

Mataram, 29 Oktober 2020 M
12 Rabi’ul Awal 1442 H

Dekan



Dr. Hj. Lubna, M.Pd.

NIP. 196812311993032008

PRAKATA

Wacana seputar pertautan antara agama dan teknologi telah jamak diperbincangkan dan didiskusikan. Tetapi kehadiran teknologi digital yang sarat dengan nilai-nilai paradigmatik tertentu merupakan tantangan tersendiri yang belum pernah dialami peradaban manusia. Di sisi yang lain, perilaku keberagamaan manusia berevolusi mengikuti perkembangan peradaban. Maka diskursus religiusitas daring menjadi keniscayaan untuk dibahas dan dielaborasi secara luas dan mendalam untuk mengetahui dan memahami dimensi, karakteristik dan makna spiritualitasnya. Buku ini berupaya menguak sekaligus menyingkap keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh individu-individu digital, mengelaborasi berbagai dimensi nilai paradigmatik teknologi mutakhir, serta dampaknya pada perilaku keberagamaan manusia, baik secara individual maupun komunal. Kehadiran internet yang menyajikan dunia virtual mampu mentransformasikan agama tradisional, sehingga artikulasinya menjadi lebih personal dan sangat individual. Keniscayaan religiusitas daring menyimpan berbagai tantangan, bahkan mungkin kesempatan. Diskusi lanjutan tentang tema ini tentu sangat diperlukan, mengingat kebaruan wacana yang dibahas dalam buku ini serta memperhatikan perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh perkembangan dan kemajuan teknologi digital dapat terjadi dalam kurun waktu yang sangat singkat.



PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kristalisasi kultur digital sebagai muara teknologi mutakhir memengaruhi kehidupan manusia seluruh dunia, sekaligus menandai pergantian abad dan milenium. Sehingga awal abad 21 dan sekaligus awal milenium ketiga ini diisyaratkan oleh kecanggihan teknologi digital dengan kekuatan jaringan internet yang mampu mempertautkan manusia secara global dalam dunia virtual. Perilaku manusia pun berubah, tidak hanya dalam level pribadi, tetapi juga dalam interaksi sosial kemasyarakatan, bahkan perilaku keagamaan pun ikut terimbas. Perubahan yang sedemikian tak terhindarkan seiring dengan varian konteks historis. Perubahan berbagai perilaku dalam kehidupan manusia, mesti harus segera disadari sedini mungkin, berpadu padan dengan pergeseran paradigma. Ketika perilaku berubah, maka di saat yang bersamaan pola pikir juga mengalami pergeseran.

Paradigma kultur digital tentu berbeda dengan paradigma kultur analog. Orientasi oposisi biner begitu kental tertanam pada paradigma kultur digital. Sedang kultur analog lebih berorientasi korelasional. Dua istilah tersebut merujuk pada prinsip fundamental dalam membangun relasi antar elemen yang memberi bentuk pada dunia-kehidupan. Oposisi biner memperhadapkan dua hal yang terkategorisasikan secara terpisah dengan rigid: hitam/putih, benar/salah, barat/timur, atas/bawah, on/off. Kategorisasi ini diterapkan pada instrumen digital, seperti *like/dislike*, *friend/unfriend*, *comment/no comment*, *join/leave*. Dalam cakupan yang

lebih luas, berpikir digital, dengan demikian, berarti berpikir oposisi biner, seperti kawan/lawan, kita/mereka, dan sejenisnya. Sedang kultur analog sebagai kebalikannya, lebih mengedepankan relasi, korespondensi, spektrum, dan multiplisitas.¹

Baik dunia digital maupun dunia analog dibangun di atas prinsip-prinsip tertentu. Prinsip-prinsip yang terdapat dalam dunia digital diantaranya adalah sebagai berikut: ketepatan, presisi, kode biner, nilai numerik yang pasti, nilai tunggal, dan homogenitas. Sedang di sisi lain, prinsip-prinsip dalam dunia analog menunjukkan varian yang lain, diantaranya adalah sebagai berikut: koneksi, analogi, proporsi, angka ordinal atau serial, spektrum nilai, dan heterogenitas.

Dalam perspektif yang lebih luas, istilah digital dan analog juga merepresentasikan cara berpikir. Maka tersebutlah istilah ‘cara berpikir digital’ dan ‘cara berpikir analog’. Filsafat digital adalah filsafat yang ‘membagi yang satu menjadi dua’. Sedang filsafat analog adalah filsafat yang memikirkan dunia sebagai hubungan, spektrum, dan variasi berkelanjutan. Perbedaan cara berpikir adalah juga perbedaan cara kerja. Cara berpikir digital adalah ‘cara kerja politik’. Proses cara kerja ini adalah membedakan, memisahkan, mempertentangkan, memihak, mendominasi dan menguasai. Di sisi yang lain, cara berpikir analog adalah ‘cara kerja etik’. Proses cara kerja ini adalah menyatukan, menguniversalkan, tidak membeda-bedakan, dan pengakuan liyan dalam kebersamaan,

Setidaknya dalam kurun waktu dua dekade terakhir, dunia digital berhasil dengan gemilang memproklamirkan diri sebagai ciri khas peradaban. Ia mengepung kehidupan manusia dari segala sisi dan lini. Jaringan baru pun tercipta. Sebagai konsekuensi, terbentuk sebuah ikatan imajiner baru yang cara dan sistem kerjanya berbeda dengan jenis komunitas lain. Jenis komunitas itu dirujuk dengan istilah komunitas *online* (daring - dalam ruangan). Ia menyembul menyeruak

¹ Yasraf A. Piliang, *Digitalisasi dan Multiplikasi Perbedaan: Konsep ‘Difference’ dalam Cyberspace* (Bandung: Universitas Parahyangan, Makalah dalam seminar nasional filsafat ‘Implikasi Filosofis Kultur Digital’ 10 Desember 2017), 3.

ke permukaan mendampingi jenis komunitas purba yang bersifat alamiah, yaitu *offline* (luring – luar jaringan). Masing-masing jenis komunitas ini memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri sebagai akibat dari perbedaan karakteristik yang terdapat pada jaringan *online* dan *offline*.

Ioana Florea mempunyai catatan tersendiri terkait dengan karakteristik komunitas daring ketika melakukan penelitian antropologi secara virtual. Ia menyatakan:

- 1) Bahwa ruang virtual menawarkan instrumen khusus untuk mendefinisikan dan mengkategorisasikan '*insider*' (orang dalam) dan '*outsider*' (orang luar). Tujuannya adalah untuk mengkonstruksi dan memperlakukan identitas dan diferensiasi. Instrumen-instrumen tersebut diantaranya adalah isyarat bahasa, kata-kata kunci dalam menyambut atau menolak, gambar simbolik untuk dipahami hanya oleh '*insider*', pendaftaran akun resmi bagi '*insider*', topik debat yang telah ditetapkan, dan kategori informasi.
- 2) Dalam proses negosiasi antara orang dalam dan orang luar tersebut, perasaan aman pada beberapa pengguna di ruang virtual tertentu mencerminkan perasaan tidak aman terhadap orang lain;
- 3) Ruang virtual, sebagai ruang sosial, adalah realitas yang dikonstruksi secara sosial. Karena itulah batas-batas yang ada di dalamnya adalah riil dan tidak kalah nyata dibandingkan dengan batas sosial lainnya. Pada akhirnya ruang virtual juga menimbulkan pemisahan;
- 4) Di dalam batas-batas yang telah ditetapkan pada situs web, hubungan pengguna dengan konten yang ada pada situs web tersebut, serta hubungan antar pengguna bisa jadi sangat berbeda dan tidak selalu tercermin dalam sudut pandang pengelola situs web.²

²Ioana Florea, "Narrative Online and Offline Spaces. Field Notes From the Becoming of An Anthropologist," *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 1, no. 2 (2010): 116.

Keunikan dan kekhasan sebagaimana tersebut di atas menyiratkan bahwa teknologi digital tidaklah bebas nilai. Teknologi digital menyimpan nilai-nilai tertentu bawaan yang bisa jadi tidak semua pengguna menyadari keberadaannya. Anggapan teknologi yang bebas nilai sangat sering terdengar dengan ungkapan bahwa teknologi adalah teknologi. Ia tidak dipengaruhi oleh faktor apa pun di luar dirinya, semisal ideologis, politis, religious atau faktor-faktor lainnya. Teknologi yang diterapkan di belahan bumi yang lain, akan bekerja dengan cara dan mekanisme yang sama kala diterapkan di belahan bumi yang lain, selama tidak ada faktor yang memengaruhi kinerja teknologi tersebut.

Kaum determinis dan instrumentalis adalah mereka yang mempercayai bahwa teknologi bersifat dan bernilai netral. Mereka meyakini tentang pemisahan total antara sarana dan tujuan. Bagi penganut kedua paham ini, determinis dan instrumentalis, teknologi bersifat mandiri dan otonom. Teknologi tidak mempunyai nilai dalam dirinya sendiri. Perbedaan kedua paham tersebut adalah pada kendali perkembangan teknologi. Bagi kaum determinis, manusia tidak memiliki kontrol atas perkembangan teknologi. Sedang bagi kaum instrumentalis, teknologi dapat dikendalikan perkembangannya.

Berdiri para posisi yang berlawanan, kaum substantivis dan kritis menyatakan bahwa teknologi adalah sesuatu yang *value-laden* (sarat nilai). Perangkat teknologi mampu menciptakan dan membentuk cara hidup tertentu, serta menentukan tujuan. Bagi kaum substantivis, pemilihan teknologi oleh manusia tidak hanya karena sebuah tujuan, tetapi memilih teknologi adalah juga memilih gaya hidup. Nilai-nilai yang terkandung pada teknologi, semisal efisiensi atau kecepatan, dapat dan mampu mentransformasikan kehidupan manusia. Sedang bagi kaum kritis, nilai-nilai yang tertanam pada teknologi itu adalah spesifik sosial dan merupakan bentukan kultur tertentu. Dengan

demikian, teknologi dipandang tidak hanya sebagai alat atau instrumen, tetapi juga sebagai kerangka kerja untuk gaya hidup.³

Karena itulah, argumentasi kebebasnilaian teknologi adalah argumen yang simplistik. Teknologi tidaklah muncul dari ruang hampa dan ahistoris. Teknologi selalu berkelindan dengan konteks historis yang melatarbelakangi lahirnya sebuah artefak teknologi tertentu. Pandangan kaum substantivis dan kritis sangat nampak ketika memperbandingkan karakteristik yang terdapat pada komunitas *online* dan *offline*. Cara mendapatkan informasi di kedua ruang tersebut berlainan. Begitu pula cara berkomunikasi antar anggotanya. Perbedaan ini, sekali lagi, mempunyai dampak yang signifikan terhadap *worldview* (pandangan dunia) para partisipan komunitas, baik cara pandang kepada diri individu itu sendiri maupun cara pandang kepada dunia sekitar.

Salah satu dampak emosional dalam jaringan *online* yang memengaruhi sikap mental para anggota komunitas daring adalah sifat adiktif. Kecanduan itu terbentuk sedemikian rupa sehingga ikatannya menjerat sepanjang waktu. Daya tarik dari aktivitas komunitas daring mampu menyeret setiap anggota untuk terus terlibat tanpa mengenal jeda masa dan ruang. Salah satu kelebihan dan sekaligus titik kelemahan komunitas daring dibandingkan dengan komunitas luring adalah mengatasi ruang dan waktu sedemikian rupa, sehingga para anggotanya terjerat dalam keterlibatan tanpa batas. Dalam tahap tertentu, konektivitas tanpa putus dan terus-menerus itu menjadikan partisipan komunitas daring abai dan lalai terhadap komunitas luring yang bersifat alamiah.

Secara umum, terdapat lima jenis kecanduan yang berkaitan dengan internet:

- 1) *Computer addiction - computer game addiction*, yaitu kecanduan komputer - kecanduan permainan komputer;

³Rodica Mocan, "Digital Technology and The New Arts From The Philosophy of Technology Perspective," *EKPHRASIS: Aftermaths of Critical Theory* 1 (2018): 99–100.

- 2) *Information overload - web surfing addiction*, yaitu informasi yang berlebihan - kecanduan berselancar web;
- 3) *Net compulsions - online gambling or online shopping addiction*, yaitu kompulsi internet - perjudian daring atau kecanduan belanja daring;
- 4) *Cybersexual addiction - online pornography or online sex addiction*, yaitu kecanduan cyberseksual - pornografi daring atau kecanduan seks daring;
- 5) *Cyber-relationship addiction - an addiction to online relationships*, yaitu kecanduan hubungan dunia maya- ketagihan hubungan daring.⁴

Dari kelima jenis kecanduan tersebut, ketika seseorang kecanduan dengan media sosial, dirujuk dengan istilah *social networking sites* (SNS) (situs jejaring sosial), maka ia termasuk ke dalam kategori terakhir, yaitu *cyber-relationship addiction*. Hal tersebut dikarenakan tujuan dan motivasi utama menggunakan situs jejaring sosial adalah untuk membangun dan memelihara hubungan daring dan luring. Hubungan sosial yang telah dibangun dalam dunia di luar jaringan, diperkuat dan dipertegas dengan menciptakan hubungan tersebut dalam dunia di dalam jaringan. Komunikasi yang terbangun secara luring pun terakomodasi secara *online* dengan tingkatan komunikasi yang tak lagi terbatas.

Satu hal lain yang juga patut diberikan perhatian terkait komunitas baru ini adalah tentang keakuratan informasi yang tersebar secara luas di dunia virtual. Otentisitas sumber mengalami kerancuan. Akurasi data pun dipertanyakan. Dampak dari keadaan yang demikian adalah tumbuh suburnya informasi palsu (*fake information*), yang kemudian dirujuk dengan istilah *hoax*. *Hoax* adalah istilah untuk menggambarkan dan merujuk pada suatu berita yang palsu, bohong, fitnah, atau sejenisnya yang kemudian disebarluaskan secara sengaja

⁴Daria J. Kuss and Mark D. Griffiths, "Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature," *International Journal of Environmental Research and Public Health* 8 (2011): 3529.

oleh pihak tertentu dan dilatarbelakangi dengan tujuan tertentu pula.⁵ Persebaran berita-berita palsu ini pun akan semakin mudah dan cepat dengan perkembangan teknologi informasi yang setiap saat meningkat dengan drastis, baik dalam hal kecanggihannya maupun volume kuantitasnya. Kecanggihan teknologi digital itu bahkan dapat mencapai tahap yang sebelumnya tidak terbayangkan perwujudannya dalam waktu dekat. Kecanggihan teknologi itu berdampak kepada kecanggihan informasi yang tercakup di dalamnya, kemudian berdampak pula kepada kecanggihan jenis informasi palsu yang dapat diproduksi oleh teknologi tersebut.

Berbagai solusi pun ditawarkan melalui literasi informasi demi menghindari penyandaran kepada berita palsu. Salah satu solusi itu terangkai dalam istilah *Empowering 8* (E8). Kedelapana poin tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Identifikasi topik atau subyek, sasaran audiens, format yang relevan, dan jenis-jenis sumber.
- 2) Eksplorasi sumber dan informasi yang sesuai dengan topik atau subyek.
- 3) Seleksi dan merekam informasi yang relevan, serta mengumpulkan berbagai kutipan yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas.
- 4) Mengorganisasi, mengevaluasi dan menyusun informasi menurut susunan yang logis. Kemudian membedakan antara fakta dan pendapat, serta menggunakan alat bantu visual untuk membandingkan dan mengkontraskan informasi yang didapat.
- 5) Penciptaan informasi dengan menggunakan kata-kata sendiri, edit, dan pembuatan daftar pustaka.
- 6) Presentasi, diseminasi atau display informasi yang didapatkan untuk menunjukkan perbandingan dari kedua kelompok pemberitaan sehingga dapat dinilai tingkat akurasinya.

⁵Yolan Priatna, "Hoax: Sebuah Tantangan Masyarakat Informasi," *Record and Library Journal* 4, no. 2 (2018): 95.

- 7) Penilaian *output*, berdasarkan masukan yang diperoleh dari orang lain.
- 8) Penerapan masukan, penilaian, dan pengalaman yang diperoleh untuk kegiatan yang akan datang. Kemudian penggunaan kerangka pengetahuan yang diperoleh untuk berbagai situasi yang akan dihadapi.⁶

Efek yang ditimbulkan akibat penyebaran informasi yang tidak terfilter secara akurat tersebut tidak hanya berdampak secara individual, tetapi dapat berpengaruh secara komunal. Bahkan diseminasi informasi *hoax* yang dilakukan secara masif, entah dengan cara disengaja maupun tidak, memunculkan efek yang luar biasa. Diantara implikasi tersebut adalah rapuhnya kepercayaan terhadap suatu entitas kebenaran. Bila hal ini terjadi, maka konstruksi kesadaran palsu pada diri individu atau sebuah komunitas akan terbentuk dengan sendirinya. Saat kesadaran palsu itu tercipta, akal sehat bisa hilang. Sistem menjadi tertutup dan rapat. Individu atau komunitas tersebut pada akhirnya bisa menjadi korban cuci otak, karena kehilangan hubungan dengan kenyataan yang lebih luas yang ada di luar lingkaran mereka.⁷

Jika demikian yang bisa berlaku pada komunitas *online*, lalu bagaimana dengan aspek keberagaman yang juga terkena dampak dari kemajuan teknologi digital? Maka pada kurun waktu dekade terakhir, muncul istilah yang menggambarkan wacana pertautan agama dengan kehidupan peradaban manusia mutakhir yang dipenuhi oleh teknologi digital itu. Istilah tersebut adalah *digital religion* (agama digital). Konsep ini merujuk ke agama yang dibentuk dengan cara-cara baru melalui media dan kultur digital. *Digital religion* merupakan ruang teknologi yang mempertautkan antara agama yang dipraktikkan

⁶Vibriza Juliswara, “Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial,” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 4, no. 2 (2017): 155.

⁷F. Budi Hardiman, *Seni Memahami – Hermeneutik Dari Schleiermacher Sampai Derrida* (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 220.

secara daring dan luring. Gambaran ini sejalan dengan pemahaman tentang pertautan antara religiusitas *online* dan *offline* yang terintegrasikan. *Digital religion* adalah sebagai gambaran formulasi dan bentuk agama yang berbeda dengan era sebelumnya yang belum terdigitalisasi, atau era analog. Datangnya era digital membawa konsekuensi yang tidak sedikit terhadap perubahan yang terjadi pada perubahan perilaku religiusitas manusia modern.⁸

Sejak kelahirannya hingga beberapa dekade terakhir, agama selalu mengejawantahkan dirinya dalam realitas fisik yang terealisasikan secara indrawi. Berbagai praktik keberagamaan yang dilangsungkan dan dilaksanakan oleh orang-orang beragama selalu berada dalam dunia *offline*. Dalam konteks yang demikian, religiusitas terbangun dan terbentuk melalui pengalaman indrawi, sehingga tubuh menjadi salah satu elemen fundamental dalam menegakkan ajaran-ajaran agama yang dianut oleh seseorang.

Bagi agama, makna diartikulasikan melalui keyakinan, cerita, ritual, etika, dan pengalaman yang tak terlukiskan, dimana semuanya itu dilakukan dengan sarana jasmani. Karena itulah, dapat dinyatakan secara eksplisit bahwa tidak ada studi agama yang selama ini telah dilakukan tanpa mempelajari tubuh. Pengalaman keagamaan adalah pengalaman tubuh yang tidak dapat disederhanakan. Maka tidak ada komponen kehidupan religius yang tidak melekat pada tubuh.⁹ Bahkan hal-hal yang terkait dengan spekulasi teologis dan metafisik yang paling abstrak pun diinformasikan oleh pengalaman indrawi dan bersifat duniawi. Tubuh juga memiliki peranan fundamental dalam pelaksanaan ritual, pemilihan tindakan dan perilaku, bahkan pemakaian jubah untuk melambangkan otoritas dan posisi. Perbedaan gender dan jenis kelamin pun memengaruhi perilaku, pemikiran, dan pengalaman religius.

⁸Heidi Campbell and Forrest Rule, *The Practice of Digital Religion* (Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016), 2.

⁹David Cave and Rebecca Sachs Norris, *Religion and the Body: Modern Science and the Construction of Religious Meaning* (Leiden: Brill, 2012), 3.

Gambaran tubuh secara individual di atas juga tercermin serupa pada tubuh kolektif orang-orang beragama. Sekelompok orang beragama yang memiliki pikiran dan kehendak yang sama, mengartikulasikan dinamika fisik dan mental tersebut secara massal. Praktik ritual keagamaan, meskipun bisa dilaksanakan secara individual, tetapi daya magisnya mencapai tingkat tertentu yang unik dan khas kala dilaksanakan secara bersama-sama. Tubuh kolektif semacam itu menciptakan suatu kesadaran religius yang mampu mengikat secara erat sebuah komunitas agama. Maka hampir tidak ada agama tanpa praktik keagamaan secara kolektif.

Keberagamaan secara luring memang masih akan berlangsung pada orang-orang beragama, tetapi keberagamaan secara daring kini semakin menunjukkan wujud dan bentuknya yang unik. Kemajuan peradaban mutakhir dengan teknologi digitalnya mampu menciptakan praktik-praktik keberagamaan baru yang belum pernah terjadi pada era yang lalu. Dengan demikian, suatu pembahasan khusus diperlukan guna menguak lebih dalam pertautan agama dan teknologi kontemporer. Hal ini diperlukan karena terdapat kekhasan tersendiri yang melekat pada religiusitas daring.

B. RUMUSAN MASALAH

Wacana seputar religiusitas daring patut menjadi catatan tersendiri guna mengungkap sekaligus menyingkap kelindan agama dan teknologi digital. Dalam tema besar itu, setidaknya terdapat tiga pembahasan utama yang diajukan dalam penelitian ini untuk dielaborasi secara lebih luas dan mendalam. Ketiga pembahasan tersebut sekaligus bertindak sebagai rumusan masalah untuk acuan eksplorasi naratif. Tiga masalah yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran individu digital yang merupakan anggota dari komunitas daring?

2. Apakah nilai-nilai paradigmatik yang terkandung dalam teknologi digital?
3. Bagaimanakah perilaku keberagamaan berlangsung dalam kultur daring?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan tiga poin di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendiskripsikan individu-individu terkini yang telah terdigitalisasi sebagai akibat dari partisipasi aktif dalam komunitas daring.
2. Mengungkap nilai-nilai paradigmatik yang tertanam secara bawaan (*built in*) pada teknologi digital yang ada di berbagai media daring.
3. Menguraikan dan mengelaborasi berbagai perilaku religiusitas daring yang terjadi dalam kultur yang terbentuk oleh teknologi digital.

D. METODE PENELITIAN

Penelitian kepustakaan (*library research*) menjadi prosedur utama dalam penelitian ini. Pada jenis penelitian kepustakaan, data-data, bahan dan informasi yang diperoleh berasal dari berbagai macam materi yang terdapat di perpustakaan, seperti dokumen, buku, dan artikel jurnal ilmiah. Penelitian kepustakaan mempunyai empat ciri utama, yaitu:

- 1) Peneliti berhadapan langsung dengan teks atau data angka dan bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan atau saksi mata berupa kejadian, orang atau benda-benda lainnya;
- 2) Data pustaka bersifat siap pakai. Artinya peneliti tidak pergi ke mana-mana, kecuali hanya berhadapan langsung dengan bahan sumber yang sudah tersedia di perpustakaan;

- 3) Data pustaka umumnya adalah sumber sekunder, dalam arti bahwa peneliti memperoleh bahan dari tangan kedua dan bukan data orisinal dari tangan pertama di lapangan. Karena itulah sumber Pustaka sedikit banyak mengandung bias (prasangka) atau titik pandangan orang yang membuatnya;
- 4) Kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Peneliti berhadapan dengan informasi statik dan tetap. Artinya kapan pun ia datang dan pergi, data tersebut tidak akan pernah berubah karena ia sudah merupakan data mati yang tersimpan dalam rekaman tertulis.¹⁰

Berdasarkan ciri-ciri di atas, *library research* yang dilakukan dalam penelitian ini juga dilaksanakan di perpustakaan. Tetapi makna perpustakaan di sini bukanlah sebuah bangunan fisik, tetapi lokus tempat penyimpanan data yang siap pakai. Data pustaka yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar berupa dokumen digital. Karena itulah penelusuran terhadap data pustaka digital dilakukan di dunia maya dengan mengunjungi berbagai situs dan website yang menyimpan data pustaka yang sesuai dengan tema penelitian ini. Penelusuran tersebut telah diupayakan dilakukan semaksimal mungkin sehingga diharapkan bisa menggapai data-data pustaka yang diinginkan, yaitu yang sifatnya mutakhir serta memiliki kapasitas dan kualitas tingkat global.

Sumber data pada penelitian kepastakaan ini dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data pokok yang langsung dikumpulkan peneliti dari objek penelitian, yaitu buku atau artikel yang menjadi objek dalam penelitian ini. Sedangkan sumber sekunder adalah sumber data tambahan yang menurut peneliti menunjang data pokok, yaitu buku atau artikel yang berperan sebagai pendukung buku atau artikel primer untuk menguatkan konsep yang ada di dalam buku atau artikel primer. Dalam penelitian ini, sumber data primer berdasarkan

¹⁰Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 4–5.

pada tema pokok tentang tiga pembahasan utama yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu individu digital, personalisasi algoritmik media daring dan religiusitas dalam kultur daring. Sedangkan sumber data sekundernya berdasarkan perluasan dan pendalaman elaborasi dan eksplorasi reflektif dan kritis pada tiga pembahasan utama tersebut. Diharapkan sinergitas antara sumber data primer dan sekunder ini dapat menghadirkan pembahasan yang baik.

Peneliti berupaya memenuhi dua kriteria utama dalam pemilihan sumber data, yaitu: a) prinsip kemutakhiran (*recency*); b) prinsip relevansi (*relevance*).¹¹ Untuk memenuhi kedua kriteria tersebut, maka peneliti menelusuri berbagai sumber (*sources*) untuk mendapatkan informasi yang dikehendaki, baik yang terkait langsung dengan topik penelitian ini maupun yang tidak berkaitan secara langsung. Untuk memastikan kemutakhiran data, yang peneliti lakukan adalah dengan memperhatikan tahun terbit data, terutama pada artikel-artikel jurnal ilmiah. Sedang untuk memastikan relevansi, peneliti membuat dua patokan, yaitu mengacu kepada tiga pembahasan utama yang dieksplorasi dalam penelitian ini, dan dengan memperhatikan ahli-ahli utama dan akademisi yang berada pada barisan terdepan dalam pembahasan yang sedang dielaborasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kepustakaan ini adalah dengan tiga cara, yaitu: 1) *Editing*: pemeriksaan kembali data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan, kejelasan makna dan keselarasan makna antara yang satu dengan yang lain; 2) *Organizing*: mengorganisir data yang diperoleh dengan kerangka yang telah ditetapkan; 3) *Finding*: melakukan analisis lanjutan terhadap hasil pengorganisasian data dengan menggunakan kaidah-kaidah, teori dan metode yang telah ditentukan, sehingga ditemukan kesimpulan yang merupakan hasil jawaban dari rumusan masalah. Teknik pengumpulan data ini peneliti lakukan sebagai langkah praktis dan

¹¹ Nursapia Harahap, *Penelitian Kepustakaan* (Jurnal Iqra', volume 08 no 01, Mei 2014), h. 69.

pragmatis, sehingga data-data dapat terkumpul dan dianalisa dengan baik.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kepustakaan ini bergerak dalam tiga pola, yaitu: 1) Deduktif: pemikiran yang bertolak pada fakta-fakta yang umum kemudian ditarik pada suatu kesimpulan yang bersifat khusus; 2) Interpretatif: menginterpretasikan suatu makna ke dalam makna normatif; 3) Komparatif: membandingkan objek penelitian dengan konsep pembanding. Ketiga pola tersebut peneliti lakukan dalam rangka menganalisa berbagai data yang peneliti kumpulkan. Dengan melakukan pola deduktif, peneliti menganalisa wacana yang cakupannya luas dan umum, untuk peneliti tarik secara khusus sehingga menjadi sesuatu yang khas sesuai dengan tema yang sedang dibahas. Dengan melakukan pola interpretatif, peneliti menafsirkan makna dan nilai yang terdapat pada setiap data hingga menjadi sesuatu yang dapat dipahami secara baik. Dengan melakukan pola komparatif, peneliti membandingkan ragam dan varian konsep yang sesuai dengan obyek penelitian ini.

E. KERANGKA TEORITIK

Bila ditilik dari ranah sejarah, kultur digital yang dialami peradaban manusia saat ini adalah hasil dari proses panjang perjalanan teknologi. Beberapa fase berikut ini menggambarkan betapa manusia, sebagai *homo faber* atau 'hewan-yang-menggunakan-alat', sejak sedari awal berkehendak untuk melakukan ekstensi operasional tubuh, kemudian berlanjut ke ekstensi sistem syaraf, dan masa mutakhir menandakan geliat manusia dalam hal ekstensi imajinasi:

1. Fase penggunaan otot, yang diperkirakan terjadi 1 juta tahun yang lalu, menghasilkan alat bantu berupa batu, palu, tombak, busur, dan sejenisnya.

2. Fase penggunaan binatang, air, dan angin, yang diperkirakan terjadi 3000 SM hingga 1700 M, menghasilkan alat pembajak, gerobak, kincir, perahu layar, huruf dan percetakan.
3. Fase penggunaan uap, pembakaran dan listrik, yang diperkirakan terjadi 1700 M hingga 1940 M (biasanya disebut dengan revolusi industri), menghasilkan listrik, mesin uap atau bakar, pesawat terbang, foto, dan film.
4. Fase penggunaan nuklir, elektronik, dan matahari, yang diperkirakan terjadi 1940-an M hingga 2000 M (biasanya disebut dengan revolusi energi), menghasilkan pesawat ruang angkasa, televisi, nuklir, komputer.
5. Fase teknologi informasi, yang semakin berkembang pada abad 21 ini (biasanya disebut dengan revolusi informasi), menghasilkan gejala *cyberspace*, yaitu sebuah ruang artifisial dan virtual yang dibangun oleh bit-bit di dalam sistem komputer.¹²

Fase-fase di atas sesungguhnya tidak hanya menunjukkan perkembangan teknologi semata, tetapi berkelindan di dalamnya unsur pola pikir, paradigma, dan budaya yang saling berinteraksi dan memberikan pengaruh. Perubahan secara radikal dan revolusioner dalam sistem teknologi manusia terjadi saat paradigma saintifik menemukan muaranya.

Frederick Ferre menjelaskan perubahan radikal teknologi secara paradigmatis itu terjadi, yaitu dari paradigma teknologi pra modern ke paradigma teknologi modern. Karakteristik teknologi pra modern setidaknya ditandai oleh tiga hal:

1. Teknologi itu didasarkan pada metode-metode yang didapatkan secara coba-coba atau *trial and error*, yang dilestarikan oleh tradisi dan patokan. Kunci dari teknologi pra modern adalah nalar praktis. Nalar praktis adalah kapasitas untuk merancang, mengenali, dan mengulangi metode-metode yang efektif dalam

¹² Alfathri Adlin, "Kata Pengantar", dalam Budi Hartanto, *Dunia Pasca-Manusia – Menjelajah Tema-Tema Kontemporer Filsafat Teknologi* (Depok: Kepik, 2013), ix.

mencapai tujuan ruhaniah yang diimpikan. Teknologi itu diciptakan dan disebar, lalu dilestarikan secara turun-temurun. Metode-metode tersebut begitu berharga karena mereka mendapatkan dan mengabadikan 'kebetulan-kebetulan' yang menyenangkan dari penemuan masa lalu itu.

2. Teknologi pra modern secara umum tidaklah didasarkan pada ketepatan. Nalar praktis bekerja pada perkiraan, tanpa instrumen presisi. Setelah berlangsung dalam tradisi yang stabil, perkiraan-perkiraan itu menjadi berimbang dan akhirnya menghilangkan kesalahan-kesalahan acak. Akumulasi dari pengetahuan praktis inilah yang membebaskan Eropa sehingga mampu menciptakan dunia modern.
3. Pada teknologi pra modern, teori mengikuti keberhasilan praktis, bukan sebaliknya, yaitu mengarahkannya. Teknologi pra modern berdasarkan pada pengetahuan praktis bahwa sesuatu itu berjalan atau bekerja, bukan mengapa ia berjalan atau bekerja.

Paradigma saintifik merubah teknologi secara dahsyat. Dasar intelektualnya adalah mengimplikasikan nalar teoritis kepada nalar praktis, yaitu sebuah pemikiran yang didasarkan pada teori ketepatan yang dibangun atas dasar logika dan verifikasi empiris. Berdasarkan pada hal itu, Ferre mencatat adanya tiga perbedaan dengan model pencangkakan semacam ini:

1. Teori yang dapat diverifikasi mengarahkan praktik teknologi. Maka yang praktis adalah belajar teori, serta menginvestigasi dan menemukan bagaimana mematuhi alam dalam rangka mengaturnya.
2. Cita teoritis terhadap presisi menggantikan ekspektasi 'cukuplah dekat' dari seni-seni praktis. Pada teknologi pra modern, tidak ada ketepatan seratus persen. Sedangkan hal tersebut, yaitu presisi yang utuh dan bulat, adalah cita teoritis teknologi modern.
3. Penemuan atas metode penemuan. Teknologi tidak lagi diciptakan dengan percobaan-percobaan menyenangkan yang didasarkan pada suatu krisis atau kebutuhan, untuk kemudian

dilestarikan oleh tradisi. Teknologi modern dikembangkan oleh dugaan teoritis tentang apa yang sepatutnya dan sebaiknya terjadi, apa yang mungkin untuk dilakukan dan dibuat.¹³

Perubahan secara mendasar di atas, diperkuat lagi oleh Don Ihde, sebagaimana dikutip oleh Budi Hartanto, kala mewacanakan relasi antara manusia dan teknologi. Post-fenomenologi, atau disebut juga fenomenologi instrumentasi, adalah istilah yang dipakainya untuk menyebut sistem relasional manusia dan instrumen teknologi sebagai moda eksistensial dalam memahami dunia. Metode fenomenologi ini menempatkan instrumen sebagai ekstensi dari kapabilitas indrawi tubuh manusia. Pengalaman indrawi manusia secara intensional dan perseptual berekstensi lewat artefak teknologi. Dengan demikian maka peran instrumen menjadi sentral bagi manusia dalam memahami dunia. Ia menjadi jembatan penghubung antara manusia dan dunia. Di sinilah peralihan dari fenomenologi ke post-fenomenologi.

Dari beberapa bentuk relasi antara manusia dan teknologi sebagai instrumen, setidaknya terdapat dua macam bentuk relasi yang cukup memengaruhi horizon kehidupan, yaitu *embodiment relation* (relasi kemenubuhan), dan *hermeneutical relation* (relasi hermeneutis). Relasi kemenubuhan terjadi kala instrumen dipahami sebagai bagian dari tubuh. Di sini, kapabilitas tubuh meluas melampaui potensi-potensi alamiahnya. Instrumen teknologi menjadi medium tubuh dalam rangka memahami dunia. Diagram di bawah menggambarkan relasi kemenubuhan:

(Manusia → Instrumen) → Dunia

Dalam relasi yang demikian, realitas kehidupan dipahami dan dimengerti keberadaannya melalui instrumen. Contoh sederhana adalah penggunaan teleskop oleh para saintis. Tanpa alat pembesar itu, mata manusia tidak bisa menyadari eksistensi sesuatu yang tak

¹³ Frederick Ferre, 'Toward a Postmodern Science and Technology', dalam David Ray Griffin (edt.), *Spirituality and Society- Postmodern Visions* (New York: State University of New York Press, 1988), 134-136.

dapat diindra olehnya. Dengan instrumen itulah manusia memahami realitas yang dapat dijangkaunya. Namun di saat yang bersamaan, sesungguhnya realitas itu tereduksi. Instrumen teknologi memang menyingkap makna baru sebuah realitas, namun pada saat yang sama ia mereduksi pengalaman indrawi yang lain. Pengalaman menelepon seseorang adalah contoh yang lain. Tubuh, dalam hal ini, tereduksi hanya sebagai suara yang hadir melalui instrumen teknologi. Dengan demikian, *embodiment relation* secara intensional mentransformasikan persepsi-persepsi.

Hermeneutical relation (relasi hermeneutis) menandai relasi yang terpisah antara manusia dengan instrumen. Realitas yang muncul dan dapat terpahami oleh manusia direpresentasikan oleh instrumen itu sendiri. Dalam relasi yang demikian, pembacaan dan penafsiran diperlukan. Contoh sederhana adalah termometer. Realitas yang direpresentasikan oleh instrumen ini hanya dapat dipahami secara perseptual-hermeneutis. Suhu, yang biasanya dapat dirasakan dalam relasi kemenubuhan, mewujud sebagai yang termediasikan. Diagram berikut ini menunjukkan relasi hermeneutis:

Manusia \longrightarrow (Instrumen \longrightarrow Dunia)

Dalam struktur yang demikian, realitas tereduksi dalam teks, simbol dan angka yang dengannya ia mewujud. Realitas indrawi yang dikonstruksikan oleh instrumen memerlukan pembacaan secara perseptual-hermeneutis.¹⁴

Uraian filosofis di atas dapat dihadirkan dalam wacana keberagamaan, karena komunitas daring yang dibangun oleh para pemeluk agama tidak hanya digunakan untuk berbagi minat atau informasi religius yang sama. Internet adalah juga merupakan tempat untuk menelusuri dan mencari informasi tentang agama di satu sisi, dan di sisi lain juga berperan untuk mempraktikkan ritual keagamaan. Realitas semacam ini dapat dirujuk ke dua konsep yang terlihat mirip tetapi berlainan, yaitu konsep *religion online* dan *online religion*.

¹⁴ Budi Hartanto, *Dunia Pasca-Manusia – Menjelajah Tema-Tema Kontemporer Filsafat Teknologi* (Depok: Kepik, 2013), 4-9.

Konsep yang pertama mengacu kepada ketersediaan beragam informasi keagamaan di internet, sedang konsep yang kedua merujuk kepada praktik keberagaman yang dilakukan secara *online*.

Secara definitif, Young memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan *religion online* adalah sebagai berikut:

Religion online provides the interested web traveler with information about religion: doctrine, polity, organization, and belief; service and opportunities for service; religious books and articles; as well as other paraphernalia related to one's religious tradition or quest.

Di sisi lain, *online religion* menampilkan posisi yang berbeda. Young mendefinisikannya sebagai berikut:

Online religion invites the visitor to participate in the religious dimension of life via the web; liturgy, prayer, ritual, meditation, and homiletics come together and function with the e-space itself acting as church, temple, synagogue, mosque, and grove.¹⁵

Dengan demikian, *religion online* berfungsi untuk memberikan informasi tentang agama, sedang *online religion* memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan. *Religion online* merupakan komunikasi satu arah, sedangkan *online religion* ditandai oleh komunikasi timbal balik.

Sebelumnya, sekitar akhir tahun 1990an, muncul konsep yang mencoba menjelaskan keterkaitan antara agama dan ruang maya (*cyberspace*), maka muncullah istilah *cyber-religion*. Keberadaan konsep *cyber-religion* adalah dalam rangka menjelaskan masuknya agama ke batas baru ruang maya (*cyberspace*) di dalam dunia yang tidak begitu nyata yang diciptakan oleh teknologi realitas virtual. Konsep ini digunakan untuk menggambarkan jenis baru dari komunitas dan ritual keagamaan yang menyorankan aliansi antara teknologi komputer dan agama. Hal ini dilakukan sebagai bentuk eksperimen membawa kehidupan spiritual ke dunia maya.

¹⁵Glenn Young, "Reading and Praying Online: The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity," in *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan (New York: Routledge, 2004), 94.

Dengan demikian, konsep *cyber-religion* menyediakan cara untuk mengeksplorasi dan mempertanyakan asumsi tradisional dan pemahaman agama saat terlibat dengan konteks budaya dan teknologi baru. Namun pada akhirnya konsep ini menjadi wacana yang tak terbentuk. Ditambah lagi dengan fakta bahwa kaitan antara agama dan konsep tentang *cyberspace* (ruang maya) dan *virtuality* (virtualitas) sering membangkitkan asumsi bahwa *cyber-religion* didasarkan pada bentuk religiusitas yang tidak lengkap atau palsu. Sejak saat itu istilah ini jarang digunakan.¹⁶

Pada dekade terakhir, muncul istilah yang serupa dengan dua konsep yang telah dibahas, *religion online* dan *online religion*, yaitu *digital religion*. Konsep ini merujuk ke agama yang dibentuk dengan cara-cara baru melalui media dan kultur digital. *Digital religion* merupakan ruang teknologi yang mempertautkan antara agama yang dipraktikkan secara *online* dan *offline*. Gambaran ini sejalan dengan pemahaman tentang komunitas *online* dan *offline* yang terintegrasikan. Dengan demikian, konsep *digital religion* mencakup dua konsep sebelumnya, yaitu *religion online* and *online religion*.

Terdapat dua pandangan berkenaan dengan hubungan antara komunitas religius *online* dan *offline*. Menurut pandangan kontinuitas dan komplementari, komunitas religius *offline* dibingkai ulang, dibentuk dan didukung oleh praktik *online*. Sedangkan pandangan yang sebaliknya menganggap bahwa komunitas *online* menggusur dan bahkan mengganti komunitas *offline*. Adanya dua pandangan yang berbeda tentang hubungan antara komunitas religius *online* dan *offline* ini menunjukkan bahwa efek yang dimiliki oleh media berbeda-beda sesuai dengan konteksnya, serta menunjukkan adanya paradoks yang disebabkan oleh keterlibatan media dalam praktik religiusitas.

Salah satu contoh efek paradoks dari media adalah bahwa teknologi digital menyebabkan hilangnya misteri, sedang misteri itu sendiri adalah bagian yang sakral dalam praktik keagamaan. Dengan

¹⁶Heidi Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (London: Routledge, 2013), 2.

merujuk kepada istilah *mysterium tremendum* yang dipopulerkan oleh Rudolph Otto, Omar M. Mcroberts menjelaskan tentang nilai fundamental misteri bagi agama:

*The assumption is that religion, at its core, is all about what Rudolph Otto famously referred to as the mysterium tremendum—the inexplicable and unutterable sense of a wholly transcendent Holy. The assumption is that the human taste for, and native capacity to experience, the Holy is indeed the main thing from which religion emerges. Religious experience is only numinous experience. Moreover, one cannot merely hear about another person’s spiritual experience and claim to have understood it. To understand religious experience, one must experience the Holy.*¹⁷

Meski demikian, menurut teori mediatisasi, media dapat menggunakan simbol-simbol non-religius untuk menciptakan pengalaman spiritual dan misteri. Terdapat dua sudut pandang untuk menggambarkan hubungan yang kompleks dan saling membangun antara komunitas religius *online* dan *offline*, yaitu keakraban dan perbedaan di satu sisi, serta integrasi dan isolasi di sisi yang lain. Penjelasannya adalah sebagai berikut: Poros keakraban dan perbedaan menjelaskan bahwa komunitas religius *online* mereproduksi bentuk dan struktur agama *offline*, sesuai dengan fitur unik dari media digital. Oleh karena itu, komunitas religius *online* tidak hanya mereproduksi yang sudah dikenal, tetapi juga dibentuk sesuai dengan kemampuan media digital. Negosiasi antara keakraban dan perbedaan ini menghasilkan daya tarik tersendiri bagi warga internet. Sementara itu, poros integrasi dan isolasi menyatakan bahwa media digital dapat menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari atau dipisahkan darinya, tergantung kepada praktik religius individual yang disengaja.¹⁸

Uraian kerangka teoritik di atas menjadi landasan untuk memotret lebih mendalam pertautan agama dan teknologi mutakhir yang telah terdigitisasi, serta dampaknya bagi manusia beragama, baik

¹⁷Omar M. Mcroberts, “Beyond Mysterium Tremendum: Thoughts toward an Aesthetic Study of Religious Experience,” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 595 (2004): 194.

¹⁸Anita L. Cloete, “Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection,” *HTS Teologiese Studies/ Theological Studies* 71, no. 2 (2015): 3.

dari segi kepercayaan maupun praktik-praktik ritual keagamaan. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan pada taraf individual, tetapi juga komunal, bahkan institusional.



PEMBAHASAN

A. INDIVIDU DIGITAL

Dengan menggunakan tanda-tanda berupa gambar profil, avatar, atau emoji, individu-individu di komunitas daring saat ini dapat dengan mudah menampilkan identitas masing-masing dalam dunia digital. Ketika individu-individu di masa lalu mengalami masa muda dan remaja mereka di satu tempat tertentu, para remaja generasi terkini sebagian besar berada di dua tempat berbeda pada saat yang sama. Yang dimaksud dengan dua tempat itu adalah keberadaan mereka di kehidupan nyata dan kehidupan maya. Menghadapi dua lokus tetapi di saat yang bersamaan ini memungkinkan terjadinya identitas ganda, yaitu bahwa identitas kehidupan nyata mereka dan identitas *online* mereka dapat mencerminkan dua orang yang sama sekali berbeda. Kemungkinan yang lain juga bisa terjadi yaitu bahwa seorang individu dapat mengelola beberapa identitas berbeda secara *online*. Sebuah laporan yang dibuat oleh Ziba Design bahkan menunjukkan kenyamanan yang dialami oleh para individu di komunitas daring tersebut ketika mereka melakukan multiplisitas identitas secara *online*: “Over 75% negotiate multiple online identities with ease.”¹⁹

Setiap individu dalam komunitas daring saat ini mampu mengelola preferensi digital mereka sebagai sebuah cara untuk mengendalikan ekspresi identitas *online* mereka. Terutama sekali bagi generasi terkini yang disebut dengan generasi post-millennial sebagai

¹⁹Jaclyn Suzuki, *Designing for the Identity-Fluid Gen Z* (Ziba Design, March 5, 2016), <https://medium.com/@zibadesign/designing-for-the-identity-fluid-gen-z-b80209e188fa>.

generasi *digital native*. Mereka telah terbiasa dengan pengaturan privasi. Dengan pengaturan tersebut, mereka dengan leluasa dapat memonitor orang-orang yang berinteraksi dengan mereka dan siapa saja yang diperbolehkan melihat konten tertentu. Selain itu, mereka dapat mengatur dengan hati-hati identitas mereka dalam setiap postingan di internet, dengan hanya membagikan sesuatu yang mereka ingin orang lain ketahui tentang diri mereka. Karena itulah sangat logis untuk menyatakan bahwa media sosial berperan penting perihal bagaimana para individu dalam komunitas daring melihat diri mereka sendiri, bagaimana mereka melihat orang lain, dan bagaimana orang lain melihat mereka. Sebuah laporan dari The Center for Generational Kinetics menyatakan bahwa 42% dari anggota generasi terkini merasa bahwa media sosial memiliki dampak langsung pada perasaan mereka tentang diri mereka sendiri.²⁰

1. Teknologi

Berdasarkan hal itulah, maka para individu digital tidak pernah mengenal dunia tanpa internet. Pada sebagian besar hidup mereka, generasi terkini telah menjalani hidup melalui *screen* (layar). Tidak hanya satu layar yang menemani hidup mereka, tetapi bahkan bisa mencapai beberapa layar. Para individu digital ini telah memiliki akses untuk menelusuri dunia melalui *smartphones* (telepon pintar), *tablets* dan *laptops* hampir sepanjang hidup mereka. Beberapa bentuk media yang lebih tua, semisal radio dan televisi, dapat diakses oleh mereka melalui layanan *streaming*. Layanan ini pun dapat dinikmati 24 jam sehari, sehingga hampir semua acara atau film tersedia bagi mereka. Dalam kaitannya dengan penggunaan *smartphones* atau gadget seluler yang meluas, generasi terkini menganggap bahwa mendapatkan ponsel adalah salah satu tonggak penting dalam hidup mereka. Bahkan preferensi mereka terhadap ponsel melebihi jenis perangkat

²⁰The Center for Generational Kinetics, *Is Gen Z's Self-Worth Determined by Social Media?*, n.d., <https://genhq.com/igen-genz-social-media-trends-infographic/>.

elektronik yang lain, semisal komputer laptop atau tablet. Mereka menggunakan *smartphones* sebagai media untuk mengakses internet.

Karena itulah, menonton acara televisi bukan lagi aktivitas dengan menggunakan pesawat televisi yang sebenarnya. Kini, teknologi *streaming* memungkinkan para pemirsa televisi untuk menonton dari perangkat teknologi manapun yang terhubung dengan internet. Aktivitas melihat acara favorit atau menyaksikan segmen berita dapat dilakukan melalui perangkat seluler semisal *smartphones*. Para individu generasi terkini itu pun menganggap melihat konten *streaming* secara *online* sebagai aktivitas menonton televisi. Laporan Google menyebutkan bahwa YouTube, Netflix dan Spotify dinilai oleh para individu generasi post-millennial sebagai *platform streaming* paling keren untuk konsumsi konten video.²¹

Seiring dengan digunakannya teknologi sebagai alat untuk tugas sehari-hari, para individu digital di komunitas daring menggunakan perangkat tersebut untuk mempelajari informasi baru dan juga untuk hiburan. Perangkat mereka menyediakan fasilitas untuk mengkonsumsi beragam konten. Berbagai *platform* yang tak terhitung jumlahnya tersedia bagi mereka sebagai sarana yang memudahkan untuk menemukan semua informasi *online*. Teknologi saat ini memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi yang tampaknya tidak terbatas. Teknologi itu juga menyediakan lebih banyak cara untuk tetap mendapatkan informasi mutakhir tentang peristiwa terkini. Penelitian dari Pew Research Center menyebutkan bahwa lebih dari setengah pengguna *smartphones* menerima pemberitahuan berita yang dikirim langsung ke ponsel mereka melalui notifikasi.²²

²¹Google, *It's Lit: A Guide to What Teens Think Is Cool*, October 24, 2016, <https://storage.googleapis.com/think/docs/its-lit.pdf>.

²²Kristine Lu and Katerina Eva Matsa, *More Than Half of Smartphone Users Get News Alerts, but Few Get Them Often*, August 9, 2016, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/08/more-than-half-of-smartphone-users-get-news-alerts-but-few-get-them-often/>.

Terkait dengan pemerolehan informasi, generasi terkini adalah generasi yang paling tidak mungkin menggunakan televisi sebagai sumber untuk mengetahui berita dan kejadian terkini. Mereka tidak mungkin menunggu untuk mendengarkan berita malam atau menonton acara berita pada hari berikutnya ketika mereka dapat mengikuti berita terbaru di perangkat seluler. Karena itulah televisi menjadi teknologi yang terpinggirkan saat ini sebagai sumber informasi. Fleksibilitas yang tidak terkandung di dalam teknologi televisi menjadi penyebab utamanya, karena pemirsa atau konsumen televisi tidak mempunyai kuasa untuk mengakses informasi yang diinginkan setiap saat.

Mencari informasi secara *online* telah ada sejak internet ditemukan. Saat ini, mesin pencari Google berfungsi sebagai *one-stop shop* (toko serba ada) untuk mendapatkan informasi kapan saja dan dari mana saja. Bahkan, frasa Google telah dikenal secara umum untuk digunakan sebagai cara yang paling praktis untuk mencari sesuatu secara *online*. kata ‘Google’ secara resmi ditambahkan ke kamus sebagai kata kerja pada tahun 2006.²³

Dalam kamus tersebut, ‘Google’ sebagai *verb* (kata kerja) didefinisikan sebagai berikut:

- 1) *To use the Google search engine to find information on the Internet.*
- 2) *To search for information about a person or thing using the Google search engine.*

Karena itulah, internet menjadi tempat pertama yang dituju oleh para individu digital ketika mereka membutuhkan informasi. Tetapi mereka tidak hanya menggunakan mesin pencari semisal Google untuk mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan. Banyak dari para individu ini yang beralih ke video *online* untuk memburu informasi yang mereka butuhkan. Platform berbasis video menawarkan ruang digital pilihan untuk generasi ini dalam memperoleh pengetahuan

²³Barry Schwartz, *Google Now A Verb In The Oxford English Dictionary*, June 29, 2006, <https://www.searchenginewatch.com/2006/06/29/google-now-a-verb-in-the-oxford-english-dictionary/>.

baru. Sebuah studi menyebutkan bahwa dua dari tiga anggota generasi terkini memanfaatkan YouTube sebagai cara untuk belajar. Selanjutnya, setengah dari individu tersebut menegaskan bahwa mereka tidak dapat hidup tanpa YouTube.²⁴

Sebelum internet menjadi canggih seperti saat ini, internet pada periode terdahulu hanyalah kumpulan halaman web statis. Hanya sekelompok kecil pengembang terpilih saja yang bisa mengisi konten-konten digital di dalamnya. Keadaan tersebut berkebalikan dengan saat ini. Internet telah identik dengan beragam konten yang dibuat oleh pengguna Web 2.0, yaitu pengguna yang terdiri dari orang-orang biasa. Mereka dapat mengembangkan dan mendistribusikan informasi apa pun yang mereka inginkan secara *online*.

Sekarang, internet telah menjadi identik dengan konten yang dibuat pengguna Web 2.0 di mana orang biasa dapat mengembangkan dan mendistribusikan informasi secara online. Jumlah situs web pun telah melonjak dan meningkat naik secara drastis. Pada tahun 1995, jumlah situs web hanya sekitar 23.000. Pada tahun 2017, jumlah tersebut bertambah berlipat-lipat menjadi 1,7 miliar.²⁵ Teknologi Web 2.0 tidak hanya membuka peluang bagi lebih banyak para pembuat konten dari orang biasa, teknologi web ini juga telah menghasilkan ruang untuk koneksi sosial digital.

Secara teknis, teknologi Web 2.0 memang dirancang sebagai sebuah konsep sosial karena sangat menekankan sisi interaktif dari sifat manusia di internet. Teknologi ini memasuki pasar dan memperluas aplikasinya dengan kemajuan dan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga sangat memengaruhi pola kerja, mode pembelajaran dan kehidupan biasa. Secara teknis pula dapat dikatakan bahwa perbedaan antara Web 1.0 dan Web 2.0 dalam hal

²⁴Emma Bazilian, *Infographic: 50% of Gen Z 'Can't Live Without YouTube' and Other Stats That Will Make You Feel Old*, May 21, 2017, <http://www.adweek.com/digital/infographic-50-of-gen-z-cant-live-without-youtube-and-other-stats-that-will-make-you-feel-old/>.

²⁵Internet Live Stats, *Total Number of Websites*, n.d., <https://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>.

konten adalah bahwa Web 1.0 bergantung pada klien untuk membuat situs web masing-masing, sementara Web 2.0 menekankan upaya berbagi dari para pengguna untuk membangun bersama situs web.²⁶ Karena itulah teknologi Web 2.0 bertindak sebagai arsitektur partisipasi. Dalam arti bahwa para pengguna dapat berkontribusi pada pembuatan konten situs web dan menciptakan efek jaringan.

Terdapat beberapa fitur yang menjadikan teknologi Web 2.0 sebagai pilihan yang nyaman untuk berbagi antar sesama pengguna, diantaranya adalah koneksi yang benar-benar global, selalu *online*, akses internet yang luas, pengguna terlibat dengan konten digital, biaya rendah untuk memulai, tanpa kendala, *platform* layanan yang berorientasi pelanggan, terbuka untuk informasi dari sumber eksternal, dan efek yang memuaskan. Singkatnya, nilai inti dari teknologi Web 2.0 didasarkan pada asumsi bahwa mayoritas pengguna internet bukanlah tipe penerima informasi pasif. Sebaliknya, mereka adalah pemberi informasi aktif dengan upaya tanpa henti dan terbuka untuk berbagi informasi. Karenanya, semua orang bebas untuk mengembangkan dan bahkan berkontribusi pada layanan informasi. Siapa pun bisa dan berhak berbagi pengetahuan. Yang diperlukan untuk mempertahankan kemajuan teknologi ini adalah dengan terus mengembangkan dan memanfaatkan pengalaman yang lebih kaya dari semua peserta dan pengguna layanan daring. Dengan kata lain, aplikasi dan layanan informasi pada *platform* Web 2.0 dapat dilihat sebagai versi uji informasi dan selalu dalam tahap revisi terus-menerus.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dimengerti bahwa akun para pengguna layanan *online* mengalami multiplisitas yang luar biasa. Setiap pengguna internet setidaknya memiliki satu akun di *platform* media sosial, yang berarti bahwa hampir semua orang berkontribusi pada format Web 2.0 melalui penggunaan dan

²⁶Jang-Ruey Tzeng, Shih-Chi Liu, and Wei-Kuo Lin, "A Study of A Web 2.0-Based Educative Platform," *Systemics, Cybernetics and Informatics* 7, no. 4 (2009): 38.

pembuatan konten. Ketika orang-orang dari generasi sebelumnya mulai memiliki akses ke media sosial, para individu digital generasi terkini lahir dan dibesarkan selama era media sosial. Maka tidak mengherankan jika pengguna internet generasi muda saat ini cenderung memiliki akun media sosial lebih dari satu. Mereka memiliki lebih banyak akun pada layanan *platform* media sosial dibandingkan dengan orang-orang generasi terdahulu.

Sebuah studi bertaraf global dengan mensurvei lebih dari 50.000 pengguna internet seluruh dunia menyatakan bahwa rata-rata para pengguna tersebut memiliki lebih dari 8 akun sosial.²⁷ Dengan memiliki lebih banyak akun media sosial, maka para individu komunitas daring menjadikannya alasan untuk menghabiskan waktu di jejaring sosial. Jejaring sosial pun mengubah kebiasaan penggunaan media. Alasan utama penggunaan media sosial bagi mereka adalah *filling up spare time* (mengisi waktu luang). Di masa lalu, televisi adalah tempat pelariannya, tetapi kini tertuju ke jejaring sosial *online*. Studi global itu juga menyebutkan bahwa lebih dari setengah dari para individu tersebut melaporkan menggunakan media sosial selama tiga jam atau lebih dalam sehari. Mereka juga menghabiskan sepertiga waktu mereka secara *online* di media sosial. Tetapi, mereka tidak menggunakan masing-masing akun dan *platform* ini secara seragam. Setiap akun memiliki tujuan tertentu yang mencerminkan beragam cara mereka menggunakan media sosial.

Salah satu *platform* media sosial yang paling dikenal oleh para individu komunitas daring adalah Instagram. Lebih dari 90 juta posting, baik foto maupun video, dibagikan oleh pengguna setiap hari.²⁸ Maka tidak mengherankan bila layanan jejaring sosial ini sangat disukai oleh pengguna dari generasi terkini. Mereka lebih nyaman

²⁷Damian Radcliffe, "The Media Habits Of Millennials, Generation Z, And The Rest Of Us: In Five Key Charts," November 27, 2017, www.huffingtonpost.co.uk/entry/the-media-habitsof-millennials-generation-z-and-the-rest-of-us-in-five-key-charts_uk_5a149436e4b0815d3ce65ac5.

²⁸Jimit Bagadiya, "309 Social Media Statistics You Must Know In 2020," 2020, <https://www.socialpilot.co/blog/social-media-statistics>.

menggunakan Instagram untuk berbagi tentang diri mereka sendiri karena *platform* ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan profil dan audiens mereka dengan cermat untuk menentukan siapa yang melihat konten mereka. Berdasarkan kemampuan untuk menyesuaikan dan membatasi informasi, maka mereka membagikan sesuatu dengan memperhatikan masalah privasi. Sebuah studi menyebutkan bahwa lebih dari separuh remaja generasi terkini memilih untuk tidak memposting sesuatu secara *online* atau di media sosial karena takut akan dampaknya terhadap reputasi mereka.²⁹

Bahkan beberapa individu generasi terkini tersebut telah mengkurasi identitas mereka ke tingkat yang lebih baru, yaitu mengoperasikan beberapa akun Instagram tergantung kepada *viewer*-nya. Identitas baru itu diistilah dengan akun Rinsta dan akun Finsta. Rinsta adalah akronim dari *Real Instagram*, sedang Finsta adalah akronim dari *Fake Instagram*. Dengan demikian, akun Rinsta mengacu pada akun Instagram sebenarnya, yang biasanya memiliki lebih banyak pengikut dan fitur konten yang dibuat secara cermat. Di sisi lain, akun Finsta adalah akun yang lebih pribadi dan personal. Akun ini biasanya dibagikan kepada kelompok kecil saja yang terdiri dari teman-teman sebaya. Lewat akun ini, pengguna dapat memposting konten konyol, *meme*, dan tangkapan layar.³⁰

Para individu generasi terkini memang lebih menyukai Instagram, tetapi ada juga yang masih menggunakan Facebook, tetapi untuk tujuan yang sangat spesifik. Kebanyakan pengguna Facebook adalah dari kalangan tua, sehingga kurang ideal bagi anak muda untuk terhubung dengan teman sebaya. Pada tahun-tahun awal, Facebook adalah zona yang relatif *adult free* (bebas orang dewasa) bagi para

²⁹Mary Madden et al., *Teens, Social Media, and Privacy*, May 21, 2013, <https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.

³⁰Taylor Lorenz, "The Secret Instagram Accounts Teens Use to Share Their Realest, Most Intimate Moments," March 5, 2017, <https://www.mic.com/articles/175936/the-secret-instagram-accounts-teens-use-to-share-their-realest-most-intimate-moments>.

Millennial berusia dewasa muda untuk secara terbuka mengekspresikan diri dan berkumpul dengan teman-teman mereka. Tapi sekarang, hampir semua orang ada di Facebook, termasuk orang tua dan kakek-nenek generasi terkini. Keberadaan remaja di Facebook bukanlah untuk membagikan postingan untuk teman-teman mereka, tetapi untuk tetap terhubung dengan keluarga. Itulah tujuan utamanya. Dengan hadirnya orang tua dan anggota keluarga yang banyak, Facebook tidak lagi menjadi ruang *adult free* seperti saat awal. Dengan banyaknya pilihan yang berbeda untuk media sosial, para remaja ini menemukan ruang jejaring sosial digital di *platform* lain, seperti Instagram, yang jauh dari orang tua mereka dan anggota keluarga yang lain.

Dengan kepedulian yang tinggi terhadap privasi *online*, dapat dipahami bahwa para individu generasi terkini condong ke *platform* media sosial yang memungkinkan bagi mereka untuk dapat berbagi informasi dan pendapat mereka dengan cara anonim atau tidak beridentitas. Oleh karena itu, pengguna media sosial dapat membagikan gagasan mereka dengan terlepas dari identitas resmi. Dengan kemungkinan untuk bisa berkomentar atau menilai konten tertentu tanpa mengungkapkan nama atau deskriptor pribadi, pengguna dapat membagikan pemikiran dan perasaan mereka tanpa konsekuensi pada identitas resmi mereka. Anonimitas itu dapat berupa nama panggilan atau avatar.

Dalam konteks jejaring sosial, avatar adalah gambar digital, baik berupa statis maupun animasi, yang mewujudkan tindakan atau komunikasi oleh pengguna manusia dalam lingkungan digital. Avatar seringkali dapat dikustomisasi oleh pengguna sebagai representasi diri mereka sendiri. Selain itu, dunia maya menghadirkan platform yang semakin canggih untuk kustomisasi avatar. Pengguna dapat menggunakan avatar untuk bereksperimen dengan berbagai aspek diri dan kepribadian mereka. Konteks virtual pun dapat berfungsi sebagai

identity laboratory (laboratorium identitas).³¹ Karena itulah, ada *interface* (antarmuka) antara pengguna dan avatar. Pengguna diberikan kemungkinan yang luas untuk memilih secara strategis dan mempertimbangkan beberapa aspek kepribadian mereka untuk direproduksi dalam avatar. Identitas avatar pun dibuat berdasarkan karakteristik pengguna sendiri dan peran yang diharapkan untuk diasumsikan oleh avatar.

Avatar bukanlah fitur fisik dan psikologis, tetapi ekspresi yang mendekati keakuratan ekspresi tentang diri sendiri atau sebagai sarana untuk manajemen kesan. Manajemen kesan mengacu pada individu yang mencoba untuk mengendalikan persepsi orang lain. Seseorang cenderung membangun citra diri yang baik melalui manipulasi aspek pribadi mereka, misalnya dengan kustomisasi avatar. Dengan demikian, penampilan fisik sejati dari individu tersebut tetap sepenuhnya tersembunyi, sehingga hanya identitas avatar saja yang terlihat. Selama kustomisasi berlangsung, biasanya individu bimbang dan ragu antar berbagai jenis diri. Maka hal itu tergantung pada jenis pesan yang ingin disampaikan oleh avatar. Persepsi diri pengguna ini dipengaruhi oleh proses sosial seperti konformitas dan pengaruh sosial. Untuk alasan ini, seseorang sering menggunakan beberapa avatar tergantung pada konteks virtual yang berbeda, meski sebuah studi melaporkan bahwa kebanyakan ikon avatar *default* dari situs web media sosial adalah laki-laki.³²

Dengan kemajuan teknologi jaringan saat ini, para pengguna internet dimungkinkan untuk berada pada status *online* kapan saja. Terlibat dalam dunia digital telah menjadi bagian integral dari peradaban manusia di awal dekade ketiga abad 21 ini. Meskipun demikian, penggunaan teknologi ini memiliki titik kritis yang rawan

³¹Stefano Triberti et al., "Changing Avatars, Changing Selves? The Influence of Social and Contextual Expectations on Digital Rendition of Identity," *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 20, no. 8 (2017): 501.

³²April H. Bailey and Marianne LaFrance, "Anonymously Male: Social Media Avatar Icons Are Implicitly Male and Resistant to Change," *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 10, no. 4 (2016).

dan patut diberikan fokus perhatian. Titik kritis itu adalah manfaat konten atau koneksi yang tidak terbatas dan penggunaan yang berlebihan atau ketergantungan. Keterhubungan terus-menerus secara *online* telah membentuk perspektif dan perilaku para individu komunitas daring terkait dengan penggunaan teknologi.

Dengan akses yang luas dan penggunaan teknologi digital seperti saat ini, potensi ketergantungan dan kecanduan patut menjadi perhatian. Dalam sebuah studi disebutkan bahwa 70 persen generasi Millennial muda dan anggota generasi Post-Millennial menyandingkan *smartphone* mereka dan tetap berada dalam jangkauan lengan ketika mereka tidur. Studi itu juga mengungkapkan bahwa lebih dari setengah para remaja itu memeriksa ponsel mereka saat mereka terbangun dari tidur di malam hari. Para remaja itu memanfaatkan internet setiap saat setiap hari, maka kecil kemungkinannya bagi mereka akan terputus dari dunia *online* dengan mudah. Bahkan imbalan uang kemungkinan tidak akan memengaruhi mereka untuk menyerahkan ponsel dan teknologi *online* yang telah menjadi identitas mereka.

Dengan banyak memiliki beragam perangkat digital di ujung jari mereka, para remaja generasi terkini mempunyai kemampuan untuk melakukan banyak tugas (*multitasking*) di seluruh perangkat tersebut. Maka tidak mengherankan jika mereka sering menggunakan beberapa perangkat sekaligus dalam satu waktu. Sebuah studi telah dilakukan tentang *multitasking* ini berkaitan dengan posisi mereka sebagai pelajar untuk menyelesaikan tugas sekolah di rumah. Para anak muda ini menggunakan berbagai perangkat media ketika mengerjakan tugas sekolah tersebut, maka *multitasking* pun tak terhindarkan. Mereka dapat menjawab pesan teks di *smartphone* mereka sambil mengerjakan tugas sekolah di laptop, mendengarkan musik dan memeriksa media sosial. Meskipun secara jelas dapat diamati bahwa membagi perhatian di banyak perangkat dan tugas sekolah adalah sesuatu yang menantang, para pelajar itu menyatakan bahwa terlibat dalam *multitasking* di seluruh perangkat sambil menyelesaikan tugas sekolah

tidak berdampak negatif pada kualitas pekerjaan mereka.³³ Meskipun anak-anak muda ini mungkin tidak merasa bahwa tugas *multitasking* mereka memiliki kelemahan, tetapi yang harus tetap diperhatikan adalah penurunan pada penyaringan informasi yang tidak relevan dan tidak benar, karena begitu ragamnya informasi yang masuk.

Pengaruh yang bisa ditimbulkan oleh kehadiran teknologi digital bagi para individu generasi terkini bisa menjangkau berbagai aspek, salah satunya adalah sisi kesehatan emosi para remaja. Dampak dari media sosial juga mengarah pada harga diri mereka. Hal ini tidak hanya terkait dengan banyaknya orang yang berada dalam kehidupan *online* mereka, tetapi juga berkenaan dengan sifat dari jaringan sosial yang menawarkan keterhubungan itu bertalian dengan dukungan emosional. Para remaja tersebut telah menerima dukungan di media sosial saat menghadapi tantangan atau saat melalui masa-masa sulit.³⁴ Tampaknya, jika orang-orang muda ini tidak dapat menemukan seseorang dalam kehidupan nyata yang mengalami pengalaman serupa, atau mereka tidak ingin berbicara secara langsung dengan seseorang tentang suatu masalah, maka mereka dapat menggunakan teknologi digital untuk mencoba menemukan dan mendapatkan dukungan secara *online*.

2. Komunikasi

Berbeda dengan keadaan beberapa dekade yang lalu, saat ini telephone tidak lagi terkait dengan rumah tangga tetapi individu. Seseorang tidak hanya dengan mudah dapat memutar nomor telepon untuk melakukan panggilan, tetapi ia bahkan bisa menggunakan

³³Common Sense Media, *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*, 2015, https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf.

³⁴Amanda Lenhart, *Chapter 4: Social Media and Friendships*, June 8, 2015, <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/chapter-4-social-media-and-friendships/>.

teknologi yang tersinkronisasi untuk berkomunikasi dengan orang melalui jam tangan. Ia juga bisa menggunakan teknologi *bluetooth* untuk melakukan panggilan bebas genggam saat mengemudi. Berkomunikasi dengan melihat wajah teman dan keluarga dari seluruh dunia melalui obrolan video pun bisa dilakukan. Ia juga bisa terlibat dalam pesan digital di sejumlah *platform* dan situs media sosial. Meskipun seseorang dapat melakukan semua ini dengan perangkat mungil yang sesuai di saku, tetapi seringkali ia juga memiliki teknologi tablet dan laptop yang memungkinkan untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain menggunakan berbagai perangkat. Cara pengaturan juga telah beralih, dari pengaturan secara pribadi ke pengaturan digital.

Di era sebelumnya, orang-orang harus bertemu satu sama lain secara langsung atau berbicara lewat telephone untuk berkomunikasi dengan orang lain. Ini berarti bahwa percakapan itu berlangsung terus-menerus secara sinkronis, yaitu terbatas waktu. Suatu percakapan memiliki awal dan akhir yang jelas dalam satu kali periode. Saat ini, komunikasi sinkronis itu masih tetap terjadi, tetapi adanya peluang untuk dapat terhubung melalui pesan digital telah mengubah sifat makna percakapan antar orang. Komunikasi digital dapat dilakukan dalam waktu singkat. Komunikasi digital bisa juga bersifat asinkronis dengan transfer bolak-balik antara dua orang atau lebih dalam rentang waktu beberapa jam atau hari.

Secara umum, komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai sinkronis dan asinkronis.³⁵ Bentuk komunikasi sinkronis yang paling umum adalah wacana tatap muka. Tetapi ketika ada jarak yang tidak memungkinkan tatap muka terjadi, komunikasi sinkronis masih dimungkinkan dengan intervensi teknologi. Di sisi lain, komunikasi asinkronis tidak terjadi secara *real-time*. Mereka yang terlibat dalam

³⁵Francis Pol Lim, "An Analysis of Synchronous and Asynchronous Communication Tools in E-Learning," *Advanced Science and Technology Letters* 143 (2017): 231.

jenis komunikasi ini dapat membaca dan merespon sesuai dengan kehendak masing-masing untuk melakukannya.

Percakapan yang bersifat asinkronis dalam dunia digital lebih sering terjadi dalam beberapa potongan yang lebih kecil, karena pengguna dapat memulai komunikasi, lalu meneruskannya beberapa saat kemudian. Percakapan itu juga bisa terjadi dalam berbagai pengaturan dan di berbagai *platform*, meskipun hanya tertuju ke orang yang sama. Seseorang bisa berbicara dengan orang tertentu yang sama sepanjang hari melalui berbagai jenis media, semisal pesan teks, email, dan situs media sosial. Pertukaran komunikasi ini biasanya tidak panjang atau bahkan mungkin tidak saling terkait satu sama lain. Contohnya, seseorang mengirim *meme* populer di Instagram, menulis pesan teks tentang sesuatu yang terjadi pada dirinya, dan menuliskan pada fitur *status* di *platform* media komunikasi digital tentang apa yang ia makan. Semuanya itu bisa tertuju ke orang yang sama, sehingga menghasilkan tiga percakapan simultan yang terpisah. Komunikasi yang tampak terpisah itu kini dimungkinkan untuk dilakukan daripada satu percakapan sinkronis yang terjadi secara langsung, melalui obrolan video atau di telepon.

Meskipun mungkin tampak nyaman dan membantu untuk melakukan segmentasi percakapan di berbagai *platform* media digital, tetapi mengelola percakapan semacam menjadi sesuatu yang menantang. Seseorang tidak hanya perlu untuk memeriksa email saja, tetapi ia juga harus memeriksa semua akun media sosial, teks, dan *platform* perpesanan yang lain. Akibat yang bisa ditimbulkan dari tantangan ini adalah hilangnya pesan atau terlambat merespon, yang disebabkan oleh pengelolaan beberapa akun yang berbeda. Selain itu, aktivitas menanggapi atau merespon berbagai percakapan yang ada pada satu *platform* tertentu dapat mengakibatkan miskomunikasi, karena mungkin secara tidak sengaja mengirim teks tanggapan dalam umpan percakapan yang salah. Kasus tersebut sering terjadi ketika konsentrasi seseorang berkurang, atau ketika ada gangguan komunikasi. Berbahaya atau tidaknya kesalahan pengiriman pesan itu

tergantung pada apa yang diungkapkan, yaitu teks yang tertulis termasuk pengungkapan informasi pribadi dan melukai perasaan atau tidak. Adanya kesadaran bahwa seseorang salah mengarahkan pesan sensitif adalah salah satu perasaan terburuk yang dapat ditimbulkan oleh teknologi. Tetapi bisa jadi suatu hari nanti hal tersebut akan menjadi anekdot yang hebat.³⁶

Sebelum era *smartphone* hadir dalam kultur digital saat ini, seseorang harus menemukan kata-kata yang tepat untuk mengungkapkan perasaan yang hendak ia utarakan di surat atau email. Melalui panggilan telepon, seseorang juga dapat mendengar emosi lawan bicara sampai batas tertentu. Meskipun begitu, ada ruang untuk terjadinya salah tafsir karena orang lain tidak dapat melihat reaksi seseorang. Saat ini, terdapat banyak cara untuk mengomunikasikan emosi dan perasaan secara digital saat komunikasi secara langsung langsung tidak mungkin dilakukan.

Emotikon adalah cara pertama untuk mengekspresikan emosi dalam format teks. Kata Emoticon adalah akronim dari frasa *emotional icon*. Ilmuwan komputer pertama yang menemukan emotikon adalah Scott Fahlman. Pada saat itu, di tahun 1982, ia memperhatikan bahwa percakapan tidak berjalan lancar di papan pesan elektronik yang digunakan oleh para staf saat mereka melakukan komunikasi. Lelucon menjadi hilang dan hambar. Nada-nada sering disalahartikan. Omelan yang tidak perlu bisa mengaburkan inti diskusi yang dimaksud. Maka muncullah saran sederhana dan legendaris dari Fahlman: “*If you’re being humorous or ironic, label your comment with a smiley face made of a colon, dash and parenthesis.*”³⁷

Meskipun emotikon masih dapat digunakan hari ini, kemunculannya membuka jalan bagi penciptaan emoji. Kata emoji

³⁶Elle Hunt, “I Sent a Compromising Message to the Wrong Person. How Will I Ever Recover?,” April 28, 2017, <https://www.theguardian.com/culture/2017/apr/28/i-sent-a-compromising-message-to-the-wrong-person-how-will-i-ever-recover>.

³⁷Katy Steinmetz, “In Praise of Emoticons ☺:),” September 19, 2014, <https://time.com/3341244/emoticon-birthday/>.

berasal dari bahasa Jepang: *e* berarti *picture* (gambar), dan *moji* yang berarti *character* (karakter). Berbeda dari emotikon yang merupakan ikon gambar sederhana dengan menggunakan karakter alfanumerik, emoji adalah gambar seperti kartun.³⁸ Emoji dapat disematkan dalam percakapan teks atau mengirimkan rangkaiannya yang dapat berfungsi sebagai percakapan secara keseluruhan. Meskipun masih ada ruang untuk interpretasi terhadap emoji, tetapi karakter gambar ini dapat membantu melukiskan gambaran tentang apa yang mungkin dirasakan oleh si pengirim. Tampaknya, emoji benar-benar selaras dengan anak muda generasi sekarang karena mereka suka menggunakan emoji dalam komunikasi digital.

Selain emoji, ada ikon lain yang disebut dengan GIF (*Graphical Interchange Format*). GIF adalah klip gambar bergerak dengan putaran pendek yang dapat digunakan di media sosial, di dalam teks, dan pada email untuk menunjukkan ekspresi atau reaksi. Format GIF ini ditemukan pertama kali oleh Steve Wilhite pada tahun 1987.³⁹ Meskipun mirip dengan maksud yang ada di balik emoji, GIF menawarkan lebih dari sekadar simbol bergambar emosi. Klip bergerak yang ditawarkan oleh GIF sering menampilkan emosi.

Selain itu, pengguna internet juga dapat berkomunikasi menggunakan *meme*, yaitu gambar, GIF, atau video cepat yang menyampaikan konsep atau ide yang dipahami secara umum. Biasanya *meme* ini digunakan dalam budaya pop dan menyebar dengan cepat melalui media sosial antar pengguna *online*. Mayoritas *meme* modern adalah foto-foto bertulis yang dimaksudkan untuk menjadi lucu. Seringkali ia juga sebagai cara untuk mengejek perilaku seseorang di muka umum. *Meme* lain dapat berupa video dan

³⁸Cydney Grannan, "What's the Difference Between Emoji and Emoticons?," n.d., <https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-emoji-and-emoticons>.

³⁹Edward Hyatt, "What Is a GIF, Who Invented the Image Format, How Is It Pronounced and What's an Animated Meme?," June 15, 2017, <https://www.thesun.co.uk/tech/3800248/what-is-gif-how-pronounced-animated-memes/>.

ungkapan verbal. Beberapa *meme* memiliki konten yang lebih berat dan lebih filosofis. Dunia *meme* patut dicatat karena dua alasan: pertama, itu adalah fenomena sosial di seluruh dunia; kedua, *meme* berperilaku seperti virus massa yang menular, bertebaran dari orang ke orang dengan cepat melalui media sosial.⁴⁰ Namun, *meme* dan GIF tidak sama. *Meme* terhubung ke topik atau referensi budaya, sedangkan GIF hanyalah format teknis dari gambar bergerak dengan putaran pendek.

Namun, ada bentuk *meme* baru yang disukai oleh generasi terkini. Para remaja itu membuat *meme* yang dimodifikasi dan bersifat pribadi, yang biasanya mengekspresikan pengalaman hidup mereka sendiri. Jenis *meme* pribadi seperti ini lebih disukai daripada gambar atau GIF pada umumnya yang mengacu ke budaya pop. *Meme* pribadi tersebut disebut dengan *meme niche*. Ia adalah kolase gambar dengan komentar pribadi yang dibagikan oleh pengguna.⁴¹ *Meme niche* ini seperti sebuah kombinasi antara buku harian dan buku klip, tetapi diposting secara *online* untuk dilihat oleh orang lain. Akun *meme niche* biasanya memiliki pengikut dari teman-teman sebaya yang berpikiran sama yang memahami posting dari si pemilik akun. Misalnya, seseorang mungkin membuat *meme niche* berjudul: Tiga Hal yang Saya Lakukan untuk Menghadapi Tes Wawancara. Kemudian pengguna tersebut akan menambahkan gambar pribadi dengan tulisan tertentu, lalu memposting di akun media sosial anonim. Orang lain pengikut akun akan mengikuti alur cerita dari si pemilik akun dengan menunggu *meme* di hari berikutnya, untuk melihat bagaimana sebenarnya tes wawancara itu berlangsung. Jadi, meskipun *meme* adalah cara yang sederhana untuk menyebarkan humor viral, sindiran, atau ekspresi emosional, *meme* juga dapat memengaruhi perilaku

⁴⁰Paul Gil, "What Is a Meme? The More You Know about Memes, the Cooler You Are," n.d., <https://www.lifewire.com/what-is-a-meme-2483702>.

⁴¹Taylor Lorenz, "Niche Memes' Are the Secret Clip Art Diaries Teens Are Posting on Instagram," May 12, 2017, <https://www.thedailybeast.com/niche-memes-are-the-secret-clip-art-diaries-teens-are-posting-on-instagram>.

aktual. Di satu sisi *meme* bisa menjadi bentuk ekspresi yang menyenangkan, tetapi yang perlu juga diwaspadai bahwa terkadang ada hasil yang tidak diinginkan akibat ekspresi yang terlalu berlebihan.

Dalam era kultur digital seperti sekarang, menggunakan komunikasi tertulis dalam format digital menjadi cara yang mudah dan nyaman dalam menyampaikan pendapat sekaligus berkomunikasi dengan orang lain. Tetapi berkorespondensi dengan orang lain melalui teks tertulis dapat menimbulkan banyak ruang untuk interpretasi. Para pengguna media sosial saat ini memiliki lebih banyak cara secara visual untuk mengutarakan dan berbagi reaksi, emosi, dan ekspresi. Hal ini lebih disukai terutama oleh para remaja generasi terkini ketika rangkaian kata-kata tidak dapat sepenuhnya menangkap pikiran mereka dalam percakapan digital.

Kemajuan teknologi komunikasi digital turut pula mengembangkan etika komunikasi antar manusia. Saat orang-orang menghabiskan lebih banyak waktu dalam pengaturan digital, etika sosial seputar komunikasi berubah. Dahulu, mungkin akan dianggap tidak sopan menelepon ke rumah pada sore hari menjelang malam, karena dapat mengganggu kegiatan ibadah yang sedang dilakukan oleh keluarga. Tetapi saat ini, berkomunikasi secara digital memungkinkan percakapan asinkron terjadi setiap saat dan sepanjang hari. Jika diperlukan komunikasi itu pun dapat ditunda beberapa saat kemudian. Maka, mengirim pesan teks kepada seseorang di sore hari menjelang malam kemungkinan tidak akan mengganggu aktivitas ibadah seseorang, tetapi orang yang menerima pesan tersebut mungkin tidak segera meresponnya.

Dengan koneksi yang semakin konstan ke *smartphone* dan teknologi digital, beberapa jenis komunikasi menjadi lebih umum dan dapat diterima oleh sekitar. Bisa jadi jenis komunikasi tersebut terlarang dan terlihat tidak sopan bagi generasi sebelumnya saat mereka muda. Saat ini, tampaknya telah biasa terlihat sebuah komunikasi atau percakapan yang tidak pernah ditemukan ketika teknologi seluler belum muncul, misalnya berjalan di jalan sambil

mengobrol di telepon, mengendarai kendaraan sambil berbicara dengan orang lain lewat ponsel, mengirim pesan teks pada saat kegiatan seremonial berlangsung, melakukan panggilan video dengan seorang teman ketika berada di toko untuk memperoleh pendapat dari teman tersebut mengenai pakaian yang akan dibeli, atau menikmati sebuah konser musik sembari mengirimkan info audio visual ke orang lain tentang konser yang sedang ditontonnya. Meskipun demikian, tampaknya ada kesenjangan generasi tentang jenis-jenis komunikasi yang dapat diterima, terutama tentang waktu dan pengaturan yang tepat. Sebuah studi mengungkapkan bahwa para remaja generasi terkini merasa tidak bersalah ketika mereka menggunakan ponsel mereka pada saat bersamaan dengan aktivitas yang lain, semisal saat terlibat dalam ritual atau ibadah keagamaan, saat makan bersama dengan anggota keluarga, saat mengendarai sepeda, saat wawancara atau bahkan saat bertemu dengan orang penting sekali pun.⁴²

Komunikasi *online* juga berdampak pada aspek etika tertulis. Sebelum datangnya era digital, mendapatkan sebuah kertas atau kartu undangan secara fisik adalah sesuatu yang lumrah dan normal. Mereka yang diundang terkadang perlu mengirimkan surat balasan kepada pengampu acara, atau menelepon untuk mengonfirmasi kehadiran. Saat ini, kemampuan untuk mengirim atau memposting undangan digital sangatlah efektif. Tidak hanya itu, tetapi juga jauh lebih menghemat waktu daripada harus menulis dan mengirim undangan yang sebenarnya secara fisik. Terdapat situs-situs khusus yang menyediakan undangan digital, seperti Evite atau Punchbowl. Bahkan saat ini sebuah laman di *platform* media sosial pun bisa digunakan sebagai sarana pembuatan dan penyebaran informasi sebuah pertemuan atau acara.

⁴²The Center for Generational Kinetics and Jason Dorsey, *IGen Tech Disruption*, 2016, 21, <https://genhq.com/wp-content/uploads/2016/01/iGen-Gen-Z-Tech-Disruption-Research-White-Paper-c-2016-Center-for-Generational-Kinetics.pdf>.

Meskipun dirasakan lebih nyaman dan mudah, tetapi undangan digital dapat menciptakan tantangan tersendiri bagi pemilik acara. Seseorang yang menerima undangan memang dengan mudah membalas secara *online* perihal kesediaannya untuk menghadiri sebuah acara, tetapi ia dengan mudah juga mengirimkan teks *online* untuk mundur dan tidak menghadiri acara yang dimaksud. Kemudahan serupa juga bisa dilakukan dengan mengubah kesediaan atau ketidak sediaannya pada menit-menit terakhir hanya dengan mengirimkan pesan digital, atau mungkin tidak muncul sama sekali dalam acara tersebut. Adanya fitur ‘mungkin’ bisa menjadi cara bagi seseorang untuk tidak sepenuhnya berkomitmen menghadiri, bahkan kadang-kadang terlupa dan tersilap bahwa mereka memiliki undangan pada saat acara itu tiba.

Informalitas dan kenyamanan undangan digital juga ada pada perpindahan dari kartu ucapan yang berupa tulisan tangan ke kartu *online*. Memang jauh lebih mudah efisien secara waktu untuk mengirimkan kartu ucapan secara digital, bisa melalui email, pesan teks, aplikasi media sosial atau bahkan *platform* kartu elektronik ke teman atau anggota keluarga, misalnya kartu ucapan terima kasih yang ditujukan kepada seseorang yang telah mengirimkan sesuatu yang menyenangkan. Tetapi yang mungkin perlu disadari adalah bahwa menerima *e-card* bisa berakhir di tempat daur ulang digital (*digital recycling bin*) sesaat setelah terbaca, sedangkan kartu ucapan fisik mungkin akan diletakkan di rak almari selama beberapa hari sebagai pengingat tentang seseorang. Berdasarkan uraian di atas, maka ketika mendapati bahwa para remaja masa kini tidak muncul ke suatu acara atau terlupa mengirimkan kartu ucapan, perlu untuk dipertimbangkan bahwa mereka sedang tumbuh dalam kultur digital.

Komunikasi digital juga dapat mengubah etika tentang topik yang sedang didiskusikan dengan orang lain. Sesuatu yang mungkin dulu dianggap tabu dan tidak sopan untuk dibicarakan di muka umum bisa berubah menjadi sesuatu yang biasa karena saat ini ruang publik meluas ke lingkungan yang *online*. Jangkauannya pun meluas lebih

lebar. Sebagai contoh, sebelum datangnya era digital, seorang remaja yang sedang bermasalah dengan guru di sekolah akan membagikan informasi tersebut hanya kepada keluarga atau teman-teman terdekat saja. Sedang para remaja era kini dapat berbagi informasi itu di *platform* media sosial, dengan melibatkan audiens yang jauh lebih besar daripada hanya lingkungan terdekat. Selain berbagi informasi pribadi di media sosial, para remaja juga dapat mengirimkan pendapat dan pemikirannya tentang topik tertentu. *Platform* media sosial mungkin tampaknya pribadi, hanya diperuntukkan bagi para pengikut saja. Namun pada kenyataannya, postingan di media sosial dapat diakses oleh orang lain di luar pengikut akun itu sendiri. Hal ini membuat pendapat seseorang tersebar luas meskipun tidak ada niat awal dari orang tersebut untuk melakukannya. Dalam kasus lain, seseorang juga bisa menggunakan media sosial secara sengaja untuk membagikan detail kehidupan pribadinya, serta mengemukakan pendapatnya tentang topik tertentu dengan maksud untuk dilihat dan diperhatikan oleh semua orang.

Inilah yang disebut dengan *new public sphere* (ruang publik baru). Jika suatu jaringan komunikasi dalam bentuk apa pun dapat membentuk ruang publik, maka masyarakat dalam jejaring sosial *online* dapat mengatur ruang publiknya dan melakukannya berdasarkan jaringan komunikasi media. Jaringan komunikasi semacam ini adalah fitur khas masyarakat kontemporer yang menciptakan *virtual space* (ruang virtual), yaitu sebuah tempat buatan yang berada di dalam teknologi digital yang dirancang untuk mengakomodasi banyak orang.⁴³

Saat ini, terdapat banyak cara bagi orang-orang untuk dapat berkomunikasi satu sama lain, diantaranya komunikasi tatap muka, berkirim pesan, mengirim email, dan menelepon. Dengan ragam alternatif yang tersedia tersebut, maka tidak mengherankan jika para

⁴³Muhammad Zubair Khan, Ijaz Shafi Gilani, and Allah Nawaz, "The Problems and Prospects of New Public Sphere for Global Civil Society," *Global Journal of Computer Science and Technology* 11, no. 12 (2011): 15.

individu generasi terkini bergerak leluasa diantara berbagai metode komunikasi, dengan menggunakan masing-masing untuk alasan yang berbeda dan dengan frekuensi yang berbeda pula. Metode komunikasi tatap muka masih dihargai oleh para remaja itu diantara banyaknya teknologi yang tersedia untuk komunikasi. Ketika metode komunikasi ini tidak dimungkinkan, *platform* obrolan video adalah alternatif yang bagus sebagai penggantinya. Obrolan *via* video memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain di seluruh dunia dalam pengaturan digital yang lebih pribadi. Meskipun demikian, pengguna tidak dapat memeluk anggota keluarga atau meraih bahu seorang teman yang perlu dihibur melalui *video call* atau menjabat tangan seseorang melalui Skype.

Sebuah penelitian berskala global yang dilakukan oleh IBM mengungkapkan bahwa 73 persen remaja terlibat dalam aktivitas mengirim pesan teks dan mengobrol sebagai penggunaan utama *smartphone* mereka.⁴⁴ Mereka dapat mengirim pesan teks tidak hanya tertuju ke individu tertentu, tetapi juga bisa menjangkau ke beberapa orang secara bersamaan yang berada di dalam sebuah grup perpesanan digital. Secara teknis, AOL Instant Messenger adalah generasi awal program komputer yang menciptakan sebuah *platform* pesan instan revolusioner pada masanya. Orang-orang dari generasi Millennial pasti mengenal program perpesanan ini. Tetapi tidak demikian dengan anak muda generasi Post-Millennial. Para remaja itu tidak mengenalnya, bahkan mungkin tidak pernah mendengar namanya. Memang, seiring dengan berjalannya waktu, pesan instan harus bersaing dengan banyak situs komunikasi dan *platform* media sosial sehingga meninggalkan *platform* seperti AOL Instant Messenger di belakang peradaban komunikasi digital yang mutakhir.

Saat ini, *platform* perpesanan berbasis desktop tradisional telah melakukan perombakan berbasis seluler, dengan fungsi mirip dengan

⁴⁴Jane Cheung et al., *Uniquely Generation Z: What Brands Should Know about Today's Youngest Consumers* (IBM, 2017), 5, <https://www.ibm.com/downloads/cas/9PPL5YOX>.

perpesanan teks. Perubahan ini menjadikannya lebih sesuai dengan preferensi generasi terkini dalam mengirimkan pesan teks. Sekarang, jamak terlihat orang-orang menggunakan aplikasi Messenger seperti Facebook Messenger atau WhatsApp. Aplikasi perpesanan itu telah menjadi sangat populer sehingga para remaja itu pun menggunakannya.

Meski demikian, sebuah perhatian khusus mesti dicurahkan terkait dengan kode pesan licik yang bisa digunakan oleh semua kalangan, tidak terkecuali para remaja. Akronim seperti LOL untuk *Laughing Out Loud* tentulah tidak berbahaya. Tetapi terdapat akronim lain yang memprihatinkan. Jenis-jenis singkatan ini memberikan remaja Generasi terkini ungkapan bahasa yang bisa digunakan jauh dari pengawasan orang tua mereka. Kode-kode rahasia yang perlu dikhawatirkan orang tua adalah akronim *sexting*. *Sexting* adalah gabungan dari dua kata, yaitu *sex* dan *texting*. Maka ia berarti sebuah pesan yang mengarah ke tema-tema seksual. Bentuk perpesanan kategori *sexting* bisa dalam bentuk kata-kata, foto, video atau rekaman suara. Dengan kemajuan teknologi saat ini, *sexting* bisa dilakukan dengan sangat mudah dan dikirimkan melalui berbagai cara. Beberapa kode *sexting* yang perlu diwaspadai adalah sebagai berikut: 53X = *Sex*, 8 = *Oral sex*, PRON = *Porn*, KFY = *Kiss for you*, LH6 = *Let's have sex*, RUH = *Are you horny?*, KOTL = *Kiss on the lips*, IWSN = *I want sex now*, CU46 = *See you for sex*, IPN = *I'm posting naked*, ASL = *Age, sex, location*, GYPO = *Get your pants off*, LMIRL = *Let's meet in real life*, NIFOC = *Naked in front of computer*, SUGARPIC = *Suggestive or erotic photograph*.⁴⁵ Jadi, pesan digital memang sangat bermanfaat dan menawarkan peluang, tetapi ada beberapa kekhawatiran bahwa ruang digital dapat menciptakan surga bagi interaksi yang tidak pantas dan berpotensi menimbulkan bahaya.

⁴⁵Dimas Prasetyo, "Waspada Sexting Pada Anak! Ini Kode Rahasia Seks Yang Mudah Diakses," December 15, 2019, <https://www.popmama.com/big-kid/10-12-years-old/fx-dimas-prasetyo/waspada-sexting-kode-rahasia-seks-ini-bisa-mudah-diakses-anak-anak/full>.

Semua uraian di atas menegaskan bahwa para remaja generasi terkini suka berkomunikasi dengan tatap muka secara langsung dan melalui pesan teks. Di sisi lain, mereka tidak begitu tertarik pada email dan panggilan telepon. Orang-orang yang berada pada generasi sebelumnya kadang merasa frustrasi kepada para remaja ini karena mereka tidak membaca atau menanggapi email. Dengan mempertimbangkan semua preferensi komunikasi digital yang dimiliki oleh generasi terkini, hal semacam itu bisa logis dan lumrah. Jika para remaja ini ingin mendengarkan suara seseorang ketika mereka tidak dapat bertemu langsung, mereka dapat menggunakan *platform* obrolan video. Beberapa aplikasi seperti Skype atau Google Duo menyediakan fasilitas itu dengan memungkinkan para penggunanya untuk melihat perilaku nonverbal dan ekspresi wajah dari lawan bicara. Jika para remaja itu ingin melakukan percakapan tertulis dengan seseorang, lebih mudah bagi mereka untuk mengirim pesan teks melalui platform perpesanan digital non-email, karena respon akan lebih cepat terjadi meskipun sedang berada di tengah-tengah aktivitas atau kesibukan sekalipun.

Email mungkin merupakan *platform* perpesanan bagi orang-orang yang berada di generasi yang lebih tua, ketika saat itu email merupakan satu-satunya bentuk komunikasi digital. Tetapi sepertinya email tidak lagi mempunyai daya tarik yang sama untuk para remaja generasi terkini. Sebuah penelitian yang dilakukan Pew Research Center menunjukkan bahwa remaja jauh lebih sedikit terlibat dalam pengiriman email daripada dalam pesan teks, pesan instan, pesan media sosial, atau bahkan berbicara di telepon dengan teman-teman mereka.⁴⁶ Walaupun mereka mungkin perlu menggunakan email untuk keperluan sekolah atau bahkan untuk terhubung dengan anggota keluarga, tetapi preferensi bagi mereka yang ada di generasi terkini tampaknya adalah pada jenis platform digital lainnya yang

⁴⁶Amanda Lenhart, *Teens, Technology and Friendships*, June 8, 2015, <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>.

menghasilkan alur komunikasi yang dapat berlangsung secara cepat dan pendek.

Tetapi, email masih digunakan oleh perusahaan-perusahaan, bahkan mungkin pesan resmi dari instansi-instansi yang mempunyai kewenangan tertentu juga berada di jalur komunikasi ini. Maka para remaja ini tidak bisa menghindarinya sama sekali saat memasuki dunia kerja. Sebuah studi yang dilakukan oleh Adobe Systems Incorporated mengungkapkan bahwa 81% dari responden menggunakan *smartphone* untuk mengecek email.⁴⁷ Mungkin dengan kemudahan dapat mengirim dan menerima email dari telepon pintar daripada hanya dari komputer desktop, mereka yang berada di generasi mutakhir masih dapat terlibat secara intens dan aktif menggunakan email.

Sejalan dengan hal tersebut, para remaja itu enggan untuk berbicara di telepon. Hal ini memang agak terasa ganjil ketika anak-anak muda itu memiliki ponsel mereka sendiri tetapi mereka tidak suka berkomunikasi dengan berbicara. Hampir di sepanjang hidup mereka, *smartphone* telah menjadi cara yang dominan untuk terhubung dengan seseorang, tetapi koneksi itu tidak selalu berarti melakukan panggilan telepon. Ada banyak cara lain untuk berkomunikasi, semisal aplikasi media sosial atau media perpesanan. Sebuah penelitian mengungkap bahwa sebagian besar remaja generasi terkini lebih suka preferensi pengiriman pesan teks daripada telepon.⁴⁸ Terlepas dari pilihan mereka dalam *platform* komunikasi, ada beberapa alasan spesifik yang mereka miliki untuk tidak berbicara di telepon. Dalam sebuah panel remaja yang dilakukan oleh Business Insider, orang-orang muda itu menyatakan beberapa hal terkait keengganan mereka untuk berkomunikasi lewat telepon, diantaranya adalah bahwa mereka percaya berkirim pesan lebih mudah daripada

⁴⁷Ryan Dietzen, *Adobe Consumer Email Survey Report 2017* (ADVANIS, 2017), 15, <https://www.slideshare.net/adobe/adobe-consumer-email-survey-report-2017>.

⁴⁸Monica Anderson, *For Teens, Phone Calls Are Reserved for Closer Relationships*, August 17, 2015, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/17/for-teens-phone-calls-are-reserved-for-closer-relationships/>.

menelepon; bahwa lebih sulit untuk memanggil seseorang di kelas daripada mengirim pesan kepada mereka; bahwa berkirim pesan juga memungkinkan percakapan menjangkau beberapa jam atau bahkan berhari-hari yang tidak bisa dengan mudah dilakukan dengan berbicara di telepon. Sebuah pesan besar yang disampaikan oleh forum panel remaja ini pun dengan tegas menyatakan hal berikut: “*Teens don’t like to talk on the phone.*”⁴⁹

Dengan keadaan yang demikian, yaitu bahwa banyak remaja terkini yang tidak suka email atau panggilan telepon, bukan berarti seseorang tidak akan pernah menerima email atau panggilan telepon dari mereka. Kemungkinan besar mereka tidak akan menggunakan *platform* ini untuk berkomunikasi sesering yang dilakukan oleh generasi terdahulu. Lingkungan sosial saat ini semakin dihuni oleh orang-orang dari beberapa generasi yang berbeda yang mempunyai ragam preferensi dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain. Keragaman ini dapat menciptakan peluang terjadinya miskomunikasi diantara mereka. Maka, berkomunikasi dengan generasi terkini memerlukan beberapa tingkat kompromi.

3. Ekspresi Diri

Kultur digital yang melingkupi para remaja ini juga memengaruhi cara mereka mengekspresikan diri. Karena itulah, pengetahuan dan informasi tentang ekspresi kesenangan mereka dan perihal sesuatu yang mereka sukai patut untuk diperhatikan. Kekhasan dan keunikan yang ada pada generasi terkini tentang hal tersebut tentunya bertalian dengan kemajuan teknologi dan informasi mutakhir. Setiap anak muda pada angkatan generasi tertentu pastilah menghibur diri mereka sendiri dengan kegiatan yang populer dan lazim dilakukan selama periode waktu mereka tumbuh kembang. Beberapa bentuk hobi

⁴⁹Jillian D’Onfro, *A Bunch of Teens Told Us They Have ‘Never’ Called Their Friends on the Phone* (Singapore: Business Insider, August 12, 2015), <https://www.businessinsider.sg/teens-say-they-never-talk-on-the-phone-2015-12/?r=US&IR=T>.

mungkin masih populer di kalangan remaja saat ini, tetapi teknologi telah tradisional membuka serangkaian peluang baru bagi kaum muda ini dapat menghabiskan waktu mereka. Karena itulah, dunia digital menawarkan ruang bagi para remaja untuk terlibat dalam hobi lama dengan cara baru atau aktivitas baru yang belum dikenal pada masa-masa sebelumnya.

Kemudahan dalam berkomunikasi non-fisikal yang disebabkan oleh hadirnya teknologi digital, berdampak pula kepada kontak fisik yang lain, misalnya adalah seputar olahraga. Sebuah studi menyebutkan bahwa olahraga kontak secara keseluruhan mengalami penurunan. Hal ini tidak begitu mengherankan karena para remaja masa kini memiliki keengganan terhadap aktivitas fisik dengan alasan utama adalah karena takut terluka. Studi itu menegaskan bahwa para partisipan terus menerus menyebutkan ketakutan akan cedera di masa lalu dan potensi untuk menjadi cedera di masa datang.⁵⁰

Bagi para remaja itu, menghindari olahraga kontak fisik adalah salah satu cara untuk menghindari cedera. Ketika tidak berada di lapangan atau tempat olahraga, mereka terlibat dalam kegiatan ekstrakurikuler lainnya. Organisasi kaum muda juga terus menawarkan cara yang atraktif bagi para remaja untuk bersenang-senang sambil terhubung dengan teman sebayanya, misalnya adalah Gerakan Pramuka (Praja Muda Karana). Berbagai langkah dilakukan untuk mengatasi tantangan itu, diantaranya adalah menggabungkan kegiatan kepramukaan dengan seni.⁵¹ Hanya waktu yang akan menentukan apakah perubahan tersebut pada akhirnya membuat perbedaan dalam tingkat partisipasi. Masih terasa rumit untuk

⁵⁰David D. Biber et al., "Attraction to Physical Activity of Generation Z: A Mixed Methodological Approach," *Open Journal of Preventive Medicine* 3, no. 3 (2013): 313.

⁵¹Sidiq Amanah, "Kolaborasi Pramuka Dan Pendidikan Seni Dalam Mewujudkan Generasi Penerus Yang Berkarakter," in *Transformasi Pendidikan Abad 21 Dan Gerakan Pramuka Sebagai Wadah Pembentukan Karakter Generasi Emas 2045* (Presented at the Seminar Nasional Kepramukaan 2018, Malang: UKM Gerakan Pramuka Universitas Negeri Malang, 2018), 31.

mengetahui apakah organisasi kepemudaan tidak sesuai dengan minat generasi muda saat ini atau bahwa kaum muda menemukan hal-hal lain yang berkaitan dengan waktu mereka.

Demikian pula halnya dengan kegiatan membaca pada para remaja generasi mutakhir. Membaca masih menjadi aktivitas yang menyenangkan, tetapi dengan tren yang menurun. Sepanjang sejarah, buku-buku hebat telah berfungsi sebagai refleksi atas ragam peristiwa, norma, dan perhatian yang ada di berbagai era. Buku memberikan pembaca kesempatan untuk menggali lebih dalam sebuah topik tertentu dengan melihat konteks masyarakat pada masanya, dan bahkan mungkin terlibat dalam pelarian dari kehidupan sehari-hari untuk merefleksikan diri. Sebuah penelitian berskala global yang diadakan oleh Nielsen menyebutkan bahwa membaca masih menjadi aktivitas yang menarik bagi anak-anak muda saat ini, dengan menempatkannya di urutan kedua dalam daftar tiga kegiatan liburan terbaik mereka, di bawah aktivitas mendengarkan musik sebagai urutan yang pertama.⁵²

Dengan begitu banyaknya opsi digital untuk membaca yang dibarengi dengan kenaikan umum dalam kepemilikan *smartphones* dan tablet, lebih mudah bagi remaja sekarang untuk mendapatkan buku yang bagus. Namun, sebuah studi global mengemukakan bahwa pembaca muda lebih suka membaca salinan cetak daripada salinan elektronik. Hal ini berarti bahwa kaum muda lebih condong kepada buku dalam versi cetaknya.⁵³ Jadi mungkin masih ada rentang waktu yang lebih lama lagi sebelum *paperback* dan buku *hardcover* hilang dari peredaran, karena generasi post-millennial tampaknya belum siap untuk melepaskannya.

⁵²Nielsen, *Global Generational Lifestyles*, November 17, 2015, <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2015/global-generational-lifestyles/#>.

⁵³Maddie Crum, "Sorry, Ebooks. These 9 Studies Show Why Print Is Better," February 27, 2015, https://www.huffpost.com/entry/print-ebooks-studies_n_6762674.

Dalam kasus Indonesia, perihal minat baca menjadi salah satu pekerjaan rumah yang juga harus diberikan perhatian. Beberapa studi statistik menunjukkan keprihatinan itu. Data statistik *United Nations of Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) menyebutkan indeks minat baca di Indonesia hanya 0,001. Ini berarti dari 1000 penduduk, hanya satu yang memiliki minat baca. *The World Most Literate Nations* (WMLN) menyebutkan tingkat literasi tertinggi di dunia ditempati oleh Finlandia, sedangkan Indonesia berada di urutan ke 60 dari 61 negara yang diambil sampel ujinya. *Programme for International Student Assessment* (PISA) juga mengungkapkan minat membaca siswa di Indonesia menduduki urutan ke-69 dari 76 negara yang disurvei.⁵⁴

Menghadapi keprihatinan ini, salah satu perusahaan surat kabar Indonesia, yaitu Jawa Pos, mencoba merangkul anak muda untuk meningkatkan minat bacanya. Maka dibuatlah sebuah rubrik khusus anak muda yang diberi nama Zetizen. Sebelumnya, rubrik ini bernama Deteksi yang tersebar di seluruh surat kabar Jawa Pos di Indonesia. Nama Zetizen berasal dari dua kata, yaitu *citizen* dan *Generation Z*. Jawa Pos melakukan hal ini dengan melibatkan anak muda generasi mutakhir mulai dari awal penulisan konten, dengan tujuan menarik minat generasi post-milleial itu sendiri untuk terlibat dalam konten yang disediakan. Divisi halaman Zetizen juga selalu menggunakan narasumber yang ahli di bidangnya seperti idola para Generasi Z, mulai dari *gamers*, *influencer*, dan artis. Dua divisi yang ada di Zetizen melakukan strategi komunikasi yang berbeda. Strategi luring (*offline*) meliputi pemaparan konten pada rubrik Zetizen di koran Jawa Pos serta kegiatan-kegiatan dalam berbagai kegiatan anak muda yang diselenggarakan di ruang-ruang terbuka maupun tertutup. Sedangkan strategi daring (*online*) meliputi media sosial seperti

⁵⁴Haidir Fitra S and Tri Imam F, "Implementasi Zetizen Bagi Daya Tarik Literasi Media Generasi Z," *Jurnalisa* 4, no. 1, 31-45 (2018): 31.

Instagram, Twitter, Facebook, Line, YouTube, serta penggunaan website dengan nama: zetizen.jawapos.com.⁵⁵

Minat baca anak-anak muda terkini ternyata ada irisannya dengan selera mereka untuk menonton film di bioskop. Area hiburan para remaja ini tidak hanya membaca, tetapi tokoh karakter dalam buku sebenarnya berfungsi sebagai panutan bagi mereka. Dalam sebuah studi global yang juga melibatkan remaja Indonesia di dalamnya, menyebutkan bahwa lebih dari setengah mengidentifikasi karakter sastra sebagai orang yang memengaruhi nilai-nilai mereka.⁵⁶ Mereka menyukai karakter yang cerdas, berani, kuat serta memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan dan mengatasinya. Beberapa pahlawan sastra ini menjadi kenyataan di layar, sehingga anak-anak muda menyaksikan mereka menguasai dunia dan melawan kekuatan kejahatan. Saat buku Harry Potter pertama kali dirilis, para pemuda generasi terkini masih berada di masa anak-anak. Setelah itu, seri-seri buku seperti *Twilight*, *The Hunger Games*, dan *Divergent* diangkat ke layar lebar. Tokoh-tokoh karakter utama dalam setiap tayangan film diberikan amanat untuk menyerahkan kebebasan mereka sendiri demi menyelamatkan dunia dan manusia. Begitu juga buku komik yang lain, semisal *Marvel's Guardians of the Galaxy*, *The Avengers* serta *Wonder Woman* dari DC Comics.

Keberadaan teknologi digital di ujung jari, ternyata tidak menyurutkan langkah kaki para remaja ini untuk pergi ke bioskop untuk menonton film, entah untuk tujuan melihat pahlawan sastra mereka di layar lebar atau hanya menonton rilis film terbaru. Dalam kasus di Indonesia, sebuah survey yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) menunjukkan kebiasaan menonton

⁵⁵Muhammad Nizar Fahmi, Diyah Indiyati, and Agus Purbathin Hadi, "Strategi Komunikasi Jawa Pos Untuk Meningkatkan Minat Baca Anak Muda Melalui Rubrik Zetizen," *Journal of Media and Communication Science* 2, no. 1 (2019): 46.

⁵⁶Varkey Foundation, *Generation Z: Global Citizenship Survey*, 2017, 48–49, <https://www.varkeyfoundation.org/media/4487/global-young-people-report-single-pages-new.pdf>.

film di bioskop berdasarkan kelompok usia. Hasil survey dari studi tersebut mengungkapkan bahwa kelompok usia remaja paling tinggi dan paling sering menonton film, baik film produksi Indonesia maupun asing.⁵⁷

Menonton layar lebar di bioskop tentu tidak sama dengan menonton televisi di rumah. Setiap generasi mempunyai ceritanya masing-masing tentang pengalaman menonton layar kotak itu dan mempunyai kenangan yang manis. Anak-anak *Baby Boomer* hidup bersamaan dengan Era Keemasan televisi antara tahun 1940-an dan 1950-an. Kaum muda Generasi X akan bergegas pulang ke rumah untuk menonton band dan musisi favorit mereka di televisi. Para remaja Millennials atau Generasi Y dengan jelas mengingat bahwa mereka memilih seluruh serial TV pada piringan DVD. Hari ini, mereka yang ada di Generasi Z tumbuh dalam era *video streaming*. Para remaja itu dengan leluasa dapat menonton acara kapan saja yang mereka mau inginkan di salah satu perangkat digital mereka. Dengan teknologi *streaming* itu, anak-anak muda ini jarang mengonsumsi konten video dengan menonton televisi yang sebenarnya.

Dengan kemampuan mengakses video yang tampaknya tak terbatas, mereka yang ada di generasi Post-Millennial tidak mempunyai alasan untuk menonton episode serial yang ditayangkan secara terjadwal di televisi, terutama jika mereka dapat mengaksesnya dengan nyaman di lain waktu. Kebanyakan para remaja ini menunggu untuk menonton episode serial terbaru pada hari berikutnya ketika tersedia layanan *streaming online*. Mereka juga bisa menunggu sampai seluruh episode serial itu dirilis sampai selesai sehingga mereka dapat menontonnya dengan nyaman. Para remaja itu memang mempunyai preferensi untuk melakukan itu semua. Mereka lebih suka menonton beberapa episode serial dalam sekali duduk.⁵⁸ Tetap *up to date* tentang

⁵⁷Matius Alfons, "Survei: Gen Z Paling Sering Nonton Film Indonesia Di Bioskop," January 16, 2020, <https://news.detik.com/berita/d-4862189/survei-gen-z-paling-sering-nonton-film-indonesia-di-bioskop/1>.

⁵⁸Hulu, *How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV*, 2017, 7,

tren acara televisi adalah penting bagi anak muda di generasi ini karena hal tersebut merupakan salah satu cara untuk tetap dalam nyaman dalam percakapan dengan orang lain, sehingga terhindar dari olokan ketinggalan berita.⁵⁹

Perubahan pada tayangan video di televisi juga berimbas pada hal-hal yang terkait dengan musik. Sebagaimana pada tayangan televisi, setiap masa juga mempunyai aliran musik masing-masing, lengkap dengan para musisi dan penyanyinya. Aliran musik yang tren pada anak muda generasi terdahulu akan disingkirkan oleh aliran musik tertentu yang menjadi favorit anak muda generasi setelahnya. Maka tak salah jika ada pernyataan: “*Every generation has its own soundtrack*”.⁶⁰ Contoh kasus di dunia Barat menyiratkan hal tersebut. *Greatest Generation* melihat kebangkitan musik jazz dan big band pada tahun 1920-an dan 30-an. *Silent Generation* memiliki musik swing. *Baby Boomers* hidup dan tumbuh dengan mendengarkan musik rock and roll. Generasi X membuat aliran musik hip-hop populer. Para kaum muda Millennials memiliki suara pop boy band. Sementara itu, masih sulit untuk menentukan genre musik generasi aktual yang sepenuhnya dapat mewakili dan merepresentasikan generasi terkini.⁶¹

Tidak hanya genre musik dan artis yang berubah untuk setiap generasi, tetapi juga cara orang-orang untuk mendengarkan musik. Radio rumah tangga ditujukan ke *Greatest Generation*. Radio transistor begitu istimewa bagi *Silent Generation*. Rekaman vinil adalah favorit

https://cdn2.hubspot.net/hubfs/1784809/Gen%20Z/TremorVideo_Hulu_GenZ_WhitePaper.pdf?t=1498768502219.

⁵⁹Deska Yoga Pratama, Ilham Mohammad Iqbal, and Nadeim Attar Tarigan, “Makna Televisi Bagi Generasi Z,” *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 102.

⁶⁰Robin Hilton, “The Sound of a Generation,” June 6, 2008, https://www.npr.org/sections/allsongs/2008/06/the_sound_of_a_generation.html.

⁶¹Megan Evershed, “Konsep Perbedaan Genre Musik Perlahan Mati, Generasi Z Pembunuhnya,” April 22, 2019, https://www.vice.com/id_id/article/597z88/konsep-perbedaan-genre-musik-perlahan-mati-generasi-z-pembunuhnya.

bagi *Baby Boomer*. Kaset menjadi kejaran kalangan muda Generasi X. Sedang CD (*compact disc*) dan MP3 teruntuk kaum muda Millennial. Beberapa teknologi ini memang masih ada hingga kini, tetapi *streaming* adalah teknologi musikal bagi Generasi Post-Millennial. Jika mereka ingin mendengarkan lagu kesayangan dan favorit, mereka tidak perlu menunggu lama untuk mendengarkannya diputar di radio. Dengan kemajuan teknologi digital, saat ini dimungkinkan untuk menggabungkan seluruh koleksi album ke satu perangkat dengan kemampuan mendengarkan yang tidak terbatas. Aplikasi *streaming* seperti Spotify telah merevolusi pengalaman musik.⁶² Daripada membeli, memiliki dan mengunduh seluruh album musik, teknologi *streaming* memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mendengarkan tanpa secara fisik memiliki salinan musik yang sebenarnya. Sebuah studi penelitian menegaskan bahwa dengan keunggulan *smartphone* dan teknologi berbasis internet, maka tidak mengherankan jika layanan *streaming* menjadi favorit bagi kaum muda era terkini dalam mendengarkan musik.⁶³

Dengan kemudahan untuk dapat mendengarkan musik dari perangkat digital pribadi tanpa kendala sama sekali 24 jam sehari selama 7 hari seminggu, maka masuk akal bila remaja generasi terkini selalu bisa terhubung. Gaya mereka saat mengkonsumsi musik pun juga memiliki ciri khas tertentu, yaitu *multitasking*. Karena itulah, situs musik Pandora melabeli anak muda generasi ini dengan sebutan khusus. Situs itu menyatakan: “*We, at Pandora, fondly refer to them as the ‘earbud generation’ because they are truly leading the charge in digital audio consumption.... It’s because listening to audio is more convenient during on-the-go or multitasking activities, two things Generation Z’s are experts in.*”⁶⁴ Maka

⁶²S. Yollis Michdon Netti and Irwansyah, “Spotify: Aplikasi Music Streaming Untuk Generasi Milenial,” *Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2018): 1–16.

⁶³Fluent, *Facing the Music: The Takeover of Streaming Services*, August 31, 2017, <https://www.fluentco.com/resources/facing-the-music-the-takeover-of-streaming-services/>.

⁶⁴Pandora, *Engineering for Engagement: Generation Z Is the Earbud Generation*, December 1, 2018,

sangat terbiasa bagi para remaja untuk mendengarkan musik sambil makan, atau saat berselancar di media sosial, bisa juga kala mengerjakan tugas sekolah di rumah. Dalam melakukan hal itu, mereka tidak lupa untuk memakai *earbud*. Meskipun mendengarkan musik dapat menjadi hiburan dalam dirinya sendiri, tampaknya bagi generasi ini, hal tersebut adalah sesuatu yang mereka lakukan ketika berpartisipasi dalam kegiatan lain.

Kultur digital yang melingkupi para remaja ini tidak hanya merubah arah mengonsumsi tayangan video ataupun musik, tetapi juga permainan. *Game* seperti catur dan monopoli telah menjadi bentuk hiburan bagi anak-anak dan orang dewasa selama beberapa dekade. Cara memainkannya juga mudah, yaitu mengambil papan permainan, kemudian memasang pion yang dibutuhkan, lalu permainan pun dimulai. Tetapi kini, para individu digital itu memainkan *game-game* tersebut dalam bentuk digital. Sangat mudah untuk ditemui saat ini berbagai aplikasi yang menyediakan permainan catur dan monopoli secara digital. Dengan dibekali teknologi yang mutakhir dan gambar dengan resolusi yang tinggi, muncul jenis permainan baru yaitu *gameonline* yang tidak terkait dengan *game* fisik apa pun yang ada sebelumnya. Jenis permainan ini memungkinkan para pemainnya untuk menjelajahi tanah antah berantah yang jauh serta mengikuti alur cerita fiksi fantasi, atau menjadi pemain olahraga profesional. Semuanya bisa dimainkan di seluruh perangkat digital mereka.

Meskipun *video game* berteknologi tinggi muncul akhir-akhir ini, tetapi teknologi untuk memenuhi hasrat untuk bermain telah ada beberapa dekade yang lalu. Permainan video paling awal muncul pada 1950-an dan 1960-an, dengan konsol game pribadi pertama tersedia pada 1970-an.⁶⁵ Kaum muda Generasi X merupakan partisipan awal

https://www.pandoraforbrands.com/article/events_engineering-for-engagement-generation-z-is-the-earbud-generation.

⁶⁵History.Com Editors, "Video Game History," October 6, 2019, <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>.

yang menghabiskan waktu bermain dengan konsol itu dalam permainan Super Mario Bros. Permainan video pun telah tumbuh melesat dan mencapai popularitas yang sangat tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini mencerminkan pertumbuhan besar-besaran di industri *game* yang menghasilkan laba luar biasa.⁶⁶ Dengan demikian, permainan video tidak hanya benar-benar menyenangkan, tetapi juga sebuah bisnis besar. Orang-orang tidak hanya bermain *video game* di konsol atau perangkat yang serupa, tetapi saat ini dapat dimainkan di komputer, *tablet*, dan *smartphone*, terutama bagi para remaja Generasi Post-Millennial.

Dengan realitas bisnis yang luar biasa pada industri *game*, jenis baru pun muncul. *Virtual reality* menghadirkan lapangan baru untuk permainan video dan hiburan. *Video game* memungkinkan pemain untuk mengalami cerita atau fantasi dalam format dua dimensi, tetapi *virtual reality* menciptakan pengalaman *gaming* yang lebih mendalam. Generasi Post-Millennial pastilah memiliki hasrat dan minat terhadap *virtual reality*. Dengan kecepatan yang dimiliki dalam hal mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi, para remaja ini merupakan pengguna awal *virtual reality*.⁶⁷

Video game tidak hanya memberikan kepada para pemain cara untuk melebur dengan jalan cerita, tetapi juga memasukkan elemen sosial yang memungkinkan orang-orang untuk terhubung dengan pemain lain. Dengan demikian para pemain dari seluruh dunia bisa saling terhubung dalam satu permainan *online* yang sama. Realitas *video game online* yang sedemikian rupa, ternyata memunculkan satu industri baru yang sangat tidak terduga sebelumnya dan mungkin tak terlintas dalam benak, yaitu bisnis menonton orang lain bermain *game*. Situs Statista menegaskan hal tersebut, yaitu bahwa industri menonton

⁶⁶Entertainment Software Association, "2019 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry," 2019, <https://www.theesa.com/esa-research/2019-essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry/>.

⁶⁷eMarketer, "Virtual Reality Interest Highest Among Gen Z," March 12, 2015, <https://www.emarketer.com/Article/Virtual-Reality-Interest-Highest-Among-Gen-Z/1013295>.

orang lain bermain *video game* terus meningkat popularitasnya.⁶⁸ Karena itulah, baik dalam posisi bermain atau menonton *game*, para remaja sedang dihibur melalui *social game* (permainan sosial). Menghadapi fenomena ini, ada catatan tersendiri yang patut diperhatikan, yaitu bahwa meskipun tampak terhubung dengan banyak pemain *game* dari seluruh dunia, tetapi ada keprihatinan bahwa lingkaran pertemanan secara *offline* semakin mengecil pada anak-anak muda ini jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya.⁶⁹

Kemajuan teknologi digital mutakhir telah memunculkan arus pemolesan kembali segala sesuatu yang berada pada kawasan *offline* untuk dibawa ke dunia virtual *online*. Kisah serial Star Wars yang awal debutnya terjadi pada saat anak-anak muda generasi X memasuki masa remajanya, telah muncul kembali dengan episode baru dengan kisah antologinya. Sejumlah film animasi klasik Disney juga mendapatkan desain ulang, termasuk *The Jungle Book*, *Beauty and the Beast*, *Cinderella*, dan *Alice and Wonderland*.⁷⁰ Dengan demikian, daripada membuat ulang film-film tersebut, jalan yang ditempuh adalah film-film itu dipoles dengan citra baru yang dihasilkan oleh komputer dan efek khusus dengan memanfaatkan teknologi modern yang tersedia bagi para pembuat film saat ini. Bahkan permainan tahun 90-an, seperti *Pokemon*, telah menemukan cara untuk menemukan relevansinya pada anak muda generasi terkini dengan beralih rupa menjadi *Pokemon Go!* fase 2016. Ini adalah jenis permainan yang aslinya berupa permainan video berbasis konsol kini berubah dengan berbasis aplikasi melalui integrasi seluler.

⁶⁸A. Guttmann, "Gaming Video Content Market - Statistics & Facts," September 5, 2018, <https://www.statista.com/topics/3147/gaming-video-content-market/>.

⁶⁹Rachel Kowerta et al., "Social Gaming, Lonely Life? The Impact of Digital Game Play on Adolescents' Social Circles," *Computers in Human Behavior* 36 (2014): 389.

⁷⁰Noelle Devoe and Tamara Fuentes, "A Complete List of Every Disney Live-Action Remake We Know About So Far," May 14, 2019, <https://www.seventeen.com/celebrity/movies-tv/g2936/list-of-disney-live-action-remakes/>.

Khusus tentang fenomena permainan Pokemon ini, Indonesia memiliki catatan tersendiri. Situs Hybrid yang merupakan media *online* tentang *esports* Indonesia melaporkan bahwa Pokemon GO telah memiliki 147 juta pengguna aktif pada 2018. Sampai saat ini, Pokemon GO masih banyak dimainkan di Indonesia dengan digelarnya Piala Presiden Esports 2019, pada 30 – 31 Maret 2019. Turnamen ini memecahkan rekor dunia dengan 243 orang. Rekor peserta turnamen terbanyak sebelumnya dipegang oleh komunitas Pokemon GO Chili dengan 186 peserta.⁷¹ Dengan demikian, permainan klasik yang dulunya dimainkan oleh orang tua Generasi Post-Millennial, telah berpindah ke media seluler dan dimainkan oleh anak-anak generasi terkini.

Melihat fenomena yang demikian, meskipun berbicara pada wacana yang sedikit berbeda, *The Center for Generational Kinetics* memunculkan sebuah istilah baru yang ditujukan kepada Generasi Post-Millennial, yaitu *throwback generation*. Definisi sederhananya adalah: “*They are exhibiting attitudes, beliefs, and behaviors that combine their tech-saturated world with elements of generations past.*”⁷²

Pemolesan masa lalu yang diiringi dengan kemutakhiran teknologi digital tidak hanya terjadi pada dunia *game*, tetapi juga merambah dunia selebritas. Maka kini muncul orang-orang terkenal dengan wajah baru yang disebut dengan *non-celebrity celebrities* (selebriti non-selebriti). Banyaknya majalah dan acara televisi yang didedikasikan untuk liputan berita para selebriti, tampaknya para penggemar selalu dapat mengikuti bintang favorit mereka. Tetapi karena budaya konsumsi media telah berubah, maka akses penggemar

⁷¹Ayyub Mustofa, “Selayang Pandang Tentang Ekosistem Esports Pokémon GO Di Indonesia,” September 4, 2019, <https://hybrid.co.id/post/selayang-pandang-ekosistem-esports-pokemon-go-indonesia>.

⁷²The Center for Generational Kinetics, *The State of Gen Z 2017: Meet the Throwback Generation*, 2017, 3, <https://genhq.com/wp-content/uploads/2017/04/The-State-of-Gen-Z-2017-White-Paper-c-2017-The-Center-for-Generational-Kinetics.pdf>.

pun ikut berubah. Kini, seseorang tidak perlu lagi menunggu berita utama tabloid mingguan untuk akrab dan dekat dengan selebriti yang dikagumi. Terdapat begitu banyak cara untuk mengintip kehidupan pribadi mereka. Salah satunya yaitu dengan mengikuti akun selebriti tertentu di media sosial. Dengan cara yang ini, maka sangat mudah bagi penggemar untuk menemukan detail pribadi tentang selebriti tersebut, mulai dari kegiatan sarapan, mengintip isi kulkas atau almari, sampai detil pajangan yang ada di kamar tidur atau kamar mandi.

Maka kini, selebriti pun tampak seperti orang biasa, begitu pula orang biasa pun tampak menjadi seperti selebriti. Untuk tingkat dunia, nama Kim Kardashian bisa disebut. Ia termasuk salah satu yang memelopori cara untuk mendapatkan ketenaran besar tanpa menjadi aktor, penyanyi, artis, atau atlet profesional. Dengan lebih dari 100 juta pengikut di *Instagram* dan lebih dari 50 juta pengikut di Twitter, ia adalah *influencer* global di media sosial yang menjadi ciri ketenaran jenis baru ini.⁷³ Untuk kasus Indonesia, muncul pula *non-celebrity celebrities* seperti Atta Halilintar yang sampai saat ini dianggap sebagai *influencer* media sosial dengan *subscriber* paling banyak se Indonesia.⁷⁴ *Influencer* lain yang juga memiliki banyak pengikut di Indonesia adalah Ria Ricis. Bahkan pengaruhnya sampai mencapai hal-hal seputar religiusitas. Terdapat catatan tersendiri tentang fenomena Ria Ricis ini, yaitu bahwa hal tersebut merupakan kesempatan untuk memperkuat identitas Islam di tengah

⁷³Mridu Kiran Rai, "How Rich Is Kim Kardashian and How Did She Make Millions by 'Just Being Famous?'," February 8, 2017, <https://www.ibtimes.co.uk/how-rich-kim-kardashian-how-did-she-make-millions-by-just-being-famous-1633207>.

⁷⁴Khairanisa Rabbani and Danang Trijayanto, "Ekonomi Politik Media Dalam New Media (Studi Deskriptif Praktik Spasialisasi Pada Channel Youtube Atta Halilintar)," *PROMEDIA: Public Relation dan Media Komunikasi* 5, no. 1 (2019): 202.

pertumbuhan teknologi digital yang memberikan kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.⁷⁵

Platform YouTube telah melahirkan orang-orang biasa untuk menjadi bintang. Selebriti YouTube banyak ragam dan variasinya, bahkan diantaranya hanya dengan cara mendokumentasikan hidup mereka melalui saluran YouTube mereka. Dengan jutaan pemirsa, bintang YouTube dapat menghasilkan keuntungan melalui iklan yang diputar di saluran masing-masing. Menemukan ketenaran dan pengaruh *online* tidak hanya bisa didapat di *platform* YouTube. Instagram telah membuka jalan lain bagi para penggunanya untuk mendapatkan jumlah pengikut yang tinggi. *Influencer* Instagram datang dalam berbagai bentuk, ukuran, genre, dan latar belakang, mulai dari selebritas tradisional, pelatih kebugaran, ahli gizi, komedian, pelancong, dan fotografer. Seperti bintang YouTube, beberapa *influencer* media sosial mendapatkan keuntungan dari jangkauan *online* mereka melalui iklan dan posting sponsor. Hal ini menjadikan Instagram sebagai lokus pekerjaan mereka.

Jika ada pertanyaan, siapa yang memutar video-video itu dan mengikuti setiap postingannya? Jawabannya jelas, Generasi Post-Millennial. Generasi ini tertarik pada selebriti YouTube dan Instagram karena para bintang-bintang itu tampak seperti orang biasa yang normal dan dapat diterima, sedangkan di sisi lain, bintang-bintang selebriti televisi dan film tampak jauh dan sulit dipahami. Mungkin itu sebabnya sebuah penelitian menemukan bahwa kebanyakan remaja yang berlangganan YouTube berhubungan lebih inten dengan pembuat konten YouTube sehari-hari daripada dengan selebriti tradisional.⁷⁶

⁷⁵Wahyudi Akmaliah, "Ria Ricis and New Platform of Islamic Popular Culture," *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies* 4, no. 3 (2019): 395.

⁷⁶Celie O'Neil-Hart and Howard Blumenstein, "Why YouTube Stars Are More Influential than Traditional Celebrities," July 2016, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/youtube-stars-influence/>.

Dengan demikian, anak-anak muda ini menikmati waktu mereka dengan melakukan banyak hal yang tidak jauh berbeda dengan yang disukai oleh anak-anak muda generasi sebelumnya. Meskipun demikian, mereka adalah generasi yang memiliki bentuk hiburan baru yang secara kasat mata berada di ujung jari mereka. Dengan menggesek atau mengetuk, mereka dapat menyetel musik, menonton serial televisi, bermain video game, atau mengikuti selebriti youtube favorit mereka. Semua itu dilakukan tanpa harus meninggalkan rumah.

4. Komunitas Daring

Dengan memperhatikan semua uraian di atas, terlihat bahwa individu-individu digital adalah bagian dari komunitas besar yang berjalan secara *online*. Dalam kultur digital juga dikenal konsep tentang komunitas. Komunitas adalah sebuah konsep untuk menunjukkan hubungan dekat atau ikatan sosial antar orang. *Platform* teknologi digital pun dipenuhi dengan bahasa yang menunjukkan rasa kebersamaan, misalnya bahwa seseorang dapat berteman dengan orang lain dan berbagi pengalaman sehari-hari. Ada juga *platform* yang memberikan fasilitas bagi seseorang untuk menjadi bagian dari jaringan profesional yang berbeda. Oleh karena itulah, salah satu kunci untuk terlibat dalam kehidupan pada kultur digital adalah konektivitas. Hal ini mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk berhubungan dengan orang lain. Dalam era digital, komunitas dibangun dari komunikasi berdasarkan pilihan pribadi dan antar individu. Maka individu menjadi poin penting dan krusial dalam konsep komunitas di era digital.

Koneksi *online* individual ini digambarkan sebagai komunitas yang berpindah dengan jaringan. Gambaran ini dilatarbelakangi oleh karakteristik dari orang-orang yang memiliki jaringan yang berbeda berdasarkan minat dan pilihan individu. Sifat komunitas *online* individu melalui jaringan yang berbeda ini digambarkan sebagai

networked individualism (individualisme jaringan).⁷⁷ Di dalam jenis komunitas semacam ini setiap individu berada di pusat komunitas pribadinya sendiri. *Networked individualism* terkait erat dengan kebebasan untuk terlibat, peningkatan mobilitas, keragaman pilihan, dan hubungan-hubungan khusus yang menjadi ciri komunitas *online*. Karena itulah, hubungan yang dibentuk melalui komunitas *online* lebih berpusat pada individu dan bergerak menurut kebutuhan, dengan mengabaikan geografis. Gambaran ini menunjukkan bahwa setiap individu di dalam jaringan *online* memiliki komunitas pribadinya sendiri. Komunitas bergantung pada jaringan individual. Inilah perubahan utama dari sifat dan karakteristik komunitas di era digital.

Karakteristik penting lain dari jaringan *online* adalah fleksibel. Hal ini berarti orang-orang yang terlibat dalam komunitas *online* tidak berbagi ruang geografis yang sama. Waktu dan ruang terpisahkan karena interaksi diantara mereka diatur oleh sebuah sistem yang abstrak. Oleh karena itu, komunitas *online* dapat dipandang sebagai orang yang berbagi ruang maya yang sama dengan menggunakan beragam *platform* media, tetapi ruang geografisnya tidak sama. Media digital menawarkan peluang untuk membentuk hubungan dengan orang yang luas dan beragam tanpa terikat oleh ruang geografis. Komunitas *online* melampaui hal-hal fisik untuk membentuk ruang bersama baru melalui media digital. Komunitas *online* juga bisa digunakan untuk mempertahankan hubungan yang telah ada di dunia non maya, tetapi saat berada ada di dalam jaringan *online* maka terbentuk ikatan sosial baru. Hal ini dikarenakan komunitas *online* digunakan untuk kebutuhan yang berbeda, yaitu bahwa ada *platform* yang menyediakan fasilitas berbagi informasi profesional, ada juga *platform* yang digunakan untuk berbagai pengalaman sehari-hari. Miller menggambarkan komunitas *online* sebagai komunitas transaksi, minat, fantasi dan hubungan. Komunitas jejaring individual ini dibentuk

⁷⁷Christian Villum, *Networked Individualism: The Community Paradigm Change*, CCG-7 Project, Ethnicity, Migration & Citizenship (Aalborg University, 2006), 19.

berdasarkan pilihan dan kebutuhan pribadi, karena itulah dapat digambarkan sebagai *instrumental network community* (komunitas jaringan instrumental).⁷⁸

Perihal valid, nyata dan otentiknya komunitas virtual ini juga menjadi sesuatu yang layak diperhatikan, karena hal itu berkaitan juga dengan rumusan tentang komunitas *online*. Komunitas daring merupakan sebuah ruang sosial baru sebagai lokus orang-orang masih melakukan pertemuan tatap muka, tetapi dengan pemahaman baru atau berbeda tentang arti dari 'bertemu' dan 'berhadapan' dengan seseorang. Komunitas *online* tidak hanya sekedar sebuah ruang untuk berbagi informasi dan minat, tetapi juga mencakup hal-hal emosional. Dengan demikian, meskipun *platform* interaksi telah berubah, tetapi komunitas *online* masih memerlukan tindakan dasar dari pertukaran sosial. Dunia virtual adalah ruang yang diciptakan agar supaya orang-orang dapat berinteraksi seolah-olah di dunia nyata, tetapi melalui media teknologi. Karena itulah komunitas daring bukanlah fiksi. Dunia fiksi adalah mode kemungkinan, sedangkan dunia virtual adalah mode realitas. Berdasarkan hal itu, maka ada integrasi antara komunitas *online* dan *offline*. Kedua jenis komunitas ini bisa dilihat sebagai pelengkap antara yang satu dengan yang lain, sekaligus sebagai perpanjangan jangkauan. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa jika komunitas *offline* dilihat sebagai nyata, maka komunitas *online* tidak dapat dilihat secara berbeda.⁷⁹

Interaksi antar kawan sangat lazim terjadi di platform *online*. Orang-orang berpartisipasi secara teratur dalam sebuah grup dan komunitas *online*, kemudian berinteraksi dengan anggota lain, dan saling memengaruhi. Beberapa faktor dapat diajukan sebagai penjelasan tentang kontinuitas sebuah komunitas daring dengan aktivitas-aktivitas digitalnya, atau tentang kegagalan komunikasi antar

⁷⁸Vincent Miller, *Understanding Digital Culture* (Sage Publication, 2011), 190.

⁷⁹Cloete, "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection," 4.

anggota sehingga sebuah komunitas daring akhirnya berhenti dan mati. Beberapa faktor berikut mengurai hal tersebut:

Yang pertama, dan mungkin yang terpenting, adalah sejumlah anggota komunitas yang berkomitmen berkomunikasi pada waktu tertentu. Hal ini adalah indikator yang paling menonjol dalam penilaian keaktifan komunitas daring, meskipun tingkat komitmen antar anggota heterogen, tergantung kepada ketersediaan waktu yang dimiliki oleh masing-masing. Faktor kedua adalah minimnya tingkat saling ketergantungan yang dibutuhkan di antara anggota komunitas untuk mendorong terjadinya interaksi di dalam komunitas tersebut. Ketika para anggota komunitas saling tergantung dalam interaksi sosial dan komunikasi, maka suatu komunitas daring layaknya mati suri, yaitu grup tersebut masih ada di sana, di dunia internet, tetapi tidak aktivitas di dalamnya minimal atau bahkan nihil. Faktor ketiga terkait dengan konteks grup dan struktur jaringan sosial yang membentuk komunitas daring tersebut. Tingkat komunikasi dan interaksi di dalam komunitas formal tentu berbeda bila dibandingkan dengan komunitas non-formal. Ada sedikit kebebasan berekspresi pada komunitas non-formal sehingga keberlangsungan komunitas tersebut dapat dipertahankan. Sedangkan di sisi lain, komunitas formal sangat tergantung kepada konteks, sehingga komunikasi dan interaksi tidak bisa dilakukan di sembarang waktu.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka definisi dari istilah komunitas daring menjadi sesuatu yang diperbincangkan dan diulas secara luas, sejak komunikasi via internet berlangsung. Dalam beberapa kasus, komunitas daring itu ditentukan oleh parameter kehidupan komunitas ad hoc, misalnya minat yang sama atau afiliasi grup yang disengaja. Sedang dalam kasus yang lain, mendefinisikan sekelompok orang sebagai komunitas jika ada interaksi anggota-ke-anggota di dalamnya (*member-to-member interactions*), yaitu ada semacam jaringan sosial interaksi antar anggota. Karena itulah, definisi yang lebih mendetil tentang komunitas daring adalah sebagai berikut: *An online community is a group of people, who come together for a purpose, online, and who are governed by*

*norms and policies and supported by software.*⁸⁰ (Komunitas daring adalah sekelompok orang, yang berkumpul untuk suatu tujuan, secara daring, dan yang diatur oleh norma dan kebijakan serta didukung oleh perangkat lunak).

Definisi semacam ini mencakup bentuk interaksi yang lemah sekalipun, seperti interaksi seputar tugas atau konten tertentu. Dalam komunitas daring semacam itu, konteksnya relatif terbatas dan telah ditentukan. Contoh sederhana dari jenis komunitas daring ini adalah grup pembelajaran yang digunakan oleh guru dan murid-murid dalam sebuah rombongan belajar untuk mendiskusikan mata pelajaran tertentu. Interaksi yang terjadi di dalam jenis komunitas daring semacam ini tidaklah seatraktif komunitas daring lain yang mengumpulkan orang-orang pada minat yang sama. Bila waktu pembelajaran mata pelajaran tersebut telah usai, maka biasanya secara otomatis interaksi di dalam komunitas daring itu berakhir pula.

Definisi tersebut juga mencakup sekelompok pengguna yang sedang berinteraksi dalam forum-forum tertentu yang tidak memerlukan keanggotaan, sehingga terbuka bagi siapa pun yang terhubung dengan jaringan internet. Forum antarmuka ini jamak ditemui pada pelbagai website yang membuka diri pada komentar dan sumbangsih informasi dari luar, semisal laman Wikipedia yang menampung interaksi satu sama lain dalam rangka memelihara halaman dan menambah informasi pada konten tertentu; atau laman video Youtube yang mengizinkan interaksi sosial dalam rangka mengomentari video tertentu. Dalam beberapa konteks ini, interaksi sosial dapat terjadi secara lemah, sedang dalam konteks lain sangat intensif, sampai pada tahap viral dan dikenal oleh kalangan yang tidak terlibat langsung dalam kolom komentar tersebut. Secara umum, komunitas-komunitas di atas termasuk dalam definisi komunitas daring sebagaimana tersebut di awal.

⁸⁰Yaniv Dover and Guy Kelman, "Emergence of Online Communities: Empirical Evidence and Theory," *Plos One* 13, no. 11 (2018).

B. PERSONALISASI ALGORITMIK PADA MEDIA DARING

Presentasi Eli Pariser pada konferensi TED (Technology, Entertainment, Design) pada tahun 2011 tentang *filter bubbles* (gelembung saring),⁸¹ tampaknya menjadi salah satu pemicu ramainya wacana ini dalam dunia akademik di tahun-tahun berikutnya. Berbagai penelitian pun dilakukan oleh para akademisi untuk mengungkap apa yang sesungguhnya sedang berlaku dalam peradaban mutakhir yang serba *online*. Dengan kehadiran internet, manusia terkoneksi secara global ke segala penjuru. Hal tersebut berarti menghubungkan semua orang secara bersama-sama dan komunikasi pun dapat berjalan dengan lancar diantara mereka. Dilihat dari satu sisi, keadaan semacam ini merupakan suatu hal yang positif dan menjanjikan, karena arus informasi semakin tersebar secara luas sekaligus mudah. Tidak hanya menjanjikan dari segi diseminasi, tapi juga dari segi jumlah. Informasi tidak hanya semakin mudah didapatkan, tetapi juga semakin banyak dan berlimpah. Dengan kehadiran internet, sekat pemisah ruang dan waktu pun hampir bisa diruntuhkan. Informasi yang berada di suatu ruang dan waktu tertentu dapat diakses dan disimak di saat yang bersamaan. Meskipun demikian, perubahan alur informasi yang sedang terjadi saat ini mesti mendapat perhatian. Arus informasi yang mengalir secara *online* ternyata mengandung sisi-sisi tertentu yang hampir tak terlihat, sekaligus tanpa disadari. Jika hal tersebut kurang diberikan perhatian secara seksama, maka bisa menimbulkan masalah besar yang belum pernah dialami oleh peradaban manusia masa sebelumnya.

1. Penyuntingan Web Algoritmik

Ada ungkapan terkenal dari Mark Zuckerberg, pendiri Facebook, saat mengomentari *news feed* (umpan berita) pada media sosial: Seekor

⁸¹Eli Pariser, "Beware Online 'Filter Bubbles,'" TED conference, 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s&t=39s>.

tupai yang sekarat di halaman depan Anda mungkin lebih relevan dengan minat Anda saat ini daripada orang yang sekarat di Afrika.⁸² Begitulah gambaran penyuntingan web yang sedang terjadi pada dunia *online*. Facebook bukanlah satu-satunya aplikasi *online* yang melakukan penyuntingan web yang tidak terlihat dan algoritmik ini. Aplikasi lain juga melakukannya, semisal Google. Maka jika seseorang mencari sesuatu, kemudian ada orang lain yang juga mencari sesuatu yang sama, meskipun kejadian tersebut dilakukan bersamaan dan berbarengan, mereka mungkin mendapatkan hasil pencarian yang berbeda. Jika seseorang keluar dari aplikasi mesin pencari itu, ternyata masih terdapat sekitar 57 sinyal yang dapat dilihat oleh Google, yaitu mulai dari jenis komputer yang digunakan, hingga jenis *browser* yang diaplikasikan di tempat ia berada. Sinyal ini digunakan untuk menyesuaikan hasil permintaan seseorang secara pribadi. Yang menjadi permasalahan adalah bahwa semua proses ini sulit untuk dilihat. Seseorang tidak dapat melihat bahwa hasil pencariannya berbeda dengan orang lain.

Bukan hanya Google dan Facebook yang memberlakukan hal yang demikian. Proses seperti ini adalah sesuatu yang berlaku pada semua web. Terdapat banyak perusahaan yang melakukan personalisasi semacam ini. Contoh yang lain adalah Yahoo News, yang merupakan salah satu situs berita yang besar di Internet, saat ini pun web tersebut dipersonalisasi: *different people get different things*. Semua situs berusaha menjalankan personalisasi dengan berbagai cara. Semua proses ini menggerakkan manusia dengan sangat cepat menuju sebuah peradaban dunia yang dikontrol oleh internet yang mampu menunjukkan kepada seseorang apa yang menurutnya ingin dia lihat, tetapi tidak harus apa yang perlu dia lihat. Seperti yang ditegaskan oleh Eric Schmidt, kepala eksekutif Google:

The power of individual targeting – the technology will be so good it will be very hard for people to watch or consume something that has not in some sense been

⁸²https://www.brainyquote.com/quotes/mark_zuckerberg_416520

*tailored for them. We know roughly who you are, roughly what you care about, roughly who your friends are.*⁸³

Inilah yang disebut dengan *filter bubble* (gelembung saring). *Filter bubble* adalah semesta informasi unik pribadi yang diakses oleh seseorang di internet. Apa yang ada di gelembung saring seseorang tergantung kepada identitas dirinya. Identitas tersebut tergantung kepada sesuatu yang ia lakukan secara *online*. Yang menjadi permasalahan adalah bahwa seseorang tidak mempunyai kendali, kontrol dan sensor, serta tidak bisa memutuskan informasi apa yang tersaring dan masuk pada dirinya untuk ia konsumsi. Hal yang juga menjadi pokok permasalahan adalah bahwa seseorang tidak bisa melihat apa yang diedit.

Dalam sebuah tatanan masyarakat penyiaran (*broadcast society*), pekerjaan-pekerjaan tertentu diciptakan untuk mengendalikan arus informasi yang ada, misalnya adalah editor. Kemudian datang era internet yang mengakibatkan pekerjaan para editor itu sirna, karena informasi yang beredar tanpa sensor para editor. Kondisi yang demikian sepertinya bagus dan baik karena manusia akhirnya bisa saling terhubung tanpa pengendali. Tetapi kini terlihat bahwa tampaknya asa yang demikian itu tidak terjadi. Yang justru terlihat saat ini adalah terjadinya peralihan pembawa arah informasi dari penjaga dan pengendali informasi berwujud manusia ke editor berwujud algoritma. Maka persoalan baru muncul, yaitu bahwa algoritma tidak memiliki etika sebagaimana yang dimiliki oleh editor berwujud manusia. Jadi jika algoritma akan mengatur dunia untuk kehidupan manusia serta akan memutuskan apa yang bisa dilihat dan apa yang tidak bisa dilihat oleh manusia, maka harus dipastikan bahwa algoritma tidak bekerja dengan terpaku pada relevansi. Manusia perlu juga memastikan bahwa algoritma juga bisa

⁸³Jason Deans, "Google Chief Warns on Social Networking Dangers," August 18, 2010, <https://www.theguardian.com/media/2010/aug/18/google-facebook>.

menunjukkan kepada mereka hal-hal yang tidak nyaman dan menantang, tetapi penting dan vital.

Pada masa kejayaan koran atau televisi, para editornya berwujud manusia, yang bagaimanapun terikat oleh etika-etika jurnalistik. Etika tersebut juga melekat pada diri para editor sebagai seorang manusia. Tetapi di jaman internet seperti saat ini, editornya adalah algoritma, yaitu sebuah pemrograman teknis pada mesin yang tidak mempunyai etika yang inheren pada dirinya. Satu-satunya etika yang berlaku pada algoritma adalah etika bisnis dan ekonomi yang diinfuskan oleh para programmer yang bekerja sama dengan para ekonom korporasi.

Karena itulah, Amanda Walgrove mencoba mendudukkan perkara ini pada tempatnya. Manusia dapat mengantisipasi narasi besar dan berempati dengan pembaca. Bagaimanapun, editor manusia adalah pembaca yang merespon secara emosional setiap kisah. Memang, komputer dapat mencerna informasi lebih cepat, tetapi mereka hanya mampu memindai tanpa merasakan. Maka penting untuk tidak melupakan bahwa algoritma hanya seefisien manusia yang membuatnya. Karena itulah ia rentan terhadap banyak bias dan kesalahan.⁸⁴

Dalam bukunya yang fenomenal *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*,⁸⁵ Eli Pariser melihat apa yang sedang berlaku di balik tabir mesin pencari (*search engine*) dan teknologi komunikasi untuk mengungkapkan algoritma yang bertanggung jawab membentuk persepsi manusia tentang dunia, sekaligus mengkreasikan suatu pandangan dunia (*worldview*) tertentu. Filter ini memiliki dampak yang signifikan pada cara manusia bereksplorasi dan menentukan lingkungan di sekitar mereka. Dalam bukunya, Pariser menjelaskan tatanan dunia teknologi saat ini, mengidentifikasi para pemain

⁸⁴Amanda Walgrove, "Editor vs. Algorithm: Why the Future of Media Needs Both," June 23, 2015, <https://contently.com/2015/06/23/editor-vs-algorithm-why-the-future-of-media-needs-both/>.

⁸⁵Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* (New York: The Penguin Press, 2011).

utamanya, serta menyarankan beberapa cara bagi konsumen, perusahaan, dan pemerintah untuk menjadi pengguna yang paham, aktif, sekaligus terlindungi dalam era teknologi baru ini.

Menurut Pariser, semua perusahaan dunia saat ini berkehendak untuk mengembangkan filter terbaru, sekaligus personalisasi terbaik yang melampaui hasil pencarian sponsor yang mampu memfilter ke urutan atas. Pariser menyebut fenomena ini dengan istilah *race for relevance*.⁸⁶ Dia menjelaskan bahwa setiap klik mouse pengguna internet mengirimkan *click signals* (sinyal klik) yang memberikan arahan kepada perusahaan-perusahaan apa yang menarik bagi seorang individu tertentu. Dengan demikian, perusahaan dapat melacak preferensi seseorang, bahkan mengetahui durasi waktu yang digunakan oleh individu tersebut untuk menunggu, serta melanjutkan menjelajah setelah klik awal.

Kemampuan untuk mengumpulkan beragam informasi yang berlimpah di tingkat individu ini telah menyebabkan munculnya bidang baru yang disebut *data market* (Pasar Data). Pasar baru ini dilirik sebagai komoditas kapital oleh para pemodal dan pebisnis, sehingga terdapat beberapa perusahaan yang memfokuskan diri pada *data market* ini. *Core business* dari perusahaan-perusahaan tersebut adalah menjual data pribadi seseorang dalam rangka membantu sebuah perusahaan untuk membuat iklan bertarget demi meningkatkan keuntungan. Pasar data semacam ini tidak bekerja pada wilayah data yang kecil dan remeh, tetapi pada sebuah wilayah yang disebut dengan *big data* (data besar).

Untuk memahami definisi dari *big data* dengan mudah, terdapat akronim tiga V yang sering dirujuk sebagai cakupan arti dari *big data*. Ketiga V tersebut adalah:

- 1) *Volume* (kapasitas): Ukuran data besar adalah karakteristik pertama dari *big data*. Ukuran himpunan data dapat berkisar dari terabyte hingga zettabytes, atau lebih besar. Facebook, misalnya, menyimpan sekitar 100 petabyte media berupa foto dan video

⁸⁶Ibid., 11.

pada 2012, yang diunggah oleh 845 juta pengguna di seluruh dunia;

- 2) *Velocity* (kecepatan): *Velocity* adalah sebuah karakteristik kecepatan pada aliran data yang dihasilkan serta kecepatan perubahan pada data. Berbagai sumber data di seluruh dunia menghasilkan data tiada henti. Keadaan yang demikian menghasilkan *big data* yang memiliki kecepatan *refresh* yang sangat tinggi, dan juga durasi waktu yang singkat untuk memproses data. Pada kasus Facebook, meskipun telah ada data sekitar 100 petabyte, tetapi masih terdapat 1,13 miliar pengguna aktif setiap hari yang mengunggah 900 juta foto setiap hari;
- 3) *Variety* (Variasi): Data dapat memiliki format yang beragam dan saling melengkapi, diantaranya adalah file database, file XML, dan log data dari berbagai perangkat dan aplikasi. Selain itu, terdapat pula tipe data yang tidak terstruktur, misalnya adalah gambar, video, *audio stream*, dan sebagainya. Dengan kondisi yang demikian, maka *big data* bersifat masif, berkelanjutan, dan komprehensif. Hal inilah yang menyebabkan *big data* mempunyai nilai komersial potensial yang tinggi, dikarenakan adanya kemajuan dalam bidang teknik analisis data, seperti *machine learning* (mesin pembelajar) dan *data mining* (penambangan data).⁸⁷

Karakteristik *big data* yang khas tersebut tentunya berlainan dengan sifat dari data tradisional. Sebagaimana data tradisional, *big data* juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kategorisasinya dapat dijelaskan berikut ini:

- 1) *Comprehensiveness* (kelengkapan): *Big data* tidak hanya menangkap hal-hal yang utama, tetapi juga menjangkau data-data yang terkait dengan perincian dan ketelitian. Hal tersebut sangat berguna untuk aktivitas analisa di masa mendatang. Kepopuleran *smartphone* dan penggunaan jejaring sosial tidak hanya dapat menghubungkan banyak individu tetapi juga mampu mendistribusikan data-data

⁸⁷Fan Liang et al., "A Survey on Big Data Market: Pricing, Trading and Protection," *IEEE Access* (2018): 2.

semisal gambar dan video. Di sisi lain, data tradisional hanya berkuat pada daftar kontak saja. Sedang *big data* dapat mencakup banyak sensor dan data yang ada di *smartphone*, serta dapat merekam informasi sebanyak-banyaknya, seperti lokasi, informasi wajah, informasi suara, dan sebagainya. Perincian komprehensif yang diberikan oleh informasi tambahan tersebut berguna untuk menggambarkan individu tertentu. Berdasarkan hal itu, aplikasi *big data* mampu melakukan analisa lebih mendalam di masa mendatang serta memberikan layanan yang disesuaikan.

- 2) *Constancy* (keteguhan): *Big data* mampu menangkap informasi secara konstan. Salah satu contoh adalah dalam bidang kesehatan. Biasanya seseorang melakukan pemeriksaan kesehatan fisik sekali dalam setahun atau dua tahun. Pihak rumah sakit mencatat semua indeks kesehatan dasar untuk setiap pasien yang dirawatnya. Beberapa catatan tersebut termasuk tekanan darah, suhu tubuh, tinggi, berat badan, dan jenis catatan yang lain. Saat ini, dengan kecanggihan teknologi, sistem baru dapat dijalankan untuk merekam metrics tersebut secara terus menerus, kapan saja dan dimana saja. Apple Watch dan Sports Bracelet adalah contoh dari sistem tersebut. Teknologi mutakhir ini mempunyai potensi untuk mendapatkan data populasi besar yang sangat sering untuk analisis data besar yang mendalam.
- 3) *Multiplicity* (multiplisitas): Perbedaan lain antara *big data* dan data tradisional adalah pada struktur data. *Big data* lebih banyak memiliki data yang semi terstruktur dan bahkan tidak terstruktur. Sedang di sisi lain, himpunan data tradisional telah tersusun secara terstruktur. Para perancang data tradisional telah mengetahui tipe, jenis dan struktur sumber data tradisional. Mereka juga telah menyadari peruntukannya bahwa data tersebut dipakai untuk basis data tradisional. Contoh dari aplikasi bisnis yang tipikal dengan tipe data terstruktur tradisional yang mudah digunakan dan dikelola adalah tanda terima pembayaran, daftar gaji, dan daftar inventaris. Sebaliknya, sumber data yang semi terstruktur atau

bahkan tidak terstruktur sulit dikelola dan dikendalikan. Contoh dari sumber data tidak terstruktur adalah streaming video, file audio, dan data teks yang sebagian besar memiliki ukuran, pengodean, dan konteks yang berbeda-beda. Karena itulah, menganalisis dan mengelola data yang tidak terstruktur cukup rumit dan sulit karena *bit* data tidak ditentukan sebelumnya.⁸⁸

Kehadiran teknologi mutakhir dalam mengelola *big data* juga merubah lanskap media dengan munculnya fenomena *disintermediation* – *the elimination of middlemen* (disintermediasi - penghapusan perantara). Pada dasarnya, disintermediasi mengacu pada gangguan dalam proses yang ditempati oleh agen penghubung. Entitas ini berperan sebagai agen perantara antara sumber informasi dengan konsumen informasi. Perantara yang mapan ini disintermediasi dari posisi yang telah mapan karena tergantikan atau bisa jadi dihilangkan seluruhnya dan diambil alih oleh pengoperasian teknologi digital.⁸⁹ Contoh praktisnya di lapangan, yaitu dengan adanya teknologi internet seseorang tidak lagi harus bergantung pada media massa tradisional semisal surat kabar atau koran untuk menafsirkan sebuah siaran pers. Saat ini, setiap orang dapat membaca transkrip asli dan memutuskan sendiri tafsirnya atas transkrip tersebut.

Perubahan lanskap media sebagaimana digambarkan di atas merupakan salah satu perubahan dalam wacana tentang *big data* yang berjalan seiring dengan teknologi personalisasi web. Dampak dari teknologi ini bisa juga terlihat pada beranda berita yang didorong oleh respons atas sinyal klik. Proses tersebut dapat menyebabkan berita utama yang kemungkinan memuat informasi yang penting dapat ditenggelamkan oleh berita hiburan. Lebih jauh lagi, teknologi ini juga berpotensi menghilangkan aspek kebetulan pada peradaban kehidupan manusia. Manusia modern telah memadatkan berita ke sebuah titik dimana persepsi mereka tentang kenyataan terdistorsi secara efektif. Distorsi informasi ini mengacu kepada istilah *filter*

⁸⁸Ibid., 3.

⁸⁹Paul Maharg, “Disintermediation,” *The Law Teacher* 50, no. 1 (2016): 114.

bubble (gelembung saring). Keberadaan filter yang dipersonalisasi ini bertentangan dengan proses kognitif alami manusia. Filter itu membatasi seseorang untuk diperhadapkan dengan ide-ide yang bertentangan, dan juga menghilangkan berbagai dorongan utama yang membuat manusia berhasrat untuk belajar.

Pariser memperingatkan tentang resiko dan bahaya dunia yang terlalu disesuaikan dengan kepentingan pribadi. Ia pun menyesali hilangnya sebuah kebetulan (*serendipity*) dalam pengalaman kehidupan manusia. Pariser menjelaskan bahwa dalam pandangan evolusi tentang inovasi, elemen kebetulan acak (*random chance*) itu sesungguhnya bukanlah kebetulan. Hal yang demikian sangat diperlukan, yaitu bahwa inovasi membutuhkan kebetulan. Tetapi saat ini, manusia tidak lagi diperhadapkan dengan ide-ide yang bertentangan dengan pendapat mereka. Padahal sesungguhnya agar inovasi dan pembelajaran yang sebenarnya bisa terjadi, komunitas global perlu dihadapkan dengan informasi yang bertentangan dan baru yang menantang gagasan yang ada.

Setelah orang-orang mengklik sebuah tautan di internet, mereka akan cenderung melihat tautan serupa pada langkah berikutnya, sehingga memperkuat minat mereka sendiri. Pariser menegaskan berikut:

Your identity shapes your media, and your media then shapes what you believe and what you care about. You click on a link, which signals an interest in something, which means you're more likely to see articles about that topic in the future, which in turn prime the topic for you. You become trapped in a your loop, and if your identity is misrepresented, strange patterns begin to emerge, like reverb from an amplifier.⁹⁰

Pernyataan Pariser tersebut mengingatkan bahwa identitas seseorang membentuk media, lalu media seseorang membentuk yang ia yakini dan yang ia pedulikan. Ketika seseorang mengklik tautan, yang menandakan bahwa dirinya berminat terhadap sesuatu, maka hal itu berarti ia akan melihat artikel tentang topik yang sama di masa

⁹⁰Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, 125.

mendatang. Keadaan ini menjadikan topik tersebut sebagai topik yang primadona bagi dirinya sendiri. Maka seseorang akan terperangkap di dalam lingkarannya sendiri.

Ketika gerak eksplorasi kognitif dihambat, atau mungkin dihindari, maka tidak akan ada ruang untuk penemuan, inovasi, dan perubahan. Filter pada dunia internet mampu memilah dan memisahkan seseorang dari kepentingan umum. Bisa saja terjadi bahwa dunia seseorang tentang pembaruan status, *tweet*, dan berita yang dipersonalisasi menjadi sebuah kenyataan. Tetapi yang mengkhawatirkan adalah bahwa tidak ada tanda penafian di bagian atas layar yang memperingatkan bahwa ada dunia lain yang luas di luar 'lingkaran anda' (*your loop*).

Berkenaan dengan hal tersebut, Thomas Beretich membicarakan dua hal penting yang saling terkait, yaitu *online tracking* dan *filter bubble*. Ia menyatakan bahwa *tracking technology* (teknologi pelacakan) sangatlah kontroversial antara batasan pilihan vis-à-vis pengalaman pengguna di internet. Padahal pada mulanya teknologi tersebut diciptakan sebagai alat yang diharapkan dapat membantu manusia untuk membuat keputusan yang lebih cerdas tentang apa yang dibeli, siapa yang ditemui atau bahkan bagaimana seseorang sampai pada suatu posisi moral dan politik tertentu. Dengan mengizinkan sebuah layanan untuk terus melacak, memodelkan dan memprediksi minat seseorang, sesungguhnya manusia modern telah mendelegasikan kepada teknologi kendali kemampuan untuk memilah dan memilih bidang-bidang dan orang-orang serta, dalam konteks sosialisasi internet, definisi kepribadian manusia itu sendiri.⁹¹

Elemen mendasar yang sangat penting tentang tata dan cara kerja internet saat ini, dari sudut pandang komersial, adalah *online behavioral tracking* (pelacakan perilaku daring). Penggunaan pelacakan perilaku *online* telah merebak di internet. Pemrograman ini merupakan fungsi

⁹¹Thomas Beretich, "How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are," *SSRN Electronic Journal* (2013): 2, <https://ssrn.com/abstract=2878750>.

dari permintaan komersial serta kemunculan teknologi *big data* (data besar) yang memungkinkan analisis penyimpanan data yang semakin besar dalam memprediksi perilaku pengguna. Meningkatnya kualitas analisis dan prediktabilitas menyebabkan suburnya pasar iklan yang lebih bertarget, efisien dan efektif.

Meskipun penggunaan agen personalisasi dalam mengumpulkan dan menganalisis aktivitas pengguna di web bukanlah fenomena baru, tetapi hal tersebut kini menjadi semakin masif. Agen personalisasi itu bertugas untuk memberikan konten yang disesuaikan dengan pengguna. Pengaplikasiannya oleh korporasi mesin pencari dan pengiklan web memunculkan atensi yang luas dalam persoalan privasi. Jika melihat teknologi pelacakan dari sudut pandang penggunaannya dalam periklanan *online*, perdebatan yang muncul tampaknya berkisar tentang pergulatan antara konsumen dan pebisnis mengenai kontrol atas konten dan frekuensi iklan. Namun, penggunaan teknologi pelacakan itu kini telah mencapai area yang menyentuh hak-hak dasar privasi dan kebebasan memilih dalam bergaul dengan gagasan dan komunitas apa pun.

Inilah salah satu penggambaran *filter bubble*. Gelembung saring itu digambarkan sebagai suatu keadaan akibat dimana pengguna internet dipisahkan dari informasi yang tidak sependapat dengan sudut pandang mereka, sehingga mengisolasi mereka dalam gelembung budaya atau ideologis. Penyesuaian informasi kepada pengguna internet adalah hasil dari kemajuan dalam teknologi pelacakan dan algoritma penambangan data (*data mining algorithms*). Secara khusus, algoritma situs web menggunakan informasi tentang pengguna seperti lokasi, perilaku klik, riwayat pencarian dan informasi spesifik lainnya, seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, seksualitas, dan sebagainya. Informasi tersebut dikumpulkan, baik secara eksplisit maupun implisit, kemudian algoritma memilihkan informasi untuk ditampilkan kepada pengguna berdasarkan prediksi algoritma.

Beretch menjabarkan empat aplikasi *online* terkenal yang menggunakan teknologi *filter bubble*:⁹²

1. Google

Salah satu firma mesin pencari ini dianggap sebagai pelopor dalam persoalan personalisasi, yaitu bahwa hasil pencarian disesuaikan dengan identitas pengguna. Hasil pencarian yang dipersonalisasi Google didasarkan pada riwayat pencarian pengguna yang *login*. Berbeda dengan algoritma pencarian web sebelumnya yang melihat relevansi istilah pencarian dengan halaman web, Google lebih berfokus pada aktivitas masa lalu pengguna ketika berselancar. Kemudian mesin pencari ini membuat kesimpulan berdasarkan informasi tersebut.

Pada tanggal 4 Desember 2009, pencarian yang dipersonalisasi (*personalized search*) diperkenalkan kepada semua pengguna Google, bahkan juga ditujukan kepada pengguna yang tidak masuk ke akun Google. Ada beberapa kekhawatiran yang muncul berkenaan dengan perkembangan model teknologi pencarian semacam ini, diantaranya adalah mengurangi kemungkinan menemukan informasi baru dengan bias berdasarkan hasil pencarian yang ditemukan sebelumnya. Kekhawatiran berikutnya adalah masalah privasi bagi para pengguna yang tidak mengetahui aspek personalisasi pencarian mereka, dan efek yang mengganggu bagi industri optimisasi mesin pencari yang mengandalkan peringkat terstandarisasi di seluruh pengguna dan bukan di peringkat individual.

2. Facebook

Fitur personalisasi instan Facebook diluncurkan pada Februari 2011. Secara *default*, fitur ini memungkinkan beberapa situs, seperti Pandora atau Bing, mempersonalisasikan situs mereka berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari akun seseorang. Dengan mengizinkan aplikasi pihak ketiga dan situs web untuk

⁹²Ibid., 9–11.

mendapatkan akses ke data pribadi pengguna Facebook, maka Facebook pada gilirannya akan mendapatkan akses memiliki data yang dihasilkan dari interaksi ini dan melancarkan strateginya pada dominasi data.

Dilihat dari sudut pandang komersial, Facebook tampaknya tidak punya pilihan untuk melakukan hal lain, karena ia bersaing langsung dengan Google. Ia harus mengembangkan cara untuk membuat para penggunanya terlibat dengan Facebook bahkan ketika mereka sedang tidak berada di situs itu. Hal ini bisa dilakukan melalui jaringan iklan eksternal yang menggunakan aset data yang diperoleh oleh *Facebook Exchange*, yaitu sistem iklan penawaran waktu nyata.

3. Yahoo

Pada awal 2012, Yahoo mulai mendorong peningkatan kinerja pada personalisasi konten untuk para penggunanya. Bagi para pengguna baru, *news feed* (umpan berita) dimulai dari sesuatu yang generik atau umum. Kemudian dengan semakin seringnya suatu tema diklik, maka umpan tersebut akan mulai menyesuaikan berdasarkan pilihan pengguna artikel dan cerita. Namun, terdapat pula beberapa input pengguna yang aktif dan sadar, berada di sisi kanan setiap cerita dengan mengklik X akan mengurangi penekanan pada topik tertentu dalam *news feed*. Dalam rangka upaya untuk lebih lanjut tentang pentingnya integrasi dengan situs media sosial lainnya, Yahoo akan memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan situs-situs seperti Flickr, Facebook dan Twitter, serta memungkinkan bertukar data pelanggan tentang transaksi sosial ini.

4. Microsoft

Sebagaimana Facebook, Microsoft juga memiliki musuh bersama, yaitu Google. Strategi personalisasi yang dibuat untuk *search engine* (mesin pencari) Bing berfungsi sebagai penyeimbang terhadap dominasi Google di web. Dalam rangka itu, saat ini situs Bing menyertakan hasil pencarian dengan aktivitas

Facebook oleh teman-teman si pengguna yang terkait dengan istilah pencarian. Dikarenakan algoritma web Bing menganggap hasil sosial itu relevan, maka kemunculannya dalam modul Facebook lebih tinggi di halaman. Terdapat pula fitur yang menarik yang disematkan pada situs Bing ini, yaitu bahwa apabila para pengguna merasa tidak nyaman dengan personalisasi instan Facebook dan teknologi kombinasi Bing, mereka dapat memilih keluar melalui pesan *pop-up* dalam lima kali pertama mereka mengakses fitur.

2. Ragam Personalisasi Virtual

Pembahasan lebih detil tentang wacana seputar personalisasi yang terjadi pada dunia internet ini disampaikan oleh Frederik Borgesius. Dilihat dari kategorisasi secara umum, terdapat dua jenis personalisasi, yaitu personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) dan personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*). Terdapat pula istilah yang lain untuk menggambarkan fenomena serupa, yaitu personalisasi eksplisit (*explicit personalization*) dan personalisasi implisit (*implicit personalization*). Personalisasi eksplisit merujuk ke personalisasi yang dipilih sendiri, sedang personalisasi implisit mengacu ke personalisasi yang dipilih sebelumnya.⁹³

Personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) mengindikasikan suatu situasi yang terjadi pada seseorang yang dengan sengaja memilih untuk mendapatkan dan menemukan informasi, pendapat, gagasan dan ide yang serupa dengan dirinya secara eksklusif. Contoh dari jenis personalisasi ini adalah seseorang yang menentang pendapat dari komunitas yang lain berkehendak untuk menghindari informasi apa pun yang datang dari komunitas tersebut, sambil memperhatikan isu-isu yang berkembang pada tema yang sedang menjadi fokus dan perhatiannya. Orang cenderung

⁹³Frederik J. Zuiderveen Borgesius et al., "Should We Worry about Filter Bubbles?," *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation* 5, no. 1 (2016): 3.

menghindari informasi yang menantang sudut pandang mereka, misalnya dengan menghindari situs berita yang sering menampilkan opini dan artikel yang mendukung kubu yang berseberangan. Dalam ilmu komunikasi, fenomena ini dikonseptualisasikan sebagai ‘paparan selektif’ (*selective exposure*).

Personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*) terkait dengan personalisasi yang dikreasikan dan didorong oleh situs web, pengiklan, firma *platform* atau agen lain. Jenis personalisasi ini seringkali tanpa pilihan, masukan, pengetahuan dan persetujuan dari pengguna yang disengaja. Kekhawatiran tentang personalisasi yang dipilih sebelumnya inilah diacu dengan istilah *filter bubble*.

Terdapat banyak kekhawatiran dan keprihatinan tentang fenomena personalisasi ini. Efek dan dampak dari personalisasi bisa merambah area mana pun, mulai dari demokrasi sampai dengan kemungkinan penyortiran sosial. Dilihat dari sudut pandang itu, personalisasi adalah salah satu pekerjaan rumah peradaban manusia yang mesti menjadi fokus perhatian.

Salah satu dampak komunikasi yang dipersonalkan terhadap demokrasi adalah bahwa manusia akan menghadapi lebih sedikit pendapat. Kondisi semacam ini memiliki efek negatif pada ruang publik dan proses pembentukan opini yang demokratis. Secara praktik di lapangan, pemesanan dan pemeringkatan informasi dalam konteks *search engine* (mesin pencari) dapat memengaruhi akses informasi dan keragaman informasi yang diekspos kepada orang-orang.

Terdapat resiko yang harus ditanggung ketika terlalu banyak terjadi personalisasi informasi. Pada personalisasi yang dipilih sendiri, orang-orang mengunci diri mereka dalam sebuah ruang yang diistilahkan dengan *information cocoons* (kepompong informasi). *Information cocoons* digambarkan sebagai “*Communication universes in which we hear only what we choose and only what comforts us and pleases us.*”⁹⁴

⁹⁴Cass R. Sunstein, *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge* (New York: Oxford University Press, 2006), 9.

Contoh dari kepompong informasi ini adalah ketika seseorang dapat memilih sendiri personalisasi dengan mengikuti akun-akun tertentu di *platform* media sosial. Akun-akun yang diikutinya tersebut memiliki pandangan dan pendapat yang sama.

Paling tidak, ada dua risiko personalisasi bagi kehidupan demokrasi. Pertama, dalam masyarakat demokrasi, orang-orang perlu memperoleh pendapat dan gagasan yang berbeda dengan pendapat dan gagasan yang ada pada diri mereka sendiri. Hal seperti ini sesungguhnya berguna bagi diri mereka sendiri karena bertemu dengan pendapat dan gagasan berbeda berarti mengembangkan diri mereka sendiri sepenuhnya. Jika hal itu tidak dilakukan, orang-orang bisa saja terjebak dalam lingkaran penguatan sikap dan pandangan. Jika telah terjadi penguatan pendapat yang terlalu, maka bisa mengarah ke sudut yang pandang yang lebih ekstrim. Kekhawatiran yang muncul adalah bahwa orang-orang tersebut tersilap dan lupa bahwa ada alternatif pendapat yang lain. Dampaknya adalah bahwa mereka bisa terbungkus dalam posisi yang kaku. Kondisi yang sedemikian rupa pada akhirnya dapat menghambat pembangunan konsensus dalam masyarakat. Padahal pertemuan yang tidak terencana dan tidak terantisipasi merupakan pusat dari demokrasi itu sendiri.

Risiko yang kedua adalah bahwa apabila orang-orang tersebut mengunci diri dalam kepompong informasi mereka sendiri, maka mereka kemungkinan memiliki pengalaman umum yang minim dan sedikit. Sedangkan di sisi lain, masyarakat demokrasi yang beragam membutuhkan pengalaman-pengalaman bersama sebagai '*social glue*' (perekat sosial).

Dalam wacana kebijakan publik, fokus perhatian tertuju kepada website *search engine* (mesin pencari), *app stores* (toko aplikasi), dan situs-situs jejaring sosial sebagai penjaga gerbang (*gatekeepers*) baru dan *influencer* opini publik. Sebenarnya, terdapat kebijakan yang mengatur kontrol dari penjaga gerbang itu. Kebijakan tersebut memiliki peran yang penting karena kendali semacam itu dapat mengancam realisasi

tujuan kebijakan publik yang fundamental, seperti keragaman media, debat publik, dan persaingan di pasar gagasan.

Namun, para perantara informasi kekinian, seperti mesin pencari, situs jejaring sosial, dan toko aplikasi, berbeda dalam banyak hal dengan kategori *gatekeeper* (penjaga gerbang) tradisional, seperti para pemilik dan para pengontrol atau editor konten dan infrastruktur media massa, pers, atau koran. Salah satu perbedaan yang paling penting diantara kedua model *gatekeeper* itu adalah pada rangkaian mekanisme yang digunakan untuk melakukan kontrol. Mekanisme yang berlaku pada perantara informasi kekinian adalah bahwa kontrol tersebut terkait dengan interaksi dengan pengguna, jumlah pengetahuan dan kontrol yang mereka miliki atas basis pengguna, dan paparan terhadap beragam informasi.

Sebuah penelitian telah dilakukan terhadap para pengguna *platform* media sosial, yaitu bahwa Facebook telah membujuk para penggunanya untuk menggunakan hak suaranya dalam sebuah pemilihan umum di Amerika Serikat. Hasil dari dorongan itu menunjukkan bahwa *platform* media sosial merupakan salah satu *influencer* opini yang handal. Dinyatakan bahwa pesan sosial Facebook meningkatkan jumlah pemilih langsung sekitar 60.000 pemilih, dan secara tidak langsung melalui penularan sosial oleh 280.000 pemilih lainnya, dengan total 340.000 suara tambahan. Hal itu menggambarkan keterwakilan sekitar 0,14% dari populasi usia pemilih sekitar 236 juta pada 2010.⁹⁵ Karena kekuatan *gatekeeper* inilah maka marak wacana tentang transparansi yang bermakna mengenai algoritma dan praktik pembuatan profil mereka.

Hasil penelitian di atas memiliki banyak implikasi, diantaranya adalah berhasilnya mobilisasi politik secara *online*. Mobilisasi secara online tersebut tidak hanya mendorong munculnya ekspresi diri politik tetapi juga mendorong pengumpulan informasi dan partisipasi pemilih yang nyata dan dapat divalidasi. Penelitian itu juga

⁹⁵Robert M. Bond et al., "A 61-Million-Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization," *Nature* 13, no. 489(7415) (2012): 1.

menunjukkan bahwa mobilisasi sosial dalam jaringan *online* lebih efektif secara signifikan daripada mobilisasi informasi saja. Salah satu yang jitu untuk dilakukan adalah dengan menampilkan wajah yang akrab bagi pengguna. Cara ini ternyata dapat meningkatkan efektivitas pesan mobilisasi secara dramatis.

Di samping efek langsung dari mobilisasi *online* tersebut, penelitian di atas juga menunjukkan pentingnya pengaruh sosial untuk memengaruhi perubahan perilaku. Studi validasi yang mereka lakukan menunjukkan bahwa teman dekat memberikan pengaruh sekitar empat kali lebih banyak pada total jumlah pemilih yang divalidasi dan dimobilisasi daripada pesan itu sendiri. Beberapa penelitian yang lain juga menunjukkan fenomena serupa, bahwa bahwa saat perilaku ini menyebar melalui jaringan, tindakan memilih rata-rata menghasilkan tiga suara tambahan. Dengan demikian, upaya untuk memengaruhi perilaku harus memperhatikan tidak hanya efek pesan pada mereka yang menerimanya, tetapi juga kemungkinan bahwa pesan dan perilaku yang ditimbulkannya akan menyebar dari orang ke orang melalui jaringan sosial. Hal yang demikian memiliki implikasi bagi pemahaman manusia tentang peran media sosial *online* dalam masyarakat. Secara lebih luas, penelitian tersebut menunjukkan bahwa pesan *online* dapat memengaruhi berbagai perilaku *offline*.⁹⁶

Selain dampaknya bagi kehidupan demokrasi, komunikasi yang dipersonalisasi juga dapat membatasi otonomi orang. Dalam keadaan yang demikian, pendapat seseorang mungkin dikemukakan oleh media yang dipersonalisasi, sementara ia tidak sadar akan terpengaruh. Helberger mempunyai pandangan tersendiri terkait personalisasi ini, terutama tentang personalisasi yang dipilih sendiri. Menurutnya, tetap saja bahwa suatu pilihan diserahkan sepenuhnya kepada masing-masing individu untuk memutuskannya. Satu-satunya tolok ukur untuk menilai pilihan seseorang adalah apakah pilihannya tersebut benar-benar mencerminkan preferensi pribadinya. Dengan

⁹⁶Ibid., 5.

kata lain, tidak ada pilihan yang ‘salah’. Suatu pilihan bisa dinilai ‘salah’ jika pilihan tersebut dipaksakan padanya, atau merupakan hasil dari manipulasi dan ketidakmampuan untuk membuat pilihan yang benar-benar pribadi. Dengan demikian, pemaparan tentang *diversity by design* (keanekaragaman dengan desain) adalah dalam rangka memungkinkan pilihan otonom bagi pengguna.⁹⁷

Di tengah konsepsi otonom ini, keberagaman pemaparan adalah penghormatan terhadap otonomi pribadi dan pilihan individu, yang bermuara pada pengakuan atas martabat dan kesetaraan pribadi. Tidak seorang pun selain individu itu sendiri yang berhak menentukan apakah paparan terhadap jenis informasi, konten, atau media itu berharga atau tidak berharga. Dengan demikian, bagian dari otonomi individu adalah juga hak untuk memilih tolak ukurnya sendiri dalam rangka menilai kualitas dan kegunaan informasi.

Hal lain yang juga perlu untuk diperhatikan adalah kurangnya transparansi terkait personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*). Kurangnya transparansi dapat memengaruhi cara orang merespons pesan yang dipersonalisasi, dan juga dapat mempersulit regulator untuk memantau sektor media. Jika orang-orang tidak menyadari bahwa mereka melihat konten yang dipilih sebelumnya, mereka mungkin berpikir mereka melihat konten yang sama dengan orang lain. Padahal, di sisi lain, transparansi tentang algoritma pencarian dapat membantu menyiarkan keragaman media dan akses informasi, serta membantu untuk mengurangi risiko gelembung saring (*filter bubble*). Transparansi itu sendiri mungkin tidak mendorong keragaman pasokan dan paparan berita atau informasi, tetapi transparansi diperlukan untuk mendeteksi masalah pada keanekaragaman.

Penyortiran sosial dan praktik diskriminatif adalah topik lain yang perlu mendapat atensi terkait dengan komunikasi yang dipersonalisasi ini. Maksud dari penyortiran sosial adalah

⁹⁷Natali Helberger, “Diversity by Design,” *Journal of Information Policy* 1 (2011): 452.

pengklasifikasian orang dan populasi berdasar berbagai kriteria. Pengklasifikasian itu dimungkinkan untuk dilakukan berdasarkan pemerolehan data-data pribadi dan kelompok. Terdapat berbagai tujuan dari aksi ini, diantaranya adalah untuk menentukan siapa yang harus ditargetkan untuk memperoleh perlakuan khusus, kecurigaan, kelayakan, inklusi, akses, dan sebagainya. Secara khusus, profil dan klasifikasi dalam satu domain tertentu, misalnya dalam iklan, dapat melampaui konteks aslinya dan menentukan domain lain dalam hidup seseorang. Dengan demikian, pemilihan sosial dapat mengikis toleransi dan saling ketergantungan antar berbagai kelompok yang memungkinkan masyarakat untuk bekerja.

Dilihat secara umum, personalisasi bisa jadi adalah sebuah kelaziman dalam kehidupan manusia, terutama pada personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*). Orang-orang secara selektif mencari dan menggunakan informasi yang sesuai dengan kepercayaan dan pendapat yang sudah ada sebelumnya. Mereka cenderung menghindari konten media yang bertentangan dengan keyakinannya, misalnya penonton atau pemirsa siaran media partisan secara umum adalah juga partisan. Tetapi hal ini tidaklah menjadi sebuah permasalahan dari sudut pandang normatif. Karena itulah salah satu wacana yang juga menarik untuk diperhatikan adalah tidak hanya tentang paparan selektif, tetapi juga penghindaran selektif.

Di sisi yang lain, personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*) berbeda dengan personalisasi yang dipilih sendiri, karena hasil pilihan bukanlah berasal dari si pengguna, tetapi dari pilihan yang ditentukan oleh algoritma. Pada umumnya, hal ini diketahui dari rekomendasi di situs belanja *online*, situs YouTube dan dalam konteks hasil pencarian *online*. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa terdapat bukti 11% pencarian Google berbeda antar pengguna yang disebabkan oleh personalisasi. Meskipun demikian, belum ada tolak ukur yang memadai untuk menilai tingkat

presentasi ini termasuk tinggi atau tidak.⁹⁸ Yang dapat dipastikan adalah bahwa personalisasi juga bekerja pada mesin pencari seperti Google.

Sementara itu, personalisasi algoritmik semacam ini masih kurang lazim bekerja pada situs berita. Pada umumnya, para pengakses situs berita memiliki pilihan tentang personalisasi pada berita *online*, yaitu apakah akan dipersonalisasi atau tidak. Personalisasi di situs web berita saat ini masih dalam tahap pertumbuhan. Di kemudian hari bisa jadi akan menjadi suatu keumuman, sehingga personalisasi algoritmik pun bekerja pada situs-situs berita yang menampilkan informasi secara *online*. Jika dinyatakan bahwa fitur personalisasi belum menjadi sebuah hal yang lazim bekerja pada situs berita, tetapi tidak demikian pada jenis layanan berita *online* yang lain, yang disebut dengan *news aggregator* (pengumpul berita).

News aggregator adalah sebuah rangkaian sistem yang menampilkan berita dari berbagai sumber ke dalam sebuah tampilan sederhana. Sistem ini berkerja dengan kurasi, yaitu dengan berdasarkan pada keinginan pengguna untuk menampilkan jenis informasi sesuai dengan keinginan (*user curated*). Mekanisme yang bekerja pada *news aggregator* hampir serupa dengan *search engine*. Yang membedakan adalah bahwa *news aggregator* ini menampilkan pencarian artikel dan berita. Dengan demikian, *news aggregator* adalah pengumpul beberapa konten dari berbagai situs, sehingga pengguna dapat menghemat waktu dalam upayanya mengakses beragam website. *News aggregator* berfungsi pada kecepatan pengguna untuk mendapatkan data berita dan informasi, sehingga fitur ini membantu dalam menyederhanakan dalam pencarian informasi. Pengguna tidak perlu lagi menelusuri berbagai situs berita untuk mendapatkan informasi, karena semua informasi yang dibutuhkan telah tersedia secara praktis dalam satu aplikasi tertentu. Salah satu kemudahan yang didapatkan oleh pengguna adalah bahwa ia akan mendapatkan notifikasi pada berita

⁹⁸Borgesius et al., "Should We Worry about Filter Bubbles?," 7.

atau informasi yang diminati. Salah satu yang masyhur dan digunakan secara luas adalah fitur *Line Today* yang ada pada aplikasi Line.

Line adalah salah satu *platform* komunikasi *online* yang terkenal di Indonesia, saat ini memiliki sekitar 90 juta pengguna yang tersebar senusantara. Dilihat dari sisi demografis, pengguna aplikasi Line pada umumnya adalah kaum perempuan. Jika dibandingkan dengan pengguna laki-laki, perbandingan persentasenya 55% berbanding 45%. Pengguna anak muda mendominasi penggunaan aplikasi Line. Umur mereka berkisar antara 18-32 tahun. *Line Today* resmi diluncurkan oleh Line pada Februari 2016 sebagai pengganti dari fitur sebelumnya, *Line News Digest*. Fitur ini bekerja dengan cara mengumpulkan dan menyediakan ragam berita dan informasi dari berbagai media massa *online* yang ada di Indonesia. Tema-tema yang dibahas juga beragam, mulai dari politik, sosial, ekonomi, teknologi, hingga lifestyle dan entertainment. Cakupan berita yang disiarkan juga tidak terbatas wilayah Indonesia, tapi juga manca negara. Biasanya berita yang ditampilkan adalah yang sedang menjadi bahan perbincangan viral yang *ter-update* secara berkala.⁹⁹

Maka fitur *Line Today* adalah sebagai aggregator berita. Dalam tampilannya, fitur ini juga menyertakan link berita asli dan sumber berita. Perbedaan layanan ini dengan aggregator berita yang lain adalah bahwa *Line Today* merupakan *news aggregator* pertama yang ada pada *platform* media sosial yang berbasis aplikasi pesan instan. Ini berarti bahwa *Line Today* tidak mempunyai aplikasi tersendiri. Fitur ini terintegrasi secara langsung pada aplikasi Line. Dengan demikian, semua pengguna Line pasti terhubung dengan *Line Today* dan dapat dengan mudah mengakses berbagai sajian berita secara online. Karena terintegrasi dengan sebuah aplikasi media sosial, maka terdapat kelebihan pada *news aggregator* ini dibandingkan dengan yang

⁹⁹Aprida Mulya Resti, "Hubungan Antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today Dan Interaktivitas Khalayak Dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today," *Interaksi Online: Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Diponegoro* 24, no. 4 (2018): 1-2.

lain, diantaranya adalah adanya kolom komentar. Dengan demikian para pembaca dapat langsung saling berdiskusi tentang tema berita yang sedang dibicarakan, sekaligus menyuarakan pendapat.

Di sisi lain, keberadaan *news aggregator* ini juga menjadi persoalan tersendiri bagi dunia jurnalistik. Sebagian menyebutkan bahwa hal ini adalah salah satu praktik dari penyalahgunaan jurnalistik, berupa pelanggaran hak cipta. Praktik semacam ini menjadi hal lazim di dunia digital. Inilah bentuk pelanggaran besar di industri digital, yaitu pelanggaran terhadap kekayaan intelektual berupa hak cipta. Dengan modal dan sumber daya yang dimilikinya, suatu perusahaan pers telah menghasilkan berita dan informasi yang berkualitas dan kredibel yang disebarkan kepada masyarakat umum. Hasil dari kerja perusahaan pers itu dimanfaatkan oleh para pelaku ekonomi dunia digital. Fenomena yang demikian diistilahkan dengan *free riding* atau penumpang gratis. Ini menjadi fenomena yang lazim dan tak asing dalam industri informasi. Praktik yang demikianlah *news aggregator* beraksi. Bagaimanapun, hasil dari *news aggregator* ini diminati oleh para pengguna platform sosial media karena simplikasi atau penyederhanaan informasi. Bentuk simplifikasi tersebut adalah bahwa jenis, kategori dan cakupan berita dapat disesuaikan (*sort*) dan dibatasi (*filter*) sesuai keinginan dari pengguna tersebut.

Terkait hak cipta ini, terdapat kasus yang melibatkan perusahaan digital dunia, yaitu Google. Peristiwa tersebut terjadi pada tahun 2002. Pada tahun itu, perusahaan Google merilis *Google News*. *Google News* adalah sebuah fitur agregator berita. Dengan fitur ini, maka tersedia akses bagi para pengguna Google untuk menjelajah berbagai artikel berita yang dikumpulkan oleh perusahaan Google dengan bersumber pada media-media berita besar dunia. Salah satu media berita besar dunia yang dikutip oleh *Google News* adalah AFP (Agence France Presse), yang merupakan sebuah perusahaan pers profesional. Sebenarnya, konten-konten berita yang ada di AFP diperuntukkan bagi media-media lokal dengan lisensi yang legal. Karena itulah, AFP pun melakukan gugatan pelanggaran hak cipta kepada Google terkait

dengan fitur *news aggregator*-nya itu. Pada akhirnya, kasus tersebut dapat diselesaikan dengan perjanjian tertentu. Perjanjian tersebut adalah bahwa pihak AFP memberikan lisensi kepada Google. Bentuk lisensi yang diberikan adalah Google dapat menerbitkan artikel berita serta karya fotografi yang dihasilkan oleh AFP, kemudian pihak AFP memperoleh manfaat ekonomi dari layanan yang *Google News*.¹⁰⁰

Kasus antara Google dan AFP adalah contoh peristiwa hukum terkait dengan pemanfaatan hak ekonomi terhadap karya jurnalistik yang dilakukan oleh sebuah *news aggregator*. Peristiwa serupa juga terjadi pada perusahaan pers dunia yang lain. Mereka mempunyai kasus dengan pihak pengelola agregator berita. Diantara kasus tersebut adalah antara Associated Press vs All Headline News dan antara Gatehouse Media vs New York Times Co. Dengan demikian, pemanfaatan produk pers jurnalistik tidak hanya mempertimbangkan hak moral atas hak cipta, tetapi juga dari sisi ekonomi. Pencantuman *link* ke sumber asli dalam arikel berita pada praktik pengutipan berita oleh *news aggregator* tidak serta merta membebaskan pengutipan tersebut dari palanggaran hak cipta. Semua peristiwa ini menjelaskan bahwa apa yang dilakukan oleh agregator berita itu rentan terhadap penyalahgunaan hak cipta.

3. Efek Personalisasi Daring

Wacana tentang dampak jangka panjang dari personalisasi, terutama personalisasi algoritmik, masih memerlukan diskusi lebih lanjut beberapa tahun ke depan karena kehadiran jenis personalisasi ini barulah pada dekade terakhir seiring maraknya media-media *online*. Meski demikian, beberapa hal bisa diungkapkan terkait dengan efek personalisasi yang dipilih sendiri. Setidaknya terdapat dua sisi yang bisa dijadikan penilaian terhadap hal tersebut, yaitu polarisasi dan pengetahuan.

¹⁰⁰Mohammad Supri et al., “Perlindungan Hak Cipta Berita Online Terhadap Agregator Berita,” *Amanna Gappa* 27, no. 1 (2019): 36.

Terdapat konsekuensi potensial dari paparan selektif yang mungkin mengkhawatirkan dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu polarisasi partisan. Melalui aktifitas personalisasi yang dipilih sendiri, orang-orang yang sering terpapar dengan informasi bias yang mendukung suatu sudut pandang tertentu lebih rentan berkembang dan mengembangkan diri pada posisi yang lebih ekstrim dan kurang toleran terhadap sudut pandang yang berseberangan dan berlawanan dengan mereka. Bukti empiris tentang hal ini datang dari dunia politik. Berdasarkan pada data survei pemilu di Amerika Serikat yang representatif, terdapat bukti bahwa masyarakat Amerika Serikat yang selalu menerima dan mengonsumsi berita-berita dan informasi partisan yang homogen lebih cenderung untuk ekstrem dalam pandangan mereka selama kampanye pemilu berlangsung.¹⁰¹ Berdasarkan hal itu, maka penting bagi masyarakat untuk dapat memahami informasi lintas sektoral non partisan. Orang-orang yang secara teratur memperoleh dan mengonsumsi beragam pendapat yang bervariasi di media lebih mampu memberikan alasan yang logis terhadap pilihan atau suatu pendapat yang mereka yakini kebenarannya. Tidak berhenti pada level tersebut, orang-orang yang terpapar ragam informasi juga memiliki pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mendukung perspektif orang lain.

Selain berefek pada polarisasi, personalisasi informasi juga bisa dilihat efeknya pada pengetahuan. Setidaknya, terdapat dua sisi yang bisa dielaborasi pada aspek pengetahuan ini. Pertama, ketika pengguna media menggunakan sumber-sumber berita justru untuk menghindari paparan informasi tertentu, maka mereka rentan kehilangan sumber informasi penting untuk membentuk suatu opini yang logis. Kedua, ketika pengguna memilih informasi yang menarik bagi diri mereka, maka mereka akan lebih memiliki motivasi dan dorongan untuk memproses lebih lanjut seputar informasi yang

¹⁰¹Natalie Jomini Stroud, "Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*," *Journal of Communication Studies* 60, no. 3 (2010): 556–576.

mereka dapatkan tersebut. Dari perspektif yang demikian, personalisasi dapat menyebabkan kesenjangan pengetahuan di masyarakat. Kesenjangan tersebut menyebabkan para penghindar berita hanya mengetahui sedikit informasi. Sedang bagi mereka yang memilih sendiri suatu berita akan mendapatkan lebih banyak informasi. Hal ini berlaku pada khususnya bagi mereka yang mengonsumsi berita *online*, karena mereka dapat memilih berita yang mereka minati.¹⁰²

Sebagaimana telah disebutkan bahwa efek dari personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalisation*) atau personalisasi algoritmik masih perlu pelacakan lebih lanjut, tetapi terdapat kemungkinan bahwa efek potensial dari jenis personalisasi ini serumpun sebangun dengan personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalisation*). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ketika seseorang berulang kali terpapar pada bingkai berita yang sama setiap saat, ia dapat terdorong dan mengarah pada penguatan efek *framing* (pembingkai). Algoritma yang mendukung sebuah berita dalam bingkai perspektif yang serumpun dengan sudut pandang tertentu sangat berpotensi mengakibatkan polarisasi pada masyarakat. Sebuah studi menunjukkan hal itu. Dinyatakan oleh penelitian tersebut bahwa artikel-artikel yang termuat di *platform* media sosial dan *search engine* terkait erat dengan segregasi ideologis. Tingkat segregasi ideologis pada kedua jenis layanan *online* tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan artikel-artikel yang termuat langsung di situs berita. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa saluran-saluran (*channels*) ini dikaitkan dengan paparan yang lebih besar terhadap perspektif yang berlawanan. Ini adalah titik awal empiris untuk memahami cara baru konsumsi berita oleh para pengguna media *online* dalam memengaruhi polarisasi ideologis.¹⁰³

¹⁰²Borgesius et al., "Should We Worry about Filter Bubbles?," 9.

¹⁰³Seth Flaxman, Sharad Goel, and Justin M. Rao, "Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption," *Public Opinion Quarterly* 80, no. Special Issue (2016): 318.

Terkait dengan adanya kesenjangan pengetahuan yang sistematis tentang peristiwa dan fakta terkini, *pre-selected personalization* juga mempunyai kemungkinan menyumbangkan kontribusi pada penyortiran sosial. Jika sebuah algoritma diprogram untuk mendukung tema-tema berita tertentu yang hanya mencakup sekumpulan kecil topik yang dianggap menarik bagi penggunanya, maka hasilnya adalah para pengguna tersebut tidak akan mendapatkan akses pada informasi tentang topik-topik lain yang juga penting bagi kehidupan bermasyarakat. Hal ini disebabkan oleh korelasi antara konsumsi berita dengan tingkat pendidikan dan status sosial ekonomi masyarakat, sehingga dapat menyebabkan masyarakat terpola dan terpecah menjadi fraksi-fraksi.

Di pihak yang lain, para penyedia berita komersial mendapatkan kekuatan tersendiri sebagai akibat dari pengontrolan mereka terhadap algoritma. Sebuah penelitian mengkonfirmasi bahwa Facebook dapat memengaruhi emosi seseorang dengan cara memanipulasi konten. Sebuah eksperimen yang melibatkan ratusan ribu pengguna telah dilakukan. Percobaan besar-besaran itu melibatkan 689.003 pengguna Facebook. Cara kerja eksperimen tersebut adalah memanipulasi pemilihan pesan pengguna (*posting*) yang dilihat oleh para pengguna Facebook di umpan berita mereka. hasilnya adalah bahwa keadaan emosional dapat ditransfer ke orang lain melalui penularan emosi serta mengarahkan orang untuk mengalami emosi yang sama tanpa kesadaran mereka. Penelitian tersebut memberikan bukti eksperimental bahwa penularan emosi dapat terjadi tanpa interaksi langsung antar orang-orang, yaitu melalui paparan kepada seorang teman yang mengekspresikan emosi, dan tanpa adanya isyarat non verbal. Secara praktiknya di lapangan, ketika ekspresi positif dikurangi, orang menghasilkan lebih sedikit posting positif dan lebih banyak posting negatif. Ketika ekspresi negatif dikurangi, pola yang berlawanan terjadi.¹⁰⁴

¹⁰⁴Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory, and Jeffrey T. Hancock, "Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion through

Platform interaktif media sosial adalah hasil dari proses digitalisasi media. Di dalam media sosial terdapat interaksi antar orang-orang tentang ide-ide mereka. Ide-ide tersebut dibuat, lalu dibagikan dan dipertukarkan antar pengguna media sosial serta dimodifikasi sedemikian rupa di dalam sebuah komunitas virtual. Secara teknis, media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas pondasi ideologis Web 2.0. Berdasarkan hal tersebut, aplikasi ini memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna.

Kebebasan adalah nilai yang ditawarkan oleh media sosial. Di platform media sosial, para pengguna dapat dengan leluasa menelusuri dan mengakses informasi yang diinginkannya. Hal ini berbeda dengan media tradisional. Informasi yang disediakan oleh media tradisional telah ditentukan *framing*-nya oleh media itu sendiri. *Framing* semacam ini biasanya dirujuk dengan istilah *agenda setting*. Publik tidak mempunyai kewenangan untuk memasuki *framing* dari media tradisional. Mereka hanya bisa menerima apa pun yang disampaikan oleh jenis media ini. Publik hanya sebagai konsumen pasif tanpa mempunyai daya tawar saat mendapati informasi tersebut. Karena itulah, sesuatu yang penting bagi media seringkali menjadi penting juga bagi khalayak umum.

Kehadiran *platform* media sosial justru menghadirkan kebalikannya, yaitu bahwa sesuatu yang penting bagi pengguna media sosial menjadi penting pula bagi lingkungan media tradisional. Hal yang demikian bisa terjadi karena pengguna media sosial bebas menentukan topik yang paling diminati, kemudian media tradisional menyiarkannya. Dilihat dari sudut pandang ini, *platform* media sosial mempunyai peluang yang besar untuk meningkatkan akses ke ragam dan varian informasi serta diversifikasi sumber dan opini.

Media sosial pun akhirnya menjadi tempat bersemayamnya jurnalisme warga (*citizen journalism*) yang tumbuh subur di era digital.

Social Networks,” *PNAS: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111, no. 24 (2014): 8788.

Platform media sosial menyediakan perangkat yang mumpuni bagi semua penggunaannya untuk bisa menjangkau publik seluas mungkin, dalam rangka penyebaran informasi dan mengekspresikan pendapat, tanpa terikat pada regulasi dan sensor. Dengan demikian tak diragukan lagi bahwa teknologi baru ini berdampak signifikan bagi dunia jurnalistik, produksi berita sekaligus konsumsi informasi publik.

Setidaknya, terdapat dua penilaian terhadap kehadiran *citizen journalism* ketika diperhadapkan dengan jurnalisme tradisional. Ada yang menilai bahwa dengan munculnya *citizen journalism* ini, maka perbedaan antara jurnalis amatir atau warga negara dengan para jurnalis profesional yang dipekerjakan oleh media tradisional telah menjadi kabur. Hal ini disebabkan oleh cakupan informasi yang beragam serta sudut pandang yang bervariasi yang dilakukan oleh para jurnalis warga sehingga mampu memaksimalkan fungsi informasi serta penciptaan opini publik. Maka sulit untuk dipungkiri bahwa informasi yang berkembang di media sosial lebih jamak dan lebih kaya, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Karena itulah masa krisis yang dialami jurnalisme sebagai sebuah profesi lebih terkait dengan faktor-faktor komersialisasi perusahaan media, daripada krisis praktik jurnalistik yang sesungguhnya. Sedangkan pihak lain menilai bahwa apa yang berlaku pada *citizen journalism* tidak bisa disamakan dengan jurnalisme investigatif yang dilakukan oleh para jurnalis profesional. Para jurnalis warga itu dinilai kurang analitik dalam merespon informasi-informasi.¹⁰⁵

Bagaimanapun, *citizen journalism* pada umumnya mampu memproduksi dan menyebarkan informasi yang lebih beragam, dan juga memberikan perspektif yang lebih luas dan wawasan yang lebih mendalam daripada yang ditawarkan oleh jurnalisme konvensional. Seiring dengan hal itu, ia juga mampu menjadi penjaga jurnalistik terhadap pelanggaran etika jurnalisme konvensional yang seringkali

¹⁰⁵Juan M^a Sánchez-Villar, "The Use of Blogs as Social Media Tools of Political Communication: Citizen Journalism and Public Opinion 2.0," *Communication & Society* 32, no. 1 (2019): 49.

dinilai mempunyai identitas ideologis tertentu. Dengan demikian, pelaporan jurnalistik ala *citizen journalism* bisa berhadapan dengan bias pelaporan di media massa yang tidak menutup kemungkinan abai dan lalai terhadap kepentingan publik. Dilihat dari sudut pandang itu, *citizen journalism* dapat diselaraskan dengan arus jurnalisme partisipatif yang kuat, sehingga mampu membentuk metode produksi berita baru di dalam superstruktur media baru. Hasilnya adalah hadirnya cara yang inovatif dalam menumbuhkan dan membangkitkan sentimen kolektif dari publik dalam menyikapi berbagai kepentingan masyarakat. Dengan gerak yang demikian, *citizen journalism* mampu menyuburkan benih mobilisasi sipil. Peran yang demikian sedang berada dalam tren menurun di media massa tradisional.

Dalam kasus di Indonesia, *citizen journalism* muncul pertama kali melalui radio dengan adanya program radio Elshinta News and Talk di Jakarta pada tahun 2000. Keberhasilan Elshinta disebabkan oleh kuatnya budaya verbal pada masyarakat Indonesia sehingga publik mau terlibat sebagai praktisi jurnalisme. Terdapat sekitar 100.000 orang yang terlibat sebagai *citizen journalism* di radio Elshinta. Saat datang era media sosial, terjadilah perubahan partisipasi publik dalam kegiatan jurnalisme sipil. Fase yang baru ini mengalihkan kegiatan jurnalistik warga dari jalanan (*street*) ke kicauan (*tweet*). Kegiatan yang baru ini memberikan kesempatan kepada suara publik untuk bisa terdengar lebih nyaring pada, misalnya, pembuat kebijakan, sehingga pemerintah benar-benar tidak boleh abai terhadap perkembangan terbaru *citizen journalism* ini.¹⁰⁶

Dengan kecanggihan teknologi yang dimiliki serta cakupannya yang luas di masyarakat, media sosial mempunyai beberapa peluang sekaligus tantangan. Peluang dan kesempatan yang dimiliki oleh media sosial antara lain adalah:

¹⁰⁶Rajab Ritonga and Iswandi Syahputra, "Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet," *Media and Communication* 7, no. 3 (2019): 87.

- 1) Aksesibilitas dapat ditingkatkan berkat adanya media sosial. Melalui saluran ini, para pengguna media sosial dari kalangan mana pun dimungkinkan untuk menjangkau wacana tertinggi dalam kehidupan kemasyarakatan, semisal kebijakan-kebijakan yang terkait dengan publik yang dikelola para pemimpin politik dan pengambil kebijakan;
- 2) Media sosial dapat memfasilitasi diseminasi atau penyebarluasan informasi dalam rangka pengambilan keputusan atau untuk transfer pengetahuan ke warga negara;
- 3) Media sosial dapat menjadi *platform* untuk ruang diskusi mengenai isu-isu yang bersentuhan dengan kehidupan masyarakat. Diskusi itu tidak terbatas antar kalangan warga saja, tetapi juga bisa menjangkau para pemimpin;
- 4) Media sosial dapat menjadi fasilitas jejaring yang efektif dan efisien diantara warga negara. Bentuk dari jejaring sosial tersebut bisa berupa organisasi atau komunitas yang bergerak langsung di lapangan;
- 5) Proses pengambilan keputusan yang lebih terbuka, partisipatif dan inklusif bisa terjadi melalui saluran media sosial. Musyawarah dan kemufakatan tentang persoalan hajat hidup orang banyak dapat difasilitasi oleh media sosial;
- 6) Mobilisasi warga juga bisa dilakukan melalui media sosial. Informasi yang tersebar di media massa dapat memicu dan memacu sebuah tindakan sosial-politik.

Di samping peluang dan kesempatan yang dimiliki oleh media sosial, tantangan yang dihadapi juga patut dipertimbangkan. Beberapa tantangan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas dapat terhambat yang disebabkan oleh berbagai kendala. Hambatan-hambatan yang mungkin terjadi diantaranya adalah infrastruktur yang buruk, tingkat melek huruf dan literasi yang minim, pemahaman budaya terhadap teknologi baru yang masih rendah, serta kemungkinan kepentingan laba oleh pihak tertentu;

- 2) Adanya kesenjangan kapasitas dan kapabilitas antar generasi. Terlihat bahwa generasi muda lebih banyak memainkan peranan dan memanfaatkan peluang yang ada di dunia internet dan media sosial, sementara generasi terdahulu tampak kurang agresif menghadapi dunia baru ini;
- 3) Terdapat kecenderungan pihak negara untuk mencoba memonitor pergerakan yang ada di media sosial. Gerakan sensorik dari negara ini tidak hanya dalam bentuk mengatur, tetapi sampai pada tahap pemblokiran media sosial. Yang dilakukan negara seperti ini dapat mengancam kebebasan berekspresi secara *online*;
- 4) Perkembangan media sosial terkini cenderung menjadi saluran tindakan kriminal dan pelanggaran. Berbagai bentuk tindakan tersebut diantaranya adalah *cyber-crime* (kejahatan dunia maya), *cyber-bullying* (perundungan siber), pencemaran nama baik, penyebaran informasi palsu atau *hoax*, dan menghasut pesan;
- 5) Media sosial meningkatkan tren *information overload* (kelebihan informasi). Keadaan yang demikian menyebabkan ia lebih sulit menyaring informasi yang bermanfaat dan relevan, sehingga bisa mengakibatkan *social fragmentation* (fragmentasi sosial) dan *digital isolation* (isolasi digital).¹⁰⁷

Aliran informasi yang begitu padat di media sosial menghasilkan suatu kondisi yang disebut dengan *information society* (masyarakat informasi). Ini adalah sebuah keadaan masyarakat yang begitu tergantung kepada informasi. Tingkat ketergantungan pada informasi begitu tinggi, karena kehendak aksesnya telah melampaui hitungan detik. Keadaan yang seperti ini telah menjadi kelaziman di era digital dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. *Information society* (masyarakat informasi) didefinisikan sebagai masyarakat yang didasarkan pada informasi dan pengetahuan. Ini adalah sebuah konsep yang sedang

¹⁰⁷Arina Rohmatul Hidayah, "Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 22, no. 2 (2018): 114–115.

dalam masa tumbuh kembang. Evolusi berikutnya dari proses ini adalah terbentuknya *global information society* (masyarakat informasi global) yang menggabungkan semua ruang informasi seluruh dunia. Saat ini, tanda-tanda ke arah yang demikian semakin gencar berproses. Terdapat beberapa karakteristik masyarakat informasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pada prinsipnya, masyarakat informasi bersifat global. Arus informasi tidak mengenal batas geografis. Masyarakat informasi yang masih terbentuk dalam ruang-ruang yang terpisah akan menuju ke sebuah titik kebersamaan. Hal ini bukanlah sebuah desain yang sengaja dibuat, tetapi sebuah evolusi alamiah yang terjadi pada masyarakat informasi. Titik bergabungnya seluruh kantong masyarakat informasi itulah yang dinamakan dengan *global information society* (masyarakat informasi global);
- 2) Kejujuran dan keterbukaan adalah nilai yang dijunjung tinggi pada masyarakat informasi. Kejelasan dan ketepatan berita menjadi sesuatu yang dipegang erat oleh masyarakat informasi, sehingga sangat sulit bagi siapa pun yang tidak jujur untuk bertahan hidup. Para pemegang kebijakan seperti politisi dan pejabat juga akan terkena dampaknya. Mereka tidak dapat lagi memberikan informasi yang tidak akurat kepada warga negara. Hal ini dikarenakan informasi yang tersedia begitu berlimpah untuk diakses oleh setiap warga negara. Masyarakat pun mampu mencari, menelusuri dan menemukan data dan fakta. Contoh empiris yang jelas dan gamblang terkait dengan hal tersebut adalah bahwa informasi tentang senjata pemusnah massal merupakan propaganda untuk invasi Amerika Serikat ke Irak. Inilah yang disebut dengan masyarakat informasi, yaitu bahwa pernyataan palsu sulit untuk bisa lolos. Dengan memahami sifat masyarakat informasi yang demikian, maka seseorang atau pembuat kebijakan mesti berhati-hati dan berpikir dua kali sebelum mengeluarkan sebuah pernyataan atau keputusan, apalagi jika menyangkut hajat hidup orang banyak;

- 3) Masyarakat informasi diatur oleh pengetahuan, kompetensi, dan keputusan serta aksi yang terinformasikan. Dalam keadaan yang demikian, tidak ada ruang untuk ketidakmampuan dalam masyarakat ini. Hal ini disebabkan oleh kekayaan informasi dan pengetahuan yang tersedia. Setiap warga dapat mengakses informasi tersebut, sehingga hanya individu yang berpengetahuan dan berkompoten yang, misalnya, bisa menjadi pemimpin di masyarakat. Secara teoritis, masyarakat akan menuntut hanya individu yang paling kompeten saja yang bisa menduduki posisi tertentu yang menentukan;
- 4) Dikarenakan sifatnya yang baru, masyarakat informasi pun menciptakan lingkungan dan aturan permainan yang baru. Semua pihak mesti segera belajar menyesuaikan diri dengan tata cara permainan yang sesuai dengan aturan baru tersebut. Bagi individu yang tidak mampu beradaptasi dengan lingkungan baru atau melanggar aturan yang baru sulit untuk mempertahankan eksistensi dirinya. Masyarakat informasi akan menolak pihak-pihak yang tidak berkualitas dan tidak berkompoten. Penolakan semacam ini bisa dilakukan karena masyarakat informasi mempunyai kecukupan data untuk memperjelas obyektifitas persoalan.
- 5) Masyarakat informasi menghilangkan sekat pemisah. Kesempatan yang sama diberikan kepada semua pihak. Adagium lama '*information is power*' (informasi adalah kekuatan) menemukan bentuk konkritnya pada masyarakat informasi. Ketersediaan informasi untuk semua orang tanpa batasan, kontrol, atau penyaringan apa pun, memberikan peluang yang sama bagi semua warga masyarakat informasi.¹⁰⁸

Salah satu celah besar yang dihasilkan oleh gelembung filter (*filter bubble*) adalah dorongan untuk melakukan tindakan penganiayaan (*persecution act*). Penganiayaan dimaknai sebagai perburuan yang

¹⁰⁸Ayaz Isazadeh, "Information Society: Concepts and Definitions," *WSEAS Transactions on Systems* (2004): 3–4.

sewenang-wenang terhadap satu atau sejumlah individu. Beberapa hal yang dapat dijadikan fokus perhatian terkait dengan penganiayaan adalah adanya kerugian, baik secara fisik maupun psikologis. Tindakan ini dimungkinkan terjadi di media sosial, karena media *online* berbasisi internet ini memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas, kemudian berinteraksi dan berkomunikasi antar sesama. Karenanya, media sosial dianggap sebagai salah bentuk ruang publik di era digital ini, yaitu sebuah ruang terbuka dan dapat diakses oleh semua kalangan. Siapa pun tanpa kategorisasi tertentu dapat berpartisipasi di dalam jenis ruang publik ini. Tetapi yang bisa dijadikan catatan tersendiri adalah bahwa meskipun tampak sebagai ruang publik, tetapi secara substansial media sosial bukanlah ruang publik yang murni.

Salah satu penekanan para ruang publik adalah berjalannya nalar dan rasionalitas dalam mengekspresikan pendapat. Untuk mencapai hal tersebut, berbagai sudut pandang dikemukakan dalam rangka menjalankan suasana diskusi yang kritis. Dari kondisi yang demikian diharapkan pendapat dengan argumentasi terbaik bisa muncul ke permukaan. Asa yang demikian cukup sulit ditemukan di ruang publik media sosial. Salah satunya adalah adanya personalisasi web yang menyebabkan timbulnya *filter bubble* pada akun media sosial yang dimiliki oleh seseorang. Dengan demikian, ruang publik direstrukturisasi dan didominasi oleh media. *Filter bubble* memungkinkan adanya kekuatan atas pemilihan topik dan pertempuran gagasan yang diperjuangkan. Tetapi kekuatan algoritmik itu tersembunyi dan tidak semua pengguna media sosial menyadarinya. Maka para pengguna tidak menganggap media sosial sebagai media pengarah yang terstruktur secara sempit, tetapi malah sebaliknya, mereka menganggap media sosial sebagai fasilitas yang menyediakan konten yang partisipatif.¹⁰⁹

¹⁰⁹Bjarki Valtysson, "Facebook as a Digital Public Sphere: Processes of Colonization and Emancipation," *tripleC: Cognition, Communication Co-operation* 10, no. 1 (2012): 77.

Salah satu yang melatar belakangi suatu tindakan persekusi adalah kepatuhan yang berlebihan terhadap suatu pendapat keagamaan. Persekusi semacam ini dirujuk dengan istilah *religious persecution*. Personalisasi web pun ditunjuk sebagai salah faktor penyebab kepatuhan berlebihan tersebut yang mengarah kepada tindakan persekusi.¹¹⁰ Saat seseorang menyukai sebuah postingan di media sosial, lalu ia mengkliknya, maka pada kesempatan berikutnya akan muncul postingan yang serupa di beranda media sosial yang bersangkutan. Saat proses ini terjadi terus-menerus maka informasi yang bias yang diterima. Sebagaimana telah dinyatakan bahwa algoritma mesin pencari menciptakan sebuah situasi yang menyebabkan pengguna semakin mendapatkan informasi yang menegaskan keyakinan mereka sebelumnya. Jika informasi yang didapatkan pengguna media sosial bersifat positif, maka ia akan menerima hal serupa pada postingan berikutnya. Begitu pula sebaliknya, bila seseorang cenderung mengikuti informasi radikal dan ekstrimis secara terus-menerus, hal bisa bisa berakibat ke tindakan penganiayaan kepada pihak yang berbeda karena ada kehendak kuat untuk memyamakan pandangan.

Salah satu cara menjelaskan *persecution act* sebagai akibat dari *filter bubble* adalah dengan melihat dari sudut pandang hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi dapat terjadi karena beberapa faktor:

- 1) Gangguan mekanis. Jenis gangguan ini lebih terarah kepada hal-hal yang fisik, seperti media yang digunakan dalam berkomunikasi, suara ganda di radio yang disebabkan oleh gelombang yang saling bertabrakan, atau suara bising di sebuah pertemuan yang sedang menampilkan seorang pembicara;
- 2) Gangguan semantik. Jenis gangguan ini bertalian dengan bahasa, yaitu terkait dengan kata-kata yang digunakan dalam

¹¹⁰Hidayah, "Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere," 118.

- bekomunikasi. Dalam hambatan jenis ini, makna sebuah kata bisa berbeda-beda ketika ditujukan kepada orang yang berlainan;
- 3) Hambatan yang disebabkan oleh minat. Komunikasi terhambat karena ada proses selektif dalam menerima dan menanggapi pesan. Seseorang hanya akan bereaksi terhadap suatu pesan komunikasi yang sesuai dengan minatnya saja. Bila pesan tersebut tidak sesuai dengan kehendaknya, maka akan diabaikan;
 - 4) Hambatan yang disebabkan oleh motivasi. Motivasi dapat membawa seseorang untuk fokus dan memberikan perhatian penuh pada pesan dari suatu komunikasi. Motivasi bisa memengaruhi tingkat kesadaran dan stimulus terhadap pesan tersebut;
 - 5) Hambatan yang disebabkan oleh prasangka. Kecurigaan bisa menyebabkan terganggunya komunikasi. Pesan dari sebuah komunikasi tidak akan diterima dengan baik karena prasangka telah hadir terlebih dahulu sebelum mencerna pesan tersebut dengan baik.

Dari kelima jenis hambatan komunikasi di atas, dua hambatan bisa dirujuk sebagai penyebab munculnya tindakan penganiayaan sebagai efek dari *filter bubble* di media sosial, yaitu hambatan ketiga dan keempat. Seseorang dapat memihak karena personalisasi web. Sehingga ketika seseorang telah memiliki sudut pandang tertentu, ia akan selektif dalam memilih informasi yang diterimanya. Pemilihan informasi ini berujung pada penguatan pandangan yang telah ia miliki. Komunikasi tidak berjalan dengan efektif karena seseorang cenderung cuek dan abai terhadap informasi-informasi yang tidak sesuai dengan minat dan kebutuhannya.¹¹¹

Bagi sebagian besar orang, teknologi adalah sesuatu yang mereka gunakan untuk mempermudah kehidupan mereka, bukan sesuatu yang mereka miliki untuk mereka kendalikan. Kebanyakan orang juga tidak mengetahui bahasa pemrograman yang canggih dan rumit. Hanya segelintir sarjana dan ilmuwan saja yang menguasai bahasa

¹¹¹Ibid., 119.

teknis itu. Dalam keadaan yang demikian, akhirnya manusia sangat bergantung kepada para *programmer* untuk merancang teknologi yang akan membantu mereka dalam kehidupan sehari-hari. Mereka juga berharap untuk mendapatkan informasi tentang potensi bahaya atau risiko yang terkait dengannya.

Ketika muncul kekhawatiran akan hilangnya privasi, kehendak bebas dan kreativitas, maka patut didengarkan adanya saran untuk beradaptasi dengan teknologi mutakhir dan lingkungan komunikasi, yaitu dengan menerima dan mengakui keberadaan algoritma pembentuk opini dan pesan yang ditargetkan. Tetapi masyarakat harus menjadi konsumen yang terinformasi sebelum mereka menafsirkan berita yang datang kepada mereka. Masyarakat mesti bisa berdikari terhadap dirinya sendiri terhadap segala informasi. Sifat kemandirian informatif sangat diperlukan. Di sisi lain, para *programmer* pun dapat merancang sistem *filter* yang dapat memaparkan dan memberitahukan kepada pengguna internet topik-topik di luar gelembung mereka sendiri.

Menghadapi keadaan semacam ini, wacana tentang *privacy right* (hak privasi) menawarkan suatu cara dalam melindungi pengguna terhadap *filter bubble*. Penyedia layanan *online* dan pengiklan telah mengintegrasikan teknologi personalisasi ke dalam pengalaman pengguna sampai pada titik yang riskan, yaitu bahwa seseorang telah kehilangan kemampuan untuk mengontrol informasi yang diberikan kepadanya. Model kepribadian masa Renaisans menekankan kemampuan individu untuk *self-determine* (menentukan nasib sendiri) melalui kebebasan memilih untuk berseikat yang terus-menerus dan tidak terkekang dalam satu wadah tertentu. Model abad pertengahan mengasosiasikan diri dengan kelas atau lebih khusus dengan rumah tangga, jaringan kekerabatan, serikat dan korporasi. Perkembangan mutakhir menunjukkan bahwa personalisasi pengalaman web ternyata lebih bersifat abad pertengahan itu.

Ketika seseorang telah terpapar *filter bubble*, maka sesungguhnya ia berada pada ruang eksklusifnya sendiri yang disebut dengan *echo*

chamber (ruang gema). Ia abai dan bahkan tidak mengetahui informasi penting yang ada di luar radar ruangnya. Menghadapi keadaan yang demikian rumit dan pelik, William Saletan memberikan beberapa anjuran terkait dengan upaya untuk melepaskan diri dari *echo chamber*. Ia menulis sepuluh cara yang bisa digunakan untuk membebaskan pikiran dari ruang gema partisan yang kerap menjebak orang-orang yang gemar berselancar secara *online* dalam *platform* media sosial. Sepuluh cara itu adalah sebagai berikut:¹¹²

1. *Treat insularity as a weakness*

Saran pertama adalah memperlakukan kepicikan sebagai sebuah kelemahan. Jika seseorang tidak mampu mempertimbangkan dengan serius argumentasi terbaik yang datang dari lawan bicaranya, ia tidak akan siap untuk menjawabnya. Jika seseorang tidak melibatkan orang lain yang pemikirannya berbeda dengan dirinya, ia tidak akan pernah belajar untuk berargumentasi, sekaligus memperluas gerakannya sendiri. Jika seseorang mengacuhkan perubahan, maka ia akan gagal beradaptasi dan bertahan hidup.

2. *Don't be a sucker for conspiracy theories*

Saran kedua adalah untuk menghindarkan diri menjadi pengisap teori konspirasi. Seseorang yang mempunyai pemikiran yang sempit akan terperangkap dalam suatu lingkaran umpan balik dari teori konspirasi. Akibatnya adalah ia akan selalu menyediakan diri untuk menerima gagasan dan ide apa pun yang aneh. Alasan dari penerimaan itu adalah karena gagasan dan ide tersebut dipercaya berasal dari sumber yang valid. Karena itulah, ketika seseorang berada dalam lingkup kecurigaan, sesungguhnya ia adalah orang yang paling mudah untuk ditipu dan sekaligus dibodohi.

3. *Never define yourself by an enemy*

¹¹²William Saletan, "Bubble Think: How to Escape a Partisan Echo Chamber," last modified May 3, 2010, <https://slate.com/news-and-politics/2010/05/how-to-escape-a-partisan-echo-chamber.html>.

Saran ini mengingatkan untuk tidak mendefinisikan diri sendiri oleh musuh. Sebuah kelompok komunitas biasanya meredam perselisihan yang ada diantara mereka, serta berusaha membuat kelompok tersebut solid, dengan cara menysar kelompok lain dan menganggapnya sebagai *common enemy* (musuh bersama). Karena itulah mereka memperkuat identitas mereka dengan cara mencela anggota yang membangkang. Inilah gambaran dari lingkaran tertutup yang mereka ciptakan sendiri, dimana setiap pendapat atau fakta yang bertentangan dengan pandangan dunia kelompok tersebut dihindari, diabaikan dan secara otomatis dihentikan penyebarannya dengan alasan bahwa hal tersebut mestilah berasal dari kubu sebelah. Hasil dari antipati refleksif ini adalah bahwa kelompok tersebut tidak mendefinisikan apa yang mereka perjuangkan sendiri.

4. *Don't outsource your beliefs to your allies*

Saran ini menganjurkan untuk tidak mengalihgunakan kepercayaan kepada orang-orang yang sekutu. Problema yang muncul dari pendelegasian kepercayaan kepada sekutu adalah bahwa tidak akan ada pihak yang menimbang serta mempertimbangkan jika seluruh konstelasi gagasan dan ide yang ada di dalam kelompok tersebut masih masuk akal, logis dan sesuai dengan tantangan terbaru.

5. *Seek wisdom, not just victory*

Saran kelima adalah dorongan untuk mencari kebijaksanaan, bukan hanya kemenangan. Terkadang anggota suatu kelompok komunitas menolak untuk berbicara dan berdiskusi dengan kelompok yang lain. Jika pun pembicaraan dilakukan, maka dianggap sebagai perangkap. Padahal ada adagium tentang hal ini: *An open mind seeks wisdom.*

6. *Distrust polarization*

Saran ini menganjurkan untuk tidak mempercayai polarisasi. Seseorang yang selalu melihat suatu pembicaraan sebagai ancaman akan menggambarkan segala sesuatu sebagai kontestasi

antar kelompok. Pada pandangan yang semacam ini, semuanya akan menjadi biner: Anda bersama kami atau Anda bersama pihak lawan. Karena itulah, patut untuk direnungkan bahwa jika seseorang melihat dunia dalam warna hitam dan putih, ia sesungguhnya telah kehilangan semua warna.

7. *Look in the mirror*

Saran untuk melihat di cermin. Ada sebuah olokan yang menggambarkan kemunafikan: Mungkin ada masalah dalam pemikiran suatu komunitas, tetapi hal yang penting untuk dipusatkan adalah bahwa orang lain lebih buruk. Karena itulah, tanggung jawab setiap anggota suatu kelompok adalah menantang delusi kelompok itu sendiri.

8. *Beware abstraction*

Saran ini adalah untuk mewaspadaai abstraksi. Lokalitas ruang dan waktu sangat penting untuk diperhatikan, karena data dan fakta selalu berubah. Jika seseorang ingin menerapkan suatu prinsip yang dirasa universal, maka ia harus tetap menyesuaikannya dengan kekinian.

9. *Test your theories*

Ini adalah saran untuk menguji teori diri sendiri. Salah satu tanda pandangan dunia yang tertutup adalah penolakannya terhadap pemalsuan risiko. Dinyatakan bahwa tidak ada fosil yang dapat menghilangkan prasangka penciptaan. Maka cara yang paling ampuh untuk menghindari dan meruntuhkan suatu kebodohan adalah membuat teori dapat diuji. Dengan demikian, dalam menghadapi bukti, teori harus berkembang.

10. *Overcome your urges*

Saran terakhir dari Saletan adalah untuk mengatasi dorongan diri sendiri. Seseorang bisa saja menolak untuk menganalisis argumen yang bertentangan dengan dirinya secara rinci. Biasanya ia beralasan bahwa ia tidak memiliki keinginan untuk melakukannya. Memang, dibanding masa sebelumnya, lebih mudah untuk menutup apa yang tidak ingin dilihat dan didengar

saat seseorang berada di dalam ruang gema (*echo chamber*). Karena itulah, tidak ada yang bisa membuat seseorang membuka pintu bagi dirinya untuk keluar. Maka ia harus melakukannya sendiri.

C. BERAGAMA DALAM KULTUR DARING

Kehadiran internet dalam dunia teknologi memunculkan kajian-kajian baru yang berupaya mengupas keunikan dan kekhasan dari teknologi ini, sekaligus dampak yang bisa ditimbulkannya bagi kehidupan manusia. Kajian internet tidak hanya berkutat dengan segi teknis teknologis saja, tetapi mampu menjangkau berbagai disiplin keilmuan. Mulai dari kajian seputar teknologi informasi, sosial, budaya, politik, ekonomi, psikologi, dll. Wacana baru ini mampu mempertanyakan kembali nilai-nilai fundamental yang telah dipegang, diyakini dan dijalani oleh manusia saat mereka berada dalam dunia nir-internet atau *offline*. Hal tersebut dilandasi oleh kenyataan bahwa internet menghadirkan sesuatu yang benar-benar baru yang belum pernah dialami oleh manusia pada peradaban sebelumnya. Karena itulah, wacana ini mempunyai daya tarik yang sangat kuat karena dampak yang ditimbulkannya teramat besar dan menyentuh semua segi kehidupan, tidak terkecuali wilayah agama dan spiritualitas.

Pemahaman modern tentang istilah ‘agama’, baru lahir pada era *Enlightenment* (Pencerahan). Hal ini bukan berarti bahwa tidak ada orang-orang beragama sebelum era tersebut, karena sesungguhnya praktik-praktik keagamaan telah ada sejak umat manusia ada di bumi. Maka tidak salah bila ada yang menyatakan bahwa umur agama adalah setua umur umat manusia. Namun yang perlu diperhatikan adalah bahwa arti dan makna agama dalam kajian ilmiah barulah berumur beberapa tahun, dan dapat ditelusuri ke belakang ke era *Enlightenment* Eropa. Jaman Pencerahan itu dikenal sebagai *the age of reason* (jaman nalar). Pusat pergerakannya adalah di daratan Eropa abad kedelapan belas. *Enlightenment* merupakan sebuah gerakan yang mampu menggubah arah peradaban manusia sampai tingkat yang paling

fundamental. Gerakan tersebut terformulasikan sebagai gerakan ilmiah, intelektual sekaligus budaya yang mendasarkan dirinya pada akal atau nalar sebagai satu-satunya sumber utama legitimasi dan otoritas. Selain itu, gerakan ini juga menekankan kebebasan dan pemikiran rasional di atas dogma, tradisi, dan keyakinan. Karena itulah, supremasi agama sebagai paradigma peradaban manusia dalam melihat dunia mulai memudar dan tereduksi pada era *Enlightenment*.

Agama di era *Enlightenment* memiliki makna dan nilai yang baru. *Enlightenment* mengkategorisasikan agama sebagai *metanarratives* (metanarasi) yang didefinisikan sebagai sesuatu yang berbeda dari *Enlightenment* itu sendiri, karena metanarasi tersebut tidak didasarkan pada hukum ilmiah. Hukum ilmiah adalah fakta universal dan tidak berubah-ubah tentang alam semesta fisik, seperti prinsip hukum yang terdapat pada keilmuan alam. Hukum pada alam dinilai sebagai sesuatu yang bisa diandalkan karena sifatnya yang tidak kontekstual. Ia melampaui ruang dan waktu karena dapat berlaku dimana pun dan kapan pun. Bagi *Enlightenment*, sifat dasar yang tetap dan ajeg inilah yang bisa dijadikan sandaran dalam mengelola kehidupan manusia serta peradabannya. Dengan mendefinisikan agama sebagai sesuatu yang tidak berdasarkan hukum ilmiah, maka *Enlightenment* mengkategorisasikan agama, bersama sejumlah metanarasi yang lain, sebagai sesuatu yang dianggap tidak ilmiah.

Namun, dikarenakan agama sebagai metanarasi non-ilmiah tidak dapat direduksi menjadi satu fitur umum, seringkali sulit untuk menjelaskan mengapa sebuah fenomena tertentu dianggap bersifat religius. Dimensi yang dimiliki oleh agama begitu luas dan lebar. Ketika sebuah tindakan atau peristiwa dianggap tidak termasuk sebagai fenomena religius, tetapi bisa dinilai sebagai sesuatu yang religius dalam perspektif yang lain. Tidak hanya itu, sebuah fenomena yang bisa dipastikan sebagai bagian dari religiusitas ternyata memiliki ragam dan varian cabang. Karena itulah, alih-alih mendasarkan diri pada satu fitur esensial, kategori agama didefinisikan oleh serangkaian kesamaan yang tumpang tindih. Daftar kemiripan itu sepertinya tidak

ada habisnya, kecuali bahwa beberapa hal memiliki kualitas lebih prototipe, atau sentral, dibandingkan yang lain. Meski demikian, secara umum kategori agama dapat dikenali melalui kemiripan dengan mitos, ritual, dan keyakinan.

Kategori pertama yang menandai kemiripan dengan agama adalah *myth* (mitos). Dalam pandangan populer, istilah mitos seringkali merujuk kepada sesuatu yang dianggap salah. Orang-orang biasanya memakai istilah ini ketika ada sesuatu yang dinilai mengandung kesalahan dalam pandangan mereka. Istilah ini kadangkala juga digunakan untuk memformulasikan cerita-cerita metanaratif yang tampaknya bersifat fisiologis dalam rangka merepresentasikan diri dan pandangan dunia. Bentuk cerita itu bisa bermacam-macam. Sebagian menyebutnya sebagai dongeng atau cerita rakyat. Dalam cerita metanaratif semacam itu, acuan obyeknya adalah alam atau hal-hal yang fisik. Konstruksi cerita dalam menarasikannya menginformasikan tentang diri atau sebuah komunitas dengan menghadirkan suatu paradigma tertentu. Sedangkan di sisi lain, *Enlightenment* menggunakan istilah mitos sebagai *non-scientific metanarratives* (metanarasi non-ilmiah). Karena itulah, kala agama disejajarkan dan serumpun dengan mitos, maka yang dimaksudkan adalah sebagai metanarasi non-ilmiah. Pandangan *Enlightenment* tentang hal ini adalah sebagai penegasan paradigma yang dibangun oleh Yunani Kuno ketika peradaban itu berupaya membangun konstruksi cara berpikirnya yang bertumpu pada nalar dan rasionalitas.

Kategori kemiripan kedua dengan agama adalah ritual. Ritual didefinisikan sebagai suatu praktik yang dengan sengaja diformulasikan untuk menciptakan makna mistis dan misterius bagi para pelakunya. Tindakan ritual ini dilaksanakan pada ruang dan waktu khusus yang telah ditentukan menurut perhitungan tertentu. Sebagai sebuah tindakan yang memiliki rangkaian tindakan disiplin khusus, aktivitas ritual tidak jauh berbeda dengan seseorang yang bekerja pada laboratorium. Kedua aktivitas tersebut tidak bisa

dilakukan secara sembarangan dan serampangan. Terdapat beberapa aturan prosedural yang harus diikuti untuk memenuhi standarisasi yang telah ditetapkan. Jika terdapat langkah dan tahapan yang tidak prosedural, maka aktivitas tersebut akan menurun keabsahannya, bahkan dalam poros yang ekstrim dapat dianggap sebagai nihil. Yang membedakan kedua aktivitas tersebut adalah bahwa rangkaian percobaan yang dilakukan di laboratorium mengikuti aturan metode ilmiah, dengan cara mengumpulkan bukti yang dapat diamati dan diukur, yang dapat dijadikan sasaran penalaran logis. Sedangkan aktivitas ritual, dari perspektif *Enlightenment*, dipandang sebagai mitos, karena tindakan yang dilakukan memiliki makna metapragmatik di luar dirinya. Terdapat koherensi kosmis dalam semua tindakan ritual untuk menggapai sublimitas makna.

Kategori kemiripan kedua dengan agama adalah percaya atau iman. Dari perspektif *Enlightenment*, bukti ilmiah mengacu kepada fakta yang dapat diamati berdasarkan metodologi yang empiris dan terukur. Bukti ilmiah tersebut selanjutnya digunakan untuk mendukung atau bahkan melawan hipotesis yang telah dinyatakan sebelum sebuah penelitian dilakukan. Sedangkan di sisi lain, agama merujuk kepada sesuatu yang dipercaya oleh seseorang. Faktor percaya inilah yang terkadang mengaburkan fungsi bukti. Sedangkan bukti biasanya dijadikan landasan dalam rangka menginterpretasikan suatu agama. Ketika seseorang memiliki keputusan untuk mentransformasikan dirinya pada agama tertentu, seringkali faktor percaya menjadi unsur yang fundamental dalam mengkonstruksi diri. Dalam keadaan demikian, tidak diperlukan bukti-bukti ilmiah sebagaimana dipersyaratkan oleh *Enlightenment* untuk menilai sesuatu sebagai benar, valid dan sah.

Semua uraian di atas menegaskan bahwa agama dapat dikenali melalui kemiripan unsur dan dimensi dengan mitos, ritual, dan keyakinan. Mitos mengacu pada metanarasi non-ilmiah; Ritual adalah tindakan yang dipandang memiliki makna mitis; dan Iman

menggambarkan keyakinan dan kepercayaan yang tidak memerlukan bukti.¹¹³

Keterkaitan agama dan teknologi dapat dijabarkan dalam dua arus utama, yaitu dari perspektif agama dan dari perspektif teknologi. Dari perspektif agama muncul pertanyaan seputar apakah penggunaan teknologi hanyalah ekspresi agama yang berbeda, atau apakah komunitas virtual merupakan sesuatu yang sama sekali berbeda; Dari perspektif teknologi muncul pertanyaan mendesak tentang bagaimana teknologi bermanfaat bagi umat manusia dan tidak membuang-buang sifat dasarnya dalam otomatisasi yang terus meningkat. Cara teknologi digunakan sebagai alat dalam pencarian dan pemenuhan dahaga spiritualitas adalah bagian dari jawaban atas pertanyaan determinisme teknologi ini. Teknologi itu sendiri dapat memperoleh manfaat dari basis yang lebih luas. Terdapat beberapa alasan mengapa hubungan antara agama dan teknologi penting untuk dieksplorasi:

- 1) Perdebatan sains dan agama: Dalam beberapa hal, wacana seputar teknologi merupakan bagian dari perdebatan antara sains dan agama. Dalam kehidupan sehari-hari, teknologilah, bukan sains, yang memiliki dampak langsung yang lebih besar terhadap manusia. Jika sains dan agama dianggap sebagai topik yang penting, maka teknologi dan agama bahkan bisa menjadi lebih penting dalam banyak hal. Hal ini dikarenakan sifat kesegeraan dan penyebaran teknologi yang masif.
- 2) Tema umum yang mendasari: Terdapat tema umum yang mendasari agama dan teknologi, yaitu ide untuk melampaui batasan manusia. Baik agama maupun teknologi mungkin dianggap sebagai konstruksi manusia dalam tujuan transendensi ini. Mereka memiliki tujuan yang sama, yakni meningkatkan masyarakat dan mengatasi kelemahan manusia. Memahami

¹¹³Gregory Price Grieve, "Religion," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi Campbell (London: Routledge, 2013), 106–107.

kekuatan pendorong kedua bidang tersebut menempatkan perspektif filosofis pada mereka.

- 3) Secara sosiologis: Ada kepentingan sosiologis tentang dampak teknologi terhadap ekspresi agama dalam masyarakat. Sejak masa paling awal dalam sejarah manusia, telah ada upaya penting oleh para filosof dan teolog untuk menjelaskan dan meneliti kehidupan sosial. Saat ini, sosiolog juga memperhatikan tema-tema ini.
- 4) Antropologi budaya: Antropologi juga tertarik pada perubahan budaya yang dibawa oleh teknologi ke dunia. Terdapat pertanyaan apakah teknologi mengubah religiusitas dunia, atau apakah teknologi membuat orang lebih atau kurang religius, dan memengaruhi komponen kemanusiaan yang telah menjadi bagian integral dari kemanusiaan itu sendiri.
- 5) Agama: Hubungan dengan disiplin ilmu ini merupakan minat dari agama itu sendiri, yakni untuk memahami fenomena agama virtual, dan cara teknologi dapat membantu tujuan agama lebih jauh.
- 6) Filsafat teknologi: Pertanyaan tentang bagaimana teknologi dapat bermanfaat bagi umat manusia tanpa meniadakan sifatnya dapat menemukan jawaban dalam pencarian spiritual yang difasilitasi. Teknologi juga dapat membantu agama melayani kemanusiaan, sebagai sebuah alat yang khusus dan unik.
- 7) Asal-usul historis masyarakat teknologi dan masa depannya: Secara historis, kemunculan masyarakat teknologi di dalam komunitas agama merupakan awal yang menarik tentang hubungan teknologi dan agama. Awalnya, kekuatan masyarakat yang dominan adalah agama. Setelah terjadi masa penganiayaan, sains mengambil posisi dominan dan berada di garis depan. Menjelang akhir abad ke-20, terdapat fenomena baru berupa

sintesis dalam sains dan agama. Abad ke-21 mungkin menyaksikan sintesis lebih lanjut dalam zaman tekno-religius.¹¹⁴

Sintesis tekno-religius sebagaimana disebutkan pada poin terakhir menyiratkan bahwa pada dewasa ini agama sedang mengalami transformasi dan perubahan bentuk, sifat dan pengaruhnya bagi manusia. Secara tradisional, agama mendefinisikan cerita dan praktik yang digunakan oleh individu dan kelompok untuk menandai makna yang mereka tempelkan dan lampirkan pada pandangan dunia dan praktik kehidupan, dan dapat diidentifikasi melalui serangkaian fitur umum. Karakteristik ini juga menjadi dasar untuk membahas apa yang dimaksud dengan *digital religion* (agama digital). Namun, untuk memahami agama digital, beberapa pertimbangan bisa diajukan. Diantaranya bagaimana media baru membentuk praktik keagamaan; bagaimana perbedaan ekspresi agama ketika dimediasi oleh teknologi digital dan dimediasi oleh jenis media lain. Maka diperlukan kemampuan untuk mengartikulasikan dan mengidentifikasi perbedaan tentang satu wacana yang sama tetapi dibahas dan diulas di media yang berbeda, misalnya di situs web dan di buku cetak. Berdasarkan hal tersebut, agama digital ditandai oleh tiga fitur: Bentuk media tertentu; Ideologi teknologi tertentu; dan, memiliki solusi atau strategi untuk mengelola kondisi yang dapat dipahami sebagai menjalani kehidupan modern yang cair dan longgar:

- 1) Salah satu hal penting yang menjadikan agama digital berbeda dari bentuk agama lain adalah bahwa ia terbungkus dalam bentuk media tertentu. Media digital terdiri dari hal-hal seperti audio digital, video digital, permainan komputer, serta media *online* seperti situs web, email, situs media sosial, dan permainan multipemain. Media digital, sebagai lawan dari media analog seperti koran, film, dan piringan vinil, dapat dianggap sebagai media elektronik yang ditangani oleh komputer sebagai rangkaian data numerik. Agama digital berbeda dalam tiga aspek utama jika

¹¹⁴Susan Ella George, *Religion and Technology in the 21st Century: Faith in the E-World* (USA: Idea Group, 2006), 19–20.

dibandingkan dengan agama analog, yaitu interaktivitas, hipertekstualitas, dan metode penyebarannya.

Interaktivitas mendefinisikan kemampuan teknis pengguna untuk melakukan intervensi, menanggapi, dan melihat efek intervensi mereka secara *real time*. Misalnya, seseorang dapat melakukan ritual secara *online* melalui situs web tertentu yang telah disediakan dan disajikan pada waktu yang riil saat itu juga.

Navigasi hipertekstual memungkinkan pengguna membuat pilihan bacaan dengan menggunakan *link* (tautan) yang mentransfernya langsung ke lokasi lain dalam dokumen teks digital, atau ke halaman web lain. Misalnya seseorang dapat menavigasi melalui *hypertext* menggunakan *link* yang tidak hanya menautkan pengguna ke berbagai teks di dalam lokasi, tetapi juga ke berbagai situs web lain.

Metode penyebaran menggambarkan bagaimana media digital terdesentralisasi dan juga menyebar ke seluruh struktur kehidupan sehari-hari. Misalnya jika perlu diingatkan tentang waktu yang tepat untuk adzan dan arah hadapnya, terdapat aplikasi yang bisa diunduh untuk memenuhi kebutuhan religius itu.

Ketiga ciri ini berbeda dari media analog. Agama analog biasanya statis dalam produksi dan keterlibatan, serta linier dalam format yang menuntut keterlibatan secara berurutan. Dengan demikian, agama digital menawarkan tingkat fleksibilitas keterlibatan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan agama analog.

- 2) Agama digital tidak dapat ditemukan hanya dengan mengikatnya pada media tertentu. Ia juga harus diidentifikasi sebagai bagian dari ideologi teknologi yang mencerminkan cara-cara teknologi dikaitkan dengan ekonomi, politik, dan budaya. Ideologi teknologi merepresentasikan keyakinan dan sistem logika yang mendukung teknologi tertentu. Misalnya, ideologi Barat secara dominan melihat media digital sebagai perkembangan teknologi yang positif dan revolusioner, yakni

semua masalah dunia dapat diselesaikan secara kreatif dan inovatif. Media digital mengarah pada penciptaan peradaban baru yang didirikan pada kebenaran abadi dari ide-ide Barat. Agama digital terkait dengan ideologi teknologi dari media baru, yakni dipandang lebih dari sekadar cara baru untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai visi baru bagi masyarakat. Praktik-praktik yang dilangsungkannya seringkali dianggap revolusioner dan terkait dengan kemenangan kreativitas dan kebebasan umat manusia atas dogma dan tradisi buta.

- 3) Praktik keagamaan digital sering kali berfungsi sebagai solusi atau cara untuk mengatasi kondisi kehidupan di dunia yang penuh dengan ambiguitas dan perubahan, yang mewakili kehidupan modern yang cair dan longgar. Kehidupan dalam dunia jaringan global terus berubah, sangat termediasi, terburu-buru, dan tidak pasti. Dalam modernitas yang cair itu manusia telah berpindah dari modernitas padat yang berfokus pada perangkat keras menuju modernitas yang berfokus pada perangkat lunak ringan, yang telah membawa perubahan besar pada kondisi manusia. Dalam kehidupan modern yang cair itu seseorang harus berjalan hanya untuk tetap di tempatnya. Bentuk sosial tidak punya waktu untuk mengeras, sehingga individu harus merencanakan dan mengatur hidup mereka secara buru-buru dengan menggabungkan serangkaian proyek jangka pendek tanpa akhir.¹¹⁵

Munculnya studi agama digital sebagai bidang akademis telah tumbuh seiring dengan perkembangan studi internet selama beberapa dekade terakhir. Studi agama digital telah mencerminkan strategi penelitian, pendekatan terhadap teknologi, dan pemahaman tentang dampak media digital terhadap budaya dalam konteks yang lebih luas. Area penelitian agama digital juga telah luas dan mendalam. Telah terjadi kajian yang mengeksplorasi tema umum, teori, dan pendekatan

¹¹⁵Grieve, "Religion," 108–109.

metodologis yang terkait dengan bidang studi ini. Dengan berbagai perspektif yang telah digunakan, studi agama digital ini menyoroti peran agama yang dihayati dan dipahami dalam berbagai konteks yang dimediasi secara digital. Hal ini memberikan gambaran umum tentang bagaimana berbagai aktor dan kelompok agama telah menegosiasikan hubungan mereka, kegiatan spiritual, dan penggunaan teknologi dalam area bersilangan *online*, *offline*, dan *online – offline* dalam kehidupan mereka.

Pengenalan moda komunikasi baru telah menarik perhatian para akademisi dalam upaya untuk memahami perubahan perilaku konsumen media dan interkoneksi antar *platform* media ini. Hal tersebut juga berlaku untuk para akademisi yang tertarik pada studi tentang keterlibatan kelompok-kelompok agama dengan budaya media kontemporer dan cara teknologi yang muncul membentuk pemahaman publik tentang agama dan spiritualitas dalam konteks digital. Sebagai perwujudan pertama dari komunitas keagamaan *online*, sebagian situs web dan forum daring masih tetap ada, sedang sebagian yang lain telah tergantikan. Bentuk-bentuk baru dari keterlibatan keagamaan itu adalah melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. *Mobile phone* telah berevolusi menjadi *smartphone* yang memungkinkan pengguna mengembangkan identitas *online* dan melakukan ritual keagamaan tradisional dan baru melalui aplikasi, game digital, dan grup obrolan, misalnya WhatsApp. Selain itu, selama dekade terakhir, kemajuan *artificial intelligence* (kecerdasan buatan) menciptakan peluang baru untuk refleksi tentang bagaimana algoritma memunculkan jenis otoritas baru dan membantu menciptakan tokoh-tokoh pemimpin agama baru dalam budaya digital.¹¹⁶

Terkait dengan pembahasan ini, terdapat klasifikasi lain yang muncul ke permukaan, yaitu religiusitas resmi dan tidak resmi.

¹¹⁶Heidi A. Campbell and Giulia Evolvi, “Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies,” *Hum Behav & Emerg Tech* 2 (2020): 5.

Religiusitas resmi dinyatakan sebagai seperangkat keyakinan dan praktik yang ditentukan, diatur, dan disosialisasikan oleh kelompok-kelompok keagamaan yang terorganisir dan khusus, yang menetapkan norma keyakinan dan tindakan bagi anggotanya, dan menetapkan model resmi tentang bagian dari komunitas agama. Sedang agama tidak resmi atau populer dipahami sebagai seperangkat keyakinan dan praktik religius dan seakan-akan religius yang tidak diterima, diakui, atau dikendalikan oleh kelompok agama resmi.¹¹⁷

Dalam banyak hal, situs web religius tertentu menimbulkan tantangan yang signifikan bagi tradisi keagamaan resmi hanya dengan fakta bahwa mereka ada dengan kokoh dan berkembang pesat di dunia maya. Meskipun internet dalam banyak hal merupakan berkah bagi lembaga agama yang menggunakannya untuk keuntungan mereka, hal itu juga bisa menjadi mimpi buruk agama resmi. Kekuasaan telah bergeser melalui perkembangan alat komunikasi massa. Ajaran religius yang dulunya terpusat dan dikendalikan, tetapi saat ini dapat secara terbuka ditantang, dipertentangkan, atau diabaikan melalui media yang diakses oleh ratusan juta orang setiap hari. Dengan terus berkembangnya komunikasi yang dimediasi komputer, individu-individu religius dapat menyaksikan potensi perubahan radikal tentang siapa yang mampu mengendalikan informasi. Bagaimanapun, internet lebih dari sekedar kata-kata yang tercetak secara digital. Orang memandang internet sebagai alat, tempat, dan keadaan. Setiap tingkat persepsi memengaruhi interaksi individu dengan lingkungan internet. Hal ini memiliki dampak yang signifikan pada cara individu untuk mencoba memperlakukan agama digital.

Secara umum, telah ada tiga gelombang kerangka keilmuan yang membahas agama digital. Peta ideologi teknologi menginformasikan

¹¹⁷Christopher Helland, "Popular Religion and the World Wide Web: A Match Made in (Cyber) Heaven," in *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan (New York: Routledge, 2004), 30.

hal tersebut. Berbagai aspek media telah dibahas dalam kaitannya dengan hubungan agama yang dipraktikkan dalam lingkungan modernitas:

Dimulai pada pertengahan 1990-an, gelombang awal kerangka keilmuan tentang agama digital terperangkap dalam kekaguman ideologi. Ketika media digital pertama kali muncul ke permukaan, kharismanya terpancar dengan kemungkinan transformatif pada agama. Kajian ini berpusat pada pertanyaan apakah internet merupakan utopia membebaskan yang akan mengarah pada *global village* dan penyelamatan umat manusia; atau apakah distopia gelap yang mengisolasi individu dari masyarakat dan pada akhirnya akan mengarah kepada kekacauan dan kegetiran. Kajian ini terjadi saat awal *dot.com bubble* hadir di tengah-tengah peradaban peralihan millennium. Studi pertama ini cenderung sangat spekulatif. Kebanyakan berdasarkan kepada pengalaman peneliti sendiri, dan dipicu oleh kejutan menemukan wacana agama di internet. Dalam arti tertentu, gelombang pertama kerangka keilmuan ini terperangkap dalam kualitas revolusioner yang terlihat di media digital. Tujuan utama dari gelombang pertama adalah membangun kredibilitas pernyataan akademis bahwa konsepsi tentang spiritualitas dan komunitas sedang mengalami transformasi yang mendalam dan permanen di era komunikasi yang dimediasi oleh komputer.

Gelombang kedua dipicu oleh komersialisasi *World Wide Web*. Dengan demikian, secara resmi media digital telah menjadi bagian rutin dari kehidupan manusia. Gelombang kedua dari kerangka keilmuan ini mencerminkan rutinitas ideologi digital di kalangan masyarakat umum, sebagai sebuah tahapan yang muncul setelah awal masa inovatif dan seringkali merupakan reaksi terhadap kebebasan kreativitas individu yang tidak teratur. Pada akhirnya, ratusan juta orang menggunakan media digital setiap hari. Mereka juga menelusuri web untuk tujuan keagamaan secara eksplisit. Lapangan kajian pun beralih. Media digital tidak lagi diperlakukan dengan raga kagum sekaligus ngeri, tetapi lebih ke analisis sistematis dari konstruksi

identitas dan komunitas online. Dengan demikian, pertanyaan pendorongnya bukan lagi apakah ada komunitas dan identitas religius yang *online*, tetapi jenis komunitas dan identitas apa yang ada di ruang sosial baru ini. Menyusul pergantian budaya penelitian tentang agama dan media secara lebih umum, gelombang kedua kerangka keilmuan ini mencakup studi longitudinal, sifat dan kualitas pengalaman masyarakat, koneksi dan praktik *online* dan *offline*, serta bagaimana teknologi benar-benar digunakan.

Gelombang ketiga berbeda dari studi sebelumnya karena kemunculan Web 2.0, yang mencakup aplikasi interaktif seperti YouTube, Facebook, dan Second Life. Dalam gelombang ketiga penelitian tentang agama digital, para akademisi terus mengeksplorasi pertanyaan tentang identitas dan komunitas. Tetapi lebih dari itu, kajian juga mencakup hal-hal yang lebih sublim semisal masalah otoritas, produksi bersama, dan konvergensi. Karya terkini berupaya untuk mempertimbangkan bagaimana faktor-faktor dalam agama *online* dan agama resmi menjadi terintegrasi, sehingga agama digital menjadi cara untuk mengeksplorasi bagaimana agama ditransformasikan dan diekspresikan dalam berbagai konteks dalam budaya digital.¹¹⁸

1. Penelusuran dan Identifikasi Religiusitas

Aplikasi interaktif pada erat web 2.0 telah menjadikan individu-individu digital memiliki kebebasan personal dalam menelusuri dan mengeksplorasi informasi keagamaan yang ada di dunia maya. Akses yang luas ini pada gilirannya memengaruhi pemahaman mereka terhadap narasi-narasi religius. Dalam kegiatan pemerolehan informasi keagamaan itu, mereka dengan leluasa berselancar dan berpindah dari situs satu ke situs yang lain, dan dari suatu teks keagamaan ke teks keagamaan yang lainnya. Secara umum, pemerolehan informasi bagi para individu digital dapat

¹¹⁸Grieve, "Religion," 110–113.

dikategorisasikan menjadi dua, yaitu secara luring dan daring. Dinyatakan sebagai kategorisasi luring ketika para individu digital tersebut mendapatkannya secara langsung dengan bertatap muka untuk saling berkomunikasi secara verbal. Dinyatakan sebagai kategorisasi daring ketika para individu digital tersebut mendapatkan informasi keagamaan melalui dunia virtual kala mereka terhubung dengan internet.

Sebagaimana telah tergambarkan pada pembahasan awal, porsi terbesar dari individu-individu digital itu adalah generasi terkini yang disebut dengan generasi post-millennial sebagai generasi *digital native*. Karena itulah pembahasan tentang anak-anak muda patut ditekankan dan diberi perhatian. Kebanyakan dari anak-anak muda ini sedang mengenyam pendidikan pada institusi pendidikan, baik di tingkat sekolah menengah maupun perguruan tinggi. Begitu pula ketika membahas tentang penelusuran dan identifikasi religiusitas, uraian yang terkait dengan para pemuda yang sekaligus pelajar dan pebelajar ini diajukan guna melihat lebih jauh operasionalisasi dan keberlangsungan *digital religion* pada diri mereka, sekaligus untuk melihat dampak yang ditimbulkannya. Tampaknya terdapat kesesuaian pada tahap-tahap tertentu bahwa diri yang telah terdigitalisasi bertemu, mengkonsumsi dan mengaplikasikan jenis agama yang juga telah terdigitalisasi melalui media internet.

Secara umum, terdapat beberapa *identity agents* (agen identitas) pada kategorisasi luring yang memainkan peranan penting menghadirkan ragam narasi religius pada individu-individu digital. Tiga persona yang paling sering bertatap muka dengan mereka orang tua, guru di sekolah, dan teman. Ketika persona ini secara alamiah berada di tengah-tengah para pemuda yang sekaligus pelajar ini. Meskipun demikian, ternyata peranan yang dilakukan oleh ketiga persona ini berlainan. Beberapa kajian menyatakan bahwa guru memainkan peranan yang lebih besar dibandingkan dengan orang tua. Tetapi beberapa kajian yang lain justru menyatakan sebaliknya, yaitu

bahwa orang tua di rumah memiliki kuasa tentang narasi religius kepada anak-anak mereka.

Salah satu kajian yang membahas tentang peran fundamental orang tua disampaikan oleh Gardien D. Bertram-Troost, Simone de Roos dan Siebren Miedema. Mereka telah melakukan penelitian terhadap empat sekolah yang berafiliasi kepada institusi keagamaan. Karya mereka yang berjudul *Religious Identity Developments of Adolescents in Religious Affiliated Schools: A Theoretical Foundation for Empirical Research* (2006), menempatkan proses eksplorasi dan komitmen dalam perspektif transaksional, yaitu bahwa individu, yaitu murid, dan lingkungan, yaitu sekolah, saling terkait sepenuhnya melalui transaksi yang konstan, bahwa keduanya saling memengaruhi satu sama lain. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa tingkat eksplorasi religius pada pelajar di empat sekolah agama yang diteliti lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat komitmennya. Dinyatakan bahwa secara umum sekolah tidak memiliki pengaruh utama yang signifikan terhadap proses eksplorasi dan komitmen keagamaan siswa. Dalam hal ini, latar belakang agama murid menjadi pertimbangan utama, baik dari segi denominasi atau golongan agamanya maupun orang tuanya.¹¹⁹

Penegasan terhadap kesimpulan di atas diutarakan lagi oleh Gardien D. Bertram-Troost dkk. pada karya berikutnya, yaitu *The Relationship between Religious Education and Religious Commitments and Explorations of Adolescents: On Religious Identity Development in Dutch Christian Secondary Schools* (2009). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang mereka lakukan didasarkan pada pandangan konstruktivis tentang identitas yang menekankan pada proses perkembangan yang dinamis (*dynamic developmental processes*) yang membedakan tingkat komitmen dan eksplorasi. Karena itulah, tingkat

¹¹⁹Gardien D. Bertram-Troost, Simone de Roos, and Siebren Miedema, "Religious Identity Developments of Adolescents in Religious Affiliated Schools: A Theoretical Foundation for Empirical Research," *Journal of Beliefs & Values* 27, no. 3 (2006): 313.

komitmen dan eksplorasi dipandang sebagai hasil sementara dari perkembangan religius. Perkembangan ini terjadi di bawah pengaruh semua jenis faktor, baik secara pribadi maupun sosial, dan ditentukan oleh banyak orang. Demikian demikian tidak unilinear dan tidak memiliki tujuan akhir yang pasti. Penelitian tersebut juga menggunakan definisi agama yang luas, dengan mengacu kepada istilah *worldview* (pandangan dunia). Pandangan dunia dipandang sebagai sesuatu yang terus berubah. Ia terdiri dari sistem individu tentang pandangan dan perasaan, baik implisit maupun eksplisit, dalam kaitannya dengan kehidupan manusia. Kemudian Gardien D. Bertram-Troost dkk. mendefinisikan *religious identity development* sebagai berikut: “*The totality of the gradual change in the content and strength of commitments in relation to the way one looks at life and the amount of exploration in the achievement and change of these commitment.*”¹²⁰

Mereka menyatakan bahwa tampaknya hanya ada hubungan yang kecil antara pendidikan agama di institusi sekolah dan proses eksplorasi serta komitmen agama pada diri para pemuda. Sedang di sisi lain, terdapat hubungan yang lebih langsung antara eksplorasi dan komitmen keagamaan para pemuda dengan latar belakang agama mereka, terutama terkait dengan orientasi pandangan dunia dan orientasi nilai. Penelitian tersebut lalu mengungkapkan bahwa pendidikan agama di rumah memegang peranan penting. Bahkan di masa remaja, para pemuda kembali ke latar belakang keluarga mereka dan dipengaruhi oleh pandangan dunia orang tua mereka. Dilihat dari perspektif ini, sangat penting untuk memperhatikan pendidikan agama di rumah dalam perkembangan identitas agama para pemuda yang merupakan bagian terbesar dari masyarakat digital.

Endin Nasrudin dalam karyanya yang berjudul *Hubungan antara Gaya Pengasuhan Orang Tua Tipe Enabling dan Constraining dengan*

¹²⁰Gardien D. Bertram-Troost, Simone de Roos, and Siebren Miedema, “The Relationship between Religious Education and Religious Commitments and Explorations Af Adolescents: On Religious Identity Development in Dutch Christian Secondary Schools,” *Journal of Beliefs & Values* 30, no. 1 (2009): 18.

Komitmen dan Pembentukan Status Identitas Keberagamaan Remaja Akhir(2008), meneliti sekitar 200 mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan Nasrudin menarik untuk disimak karena menolak asumsi lama terkait dengan gaya pengasuhan *Enabling* (membolehkan) dan *Constraining* (mambatasi) pada orang tua. Asumsi lama menyatakan bahwa gaya pengasuhan *Enabling* mendukung kebebasan anak untuk melakukan eksplorasi seluas-luasnya dan menentukan komitmen dari hasil eksplorasi tersebut secara mandiri. Sedangkan gaya pengasuhan *Constraining* menghambat bagi upaya eksplorasi anak dan memantapkan komitmennya dalam bidang keagamaan.

Nasrudin justru mendapatkan data yang berbeda, terutama pada gaya pengasuhan *Constraining*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gaya pengasuhan orang tua yang *Enabling* mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan eksplorasi pembentukan status identitas bidang keagamaan pada mahasiswa. Gaya pengasuhan orang tua yang *Enabling* tersebut juga mempunyai hubungan yang positif sekaligus signifikan dengan komitmen dalam pembentukan status identitas keberagamaan pada remaja level akhir ini. Gaya pengasuhan orang tua yang *Constraining* ternyata juga memiliki hubungan positif yang cukup signifikan dengan eksplorasi pembentukan status identitas keberagamaan pada mahasiswa, sedang di sisi lain tidak ada hubungan yang positif sekaligus signifikan antara gaya pengasuhan orang tua yang *Constraining* dengan komitmen dalam pembentukan status identitas keberagamaan remaja akhir tersebut.¹²¹

Stephen Armet membahas tentang kaitan antara sosialisasi agama dan pembentukan identitas pada remaja pada karyanya yang berjudul *Religious Socialization and Identity Formation of Adolescents in High Tension Religions* (2009). Armet menyebutkan tiga tipologi gaya *parenting* dalam hal hubungannya dengan sosialisasi agama, yaitu: 1) Gaya Otoritatif,

¹²¹Endin Nasrudin, "Hubungan Antara Gaya Pengasuhan Orang Tua Tipe Enabling Dan Constraining Dengan Komitmen Dan Pembentukan Status Identitas Keberagamaan Remaja Akhir," *Psypathic: Jurnal Ilmiah Psikologi Pendidikan dan Perkembangan* 1, no. 1 (2008): 65.

yang responsif dan menuntut; 2) Gaya Otoriter, yang menuntut tetapi tidak responsif; 3) Gaya Permisif, yang responsif tetapi tidak menuntut.

Dalam studinya, Armet menguji hubungan antara pola tertentu dari sosialisasi orang tua tersebut dengan komitmen terhadap ideologi agama di kalangan para remaja yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi. Penelitian longitudinal yang dilakukan oleh Stephen Armet dilaksanakan pada tahun 2003, dengan 3.290 responden, dan tahun 2005, dengan 2.604 responden. Penelitian tersebut menegaskan bahwa para remaja yang memiliki tingkat pemahaman keagamaan yang tinggi menunjukkan komitmen religius yang lebih besar dibandingkan dengan remaja lain yang tingkat pemahaman keagamaannya rendah.

Dengan berdasarkan kepada tiga aspek sosialisasi yang efektif, yaitu: (1) Struktur keluarga tradisional, yang terdiri dari kedua orang tua biologis yang sama-sama berkomitmen untuk memformulasikan nilai-nilai agama; (2) Intensionalitas orang tua yang mewariskan pemahaman keagamaan kepada anak-anak mereka; (3) Kualitas hubungan orang tua dan anak berdasarkan kohesi kasih sayang, Armet menegaskan bahwa orang tua masih terus menjadi pengaruh utama dalam membentuk religiositas anak-anak mereka, bahkan ketika mempertimbangkan perubahan yang terjadi dalam masa dewasa dan peningkatan otonomi yang menyertai masa dewasa muda.¹²²

Semua kajian di atas menegaskan peran besar yang dimainkan oleh orang tua dalam menyajikan berbagai narasi religius kepada para pemuda. Namun di sisi lain, terdapat pula kajian yang menyatakan peran vital guru dibandingkan dengan orang tua bagi para pemuda ini.

¹²²Stephen Armet, "Religious Socialization and Identity Formation of Adolescents in High Tension Religions," *Review of Religious Research* 50, no. 3 (2009): 291.

Elsbeth Visser-Vogel, Janneke Westerink, Jos de Kock, Marcel Barnard dan Cok Bakker membahas hasil penelitian yang telah mereka lakukan dalam karya yang berjudul *Developing a Framework for Research on Religious Identity Development of Highly Committed Adolescents* (2012). Mereka menjelaskan alur dan konsep penelitian yang mereka bangun untuk menyelidiki perkembangan identitas agama remaja Kristen dan Muslim yang sangat religius, atau ortopraksis, yang berada di Belanda. Mereka menggunakan istilah ortopraksis, alih-alih fundamentalis, saat merujuk kepada remaja yang sangat religius, karena pada ranah praksislah terungkap sesuatu yang penting dan berharga.¹²³

Alur dan konsep penelitian yang mereka uraikan dalam karya tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu bahwa penelitian yang mereka lakukan menggunakan pendekatan kualitatif naratif dengan bersandarkan pada sisi *life story* (cerita hidup) dari para partisipan. Elsbeth Visser-Vogel, dkk. lalu menegaskan bahwa pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mempelajari masalah tersebut dengan cara eksploratif. Selain itu, mereka juga hanya fokus pada ranah proses eksplorasi saja. Menurut mereka, eksplorasi memiliki tempat yang fundamental dalam pengembangan identitas.

Hasil penelitian lapangan dari alur dan konsep penelitian yang diuraikan oleh Elsbeth Visser-Vogel dkk. pada karya di atas tertuang pada karya mereka berikutnya, yaitu *Sources for Religious Identity Development of Orthoprax Muslim Adolescents in the Netherlands* (2015). Dengan melihat konteks dari partisipan, Visser-Vogel dkk. mengungkapkan sumber-sumber yang dijadikan sandaran oleh para pemuda muslim ortopraksis dalam eksplorasi keagamaan mereka. Setidaknya ada tujuh kategori sumber utama, yaitu: 1) *Persons with the same opinion* (orang-orang dengan pendapat yang sama; 2) *Persons with*

¹²³Elsbeth Visser-Vogel et al., "Developing a Framework for Research on Religious Identity Development of Highly Committed Adolescents," *Religious Education: The official journal of the Religious Education Association* 107, no. 2 (2012): 115.

opposite opinions (orang-orang dengan pendapat yang berbeda; 3) *Islamic organisations* (organisasi Islam); 4) *Events* (peristiwa); 5) *Adolescents themselves* (remaja itu sendiri); 6) *Muslim identity* (identitas Muslim); 7) *Opinions from others in the societal context of the Netherlands* (pendapat dari orang lain dalam konteks sosial Belanda).¹²⁴

Kemudian, Maya Cohen-Malayev, Elli P. Schachter, dan Yisrael Rich menulis karya yang berjudul *Teachers and the Religious Socialization of Adolescents: Facilitation of Meaningful Religious Identity Formation Processes* (2014). Isu utama yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah apakah sekolah agama memiliki efek langsung dalam konstruksi identitas keberagamaan siswa. Maya Cohen-Malayev dkk. meneliti hal tersebut kepada siswa-siswa dari 25 sekolah keagamaan publik Yahudi di Israel.

Maya Cohen-Malayev dkk. menegaskan bahwa guru dan sekolah berkontribusi secara signifikan terhadap identitas keagamaan siswa, bahkan setelah memperhitungkan religiusitas orang tua mereka. Beberapa guru agama tertentu bahkan dianggap memiliki dampak yang sangat krusial dalam konstruksi identitas keberagamaan siswa. Lebih lugas lagi Maya Cohen-Malayev dkk. menyatakan: “*Rather than asking whether religious schooling affects religiosity we should instead ask what aspects of religious education affect religious identity development*”.¹²⁵ Jadi, kurang signifikan untuk mempertanyakan pengaruh pendidikan agama terhadap religiusitas. Fokus perhatian utama seyogyanya tertuju pada aspek-aspek pendidikan agama yang dapat memengaruhi perkembangan identitas keberagamaan. Lalu penelitian tersebut menunjuk faktor *meaningful religious studies* (studi agama yang bermakna) sebagai aspek yang paling berpengaruh.

¹²⁴Elsbeth Visser-Vogel et al., “Sources for Religious Identity Development of Orthodox Muslim Adolescents in the Netherlands,” *Journal of Muslims in Europe* 4 (2015): 99.

¹²⁵Maya Cohen-Malayev, Elli P. Schachter, and Yisrael Rich, “Teachers and the Religious Socialization of Adolescents: Facilitation of Meaningful Religious Identity Formation Processes,” *Journal of Adolescence* 37 (2014): 212.

Dengan memperhatikan semua uraian di atas, dan juga melihat konteks Indonesia, terdapat satu individu lain yang turut memengaruhi para pemuda individu digital. Tampaknya *identity agent* ini merupakan persona yang unik terjadi hanya di bumi Nusantara. Persona tersebut adalah guru privat mengaji yang datang ke rumah. Tampaknya jenis *identity agent* ini sangat khas Indonesia yang mungkin tidak terjadi di belahan dunia yang lain atau komunitas agama yang lain. Dampak dan efek penyebaran informasi keagamaan yang disampaikan oleh guru privat mengaji sangatlah besar. Komunikasi timbal balik dengan tatap muka menjadi sarana yang memungkinkan hal itu terjadi. Mereka bisa saling bertanya dan menanggapi, serta membahas hal-hal yang terkait dengan fenomena keagamaan terkini. Karena itulah, peranan dari *identity agent* ini mesti menjadi pembahasan tersendiri dalam kajian tentang penelusuran dan identifikasi religiusitas.

Pembahasan di atas mengeksplorasi hal-hal yang terkait dengan pemerolehan informasi dengan kategorisasi luring. Sedang pada kategorisasi daring, tampaknya peranan yang dimainkan oleh *identity infrastructure* lebih besar dan fundamental, terutama terkait dengan keberadaan media digital. Setidaknya terdapat dua *platform* media sosial yang menjadi favorit bagi para individu digital dalam proses penelusuran religiusitas secara *online*, yaitu *Instagram* dan *Line*. Pada kurun waktu terakhir, tampaknya *Instagram* menjadi *platform* media sosial yang digandrungi dan paling akrab oleh para individu digital generasi muda.¹²⁶

Lembaga penelitian Pew Research menyatakan bahwa para pemuda generasi terkini merasa dirinya lebih *enjoy* dalam mengakses *Instagram* yang digunakan untuk berbagi berbagai hal yang terkait dengan diri mereka. *Platform* ini memberikan kemudahan dalam hal penyesuaian profil dan audiens dengan cara-cara yang tidak rumit. Hal yang demikian memberikan kenyamanan bagi individu-individu

¹²⁶Bagadiya, "309 Social Media Statistics You Must Know In 2020."

digital untuk memastikan siapa saja yang diperbolehkan untuk menelusuri konten yang sedang mereka sediakan secara daring. Dengan demikian, masalah privasi menjadi perhatian utama bagi generasi terkini dengan fasilitas yang memungkinkan mereka untuk mengedit dan menyeleksi informasi yang dapat tersebar secara luas tanpa batas di internet secara daring.¹²⁷

Setting-an pada akun Instagram secara publik yang dapat memudahkan bagi pihak manapun untuk mengikutinya tampaknya hanya sedikit dilakukan oleh para individu digital. Hal ini ada hubungannya dengan kesadaran pada mereka tentang proteksi daring, sehingga mereka melakukan konfigurasi privasi pada akun media sosial ini. Sehingga sebagian besar individu digital membuat formulasi akun Instagram mereka pada mode *private*. Dengan berbuat hal yang demikian, para individu digital dapat mengolah, mengedit dan menyeleksi siapa saja yang akan melakukan kontak dan koneksi dengan dengan mereka secara daring di *platform* media sosial ini. Tidak semua permintaan akan dikonfirmasi oleh akun-akun yang berada pada *private* tersebut, terkecuali bagi mereka yang memang diinginkan sedari semula. Pihak manapun sulit dan rumit untuk bisa menelusuri akun-akun Instagram dari para individu digital ini karena akun tersebut telah terkonfigurasi secara personal dan individual. Berikut ini adalah gambaran dari akun Instagram yang telah terkonfigurasi dengan mode privat, yaitu apabila *bar* ‘ikuti’ diklik pada akun tertentu yang ingin diikuti, maka muncul *bar* ‘diminta’. Selanjutnya akan ada keterangan ‘akun ini bersifat privat’. Disamping itu, terdapat pula kalimat ‘ikuti akun ini untuk melihat foto dan videonya’. Sekarang tergantung kepada pemilik akun Instagram tersebut. Apabila mereka tidak keberatan dan memberikan akses, maka seseorang dapat menjadi *follower*-nya. Tetapi apabila mereka tidak memberikan akses dan melarang, maka semua postingan yang ada pada *platform* media sosial tersebut tidak dapat terlihat oleh pihak lain.

¹²⁷Madden et al., *Teens, Social Media, and Privacy*.

Karakteristik *online community* dengan mudah terjelaskan dengan semua keterangan tentang *platform* media sosial di atas. Karena itulah dapat dinyatakan bahwa Instagram merupakan representasi yang dapat diandalkan sebagai contoh dari karakteristik komunitas daring ini. Di dalam komunitas *online*, peran yang dimainkan oleh individu adalah sebenar-benar pusat magnet komunitas. Demikianlah yang diacu dengan istilah *networked individualism* (individualisme jaringan).¹²⁸ Pada jenis komunitas daring ini, eksistensi individu adalah di pusat komunitasnya sendiri. Ciri khas dari komunitas online, yaitu kebebasan keterlibatan, peningkatan mobilitas, varian pilihan, serta hubungan-hubungan khusus dapat terlihat dengan jelas pada konsep *networked individualism*. Koneksi yang dibentuk dalam komunitas daring berpusat pada individu itu sendiri. Ia bergerak secara bebas menurut kebutuhan individu tersebut sembari tidak memedulikan aspek geografis. Berdasarkan hal tersebut, maka setiap individu di dalam jaringan yang berjalan secara daring ini memiliki komunitas individunya sendiri. *Online community*, dengan demikian, sangat bergantung kepada jaringan individual. Terdapat pula istilah lain yang merujuk kepada fenomena tersebut. Istilah itu adalah *instrumental network community* (komunitas jaringan instrumental).¹²⁹ Istilah ini serupa dengan konsep *networked individualism*, yaitu bahwa komunitas transaksi, minat, dan fantasi menjadi acuan dasar dari komunitas daring.

Uraian di atas menunjukkan adanya perubahan yang mendasar dan fundamental pada karakteristik komunitas yang pada di era digital. Karakteristik tersebut tentu berlainan dan bertolak belakang dengan jenis komunitas lain yang disebut dengan *offline community*. Peran dan andil yang dimainkan oleh komunitas pada para individu sangatlah besar pada jenis komunitas luring. Emile Durkheim menegaskan hal tersebut melalui konsep fakta sosial. Ia menyatakan berikut ini: “*They consist of manners of acting, thinking and feeling external to*

¹²⁸Villum, *Networked Individualism: The Community Paradigm Change*, 19.

¹²⁹Miller, *Understanding Digital Culture*, 190.

the individual, which are invested with a coercive power by virtue of which they exercise control over him."¹³⁰ Dengan demikian, sebuah komunitas dengan norma dan nilai-nilai sosial yang tertanam di dalamnya mempunyai kuasa dan kekuatan untuk mengatur dan mengolah peran yang dapat dimainkan oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari.

Konsep *networked individualism* sebagaimana dijelaskan di atas, selain ditata dan diatur berdasarkan pilihan pribadi, juga mengindikasikan bahwa koneksi daring yang dilakukan oleh individu tersebut merupakan komunitas dalam jejaring yang sangat mudah melakukan perpindahan. Gambaran ini dilatarbelakangi oleh karakteristik dari orang-orang yang memiliki jaringan yang berbeda berdasarkan minat dan pilihan individu. Tampaknya para individu digital mempunyai beberapa akun di berbagai *platform* media sosial dan media komunikasi dengan berdasar kepada minat serta kebutuhan yang variatif untuk masing-masing *platform*. Dewasa ini, setidaknya terdapat empat aplikasi yang digandrungi dan disenangi oleh para individu digital, sehingga aplikasi tersebut begitu populer dan menarik perhatian, yaitu Instagram, Facebook, Line, dan Whatsapp. Para individu digital menggunakan keempat aplikasi tersebut dengan berlandaskan kepada minat dan kebutuhan yang berbeda-beda. Akun pada Instagram, misalnya, digunakan untuk membangun jaringan antar teman yang sebaya dengan mereka. Akun pada Facebook tampaknya digunakan oleh mereka untuk bisa terhubung dengan pihak-pihak yang dirasa lebih tua dan dewasa. Akun pada Line merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk teman sebaya, sedangkan akun pada Whatsapp merupakan sarana komunitas yang dilakukan dari kalangan keluarga dan kerabat. Melihat kategorisasi di atas, maka terdapat dua kategori secara garis besarnya, yaitu kategori teman sebaya dan kategori keluarga, kerabat dekat, atau orang-orang yang dianggap lebih tua dari diri mereka.

¹³⁰Emile Durkheim, *The Rules of Sociological Method* (New York: The Free Press, 1982), 52.

Terdapat hasil kajian bertaraf global yang melibatkan hampir lima puluh ribu pengguna internet di seluruh dunia. Survey tersebut menginformasikan bahwa rata-rata para pengguna internet tidak hanya memiliki satu akun pada media sosial. Bahkan mereka bisa memiliki lebih dari delapan akun sosial.¹³¹ Masing-masing akun pada *platform* media sosial ini memiliki fungsi yang berbeda-beda. Bisa dinyatakan bahwa satu akun pada platform media sosial tertentu berfungsi untuk satu jenis tujuan saja, sedang akun pada platform media sosial yang lain memiliki tujuan yang berbeda.

Kebebasan yang didapatkan oleh individu, baik dalam hal preferensi maupun pengelolaan akun platform media sosial dan media komunikasi tampaknya tidak diikuti oleh kehendak untuk menelusuri informasi keagamaan secara bebas dan terbuka. Kebebasan sebagai individu digital ketika berada pada media sosial terjadi di awal, yaitu pada saat mengelola akunnya di platform tersebut. Namun pada tahap berikutnya, para individu digital menunjukkan kepasifan yang terkait dengan penelusuran religiusitas, yaitu bahwa mereka mendapatkan informasi terkait dengan keagamaan tersebut melalui notifikasi yang datangnya dari akun-akun media sosial yang mereka ikuti. Hal ini berarti bahwa mereka mendapatkannya bukan dari proses penelusuran yang disengaja. Penelitian dari Pew Research Center menegaskan fenomena tersebut. Hasil penelitian itu menyatakan bahwa lebih dari setengah pengguna *smartphones* menerima pemberitahuan informasi yang dikirim langsung ke ponsel mereka melalui notifikasi.¹³² Dari sini tampak kepasifan yang melanda individu-individu digital ketika melakukan proses penelusuran religiusitas.

Bila mengacu kepada uraian di atas, maka sesungguhnya sesuatu yang bersifat paradoksal sedang terjadi pada diri individu digital. Di

¹³¹Radcliffe, "The Media Habits Of Millennials, Generation Z, And The Rest Of Us: In Five Key Charts."

¹³²Lu and Matsa, *More Than Half of Smartphone Users Get News Alerts, but Few Get Them Often*.

satu sisi, komunitas daring menjanjikan adanya kuasa individu di atas komunitas, serta memberikan fitur-fitur yang menunjukkan kebebasan dan keaktifan dalam merambah berbagi situs dan juga jejaring yang diinginkan. Tetapi di sisi lain, pemerolehan informasi yang langsung sampai ke perangkat digital yang ada pada genggaman melalui notifikasi menjadikan individu-individu digital itu pasif. Hal yang demikian bisa dijumpai pula pada aktivitas yang mereka lakukan pada *search engine*, semisal Google. Situs mesin pencari ini memainkan peranan kedua atau turunan sebagai sarana untuk langkah berikutnya setelah mereka mendapatkan informasi keagamaan melalui notifikasi dari *platform* media sosial. Dengan demikian, mesin pencari ini bukanlah fasilitas sarana utama yang terkait dengan penelusuran religiusitas. Sesungguhnya, fasilitas yang disediakan oleh Google mengindikasikan adanya keaktifan bagi siapa pun yang dengan sengaja berkehendak untuk menelusuri informasi apa pun. Tetapi tampaknya yang sedang berlangsung adalah pemerolehan informasi tersebut kebanyakan berasal dari notifikasi pada platform media sosial yang telah terinstall di dalam *smartphone* masing-masing individu.

Informasi yang terbalut dalam kemasan audio visual tampaknya lebih diminati dan menarik perhatian bagi individu-individu digital jika diperbandingkan dengan informasi yang terkemas dalam jenis tulisan naratif. Konteks historis terkini mendukung adanya peralihan teknologi semacam ini. Generasi terkini tumbuh dalam era *video streaming*. Dengan teknologi *streaming* semacam itu, para individu digital tidak sering menikmati konten video dengan cara menonton televisi. Hal yang demikian tentu berbeda dengan anak-anak muda pada era-era terdahulu yang hidup berdampingan dengan televisi, serta mereka menikmati informasi dalam piringan DVD. Platform berbasis video, dengan demikian, menjadi tumpuan bagi individu-individu digital generasi terkini. Contohnya platform tersebut adalah YouTube. Sebuah kajian juga menyatakan dengan tegas bahwa bahwa

para individu digital tersebut tidak dapat menikmati kehidupan tanpa mengakses YouTube dan *platform* video yang serupa.¹³³

Kecenderungan para individu digital pada jenis media audio visual tersebut diperkaya lagi saat ini dengan munculnya jenis media baru pada dunia *game*, yaitu *virtual reality*. Teknologi mutakhir ini memiliki sifat dasar yang berbeda dengan *video game* yang biasa. *Video game* yang biasa memberikan fantasi dan imajinasi kepada para pemain untuk mengalami cerita imajinatif dalam format dua dimensi. Sedang di sisi lain, *virtual reality* mampu menghantarkan dan menyajikan pengalaman yang lebih mendalam. Kini, jenis teknologi *game* yang berupa *virtual reality* ini mendapatkan tempat tersendiri bagi individu digital. Bahkan sebagian telah menjadikan sebagai gaya hidup.¹³⁴

Terlepas dari jenis media yang dikonsumsi oleh para individu digital, serta *platform* media apa pun yang dioperasionalkan dalam penelusuran religiusitas, fenomena yang teruraikan di atas dapat dicakup dalam konsep *religion online*. Konsep ini menjelaskan bahwa dunia daring memberikan segudang informasi kepada pengunjung situs tentang hal-hal yang terkait dengan religiusitas. Informasi yang ada secara *online* tersebut bermacam-macam. Diantaranya adalah doktrin, kepercayaan, organisasi, komunitas, dan lain-lain. Informasi yang terkait dengan layanan religiusitas juga tersedia secara *online*. Berita terbaru tentang terbitnya buku dan artikel yang terkait dengan agama juga tersedia. Perlengkapan yang ada hubungannya dengan ritual dan tradisi keagamaan pun ada. Secara definitif, *religion online* berfungsi untuk memberikan informasi tentang religiusitas kepada pengunjung situs-situs tertentu.¹³⁵

Masih bertalian dengan penelusuran religiusitas, terdapat pula tema tentang konsiderasi terhadap varian informasi yang telah

¹³³Bazilian, *Infographic: 50% of Gen Z 'Can't Live Without YouTube' and Other Stats That Will Make You Feel Old*.

¹³⁴eMarketer, "Virtual Reality Interest Highest Among Gen Z."

¹³⁵Young, "Reading and Praying Online: The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity," 94.

tertelusuri. Para individu digital dari golongan muda ini tampaknya mempercayai *identity agent* atau orang-orang yang mereka temui secara tatap muka dalam dunia nyata, yaitu orang tua, guru sekolah, dan guru mengaji. Tidak ada tabir yang menyekat mereka, semisal *screen*, untuk saling berdiskusi secara langsung kala membahas informasi religiusitas tertentu. Jonathan J Schachter dan Jonathan J. Ventura telah menegaskan bahwa dalam konsep *identity agent* ini terdapat persona-persona yang berinteraksi langsung secara aktif dengan para pemuda yang dimaksudkan untuk berpartisipasi dalam pembentukan identitas. Mereka secara reflektif bertindak sebagai pihak yang memengaruhi pembentukan identitas secara lebih besar.¹³⁶ Dengan kondisi yang demikian, para individu digital memberikan kepercayaan lebih kepada *identity agents* semacam ini. Mereka tidak hanya mendapatkan berbagai macam informasi keagamaan secara pasif, namun mereka juga dapat secara aktif menyatakan hal-hal yang membutuhkan kejelasan dan konfirmasi yang lebih jelas dengan cara bertanya langsung dan berkomunikasi dengan para *identity agents*. Kepercayaan para individu digital tentang kebenaran informasi religiusitas yang sedang dibahas merupakan hasil akhir dari rangkaian diskusi yang telah dilakukan secara bersama-sama.

Perspektif komunikasi menyatakan bahwa peristiwa yang terjadi antara *identity agents* dengan para individu digital tersebut termasuk dalam kategori komunikasi sinkronis. Komunikasi sinkronis adalah suatu jenis percakapan yang berlangsung secara terus-menerus dan berbatas waktu. Bentuk dari komunikasi sinkronis yang paling umum dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari adalah dengan bertatap muka tanpa sekat yang menghalangi proses komunikasi tersebut.¹³⁷ Komunikasi sinkronis juga masih tetap dimungkinkan berlangsung meskipun ada jarak membentang yang memisahkan kedua belah

¹³⁶Jonathan J Schachter and Jonathan J. Ventura, "Identity Agents: Parents as Active and Reflective Participants in Their Children's Identity Formation," *Journal of Research on Adolescence* 18, no. 3 (2008): 449.

¹³⁷Lim, "An Analysis of Synchronous and Asynchronous Communication Tools in E-Learning," 231.

pihak, yaitu dengan dilakukannya intervensi teknologi. Telepon merupakan salah satu artefak teknologi yang bisa digunakan untuk memperlancar komunikasi sinkronis tersebut.

Kepercayaan kepada informasi religiusitas yang berasal dari akun-akun yang diikuti pada *platform* media sosial merupakan konsekuensi dari adanya kebebasan dan keleluasaan bagi para individu digital tersebut sebagai bagian dari komunitas daring untuk menentukan akun yang akan diikutinya. Adanya preferensi individual ini pada gilirannya berakibat kepada tingkat kepercayaan yang diberikan, yaitu bahwa informasi religius yang berasal dari akun-akun tertentu yang diikutinya dinilai sebagai benar dan valid. Dikarenakan keadaan yang demikian, maka pertimbangan atau konsiderasi tidak diperlukan lagi untuk menentukan validitas dan keabsahan informasi religius yang didapatkannya. Konsekuensi lain juga dapat terjadi, yaitu bahwa jika seseorang tidak memberikan kepercayaan lagi terhadap kevalidan dan keabsahan informasi keagamaan yang berasal dari akun-akun yang telah diikutinya pada platform media sosial, maka ia secara bebas dan leluasa dapat mengeluarkan akun tersebut dari jejaring komunitas daring yang dikelolanya secara individual. Uraian di atas memberikan kejelasan dan ketegasan bahwa dalam sebuah komunitas daring, individu-individu digital benar-benar menjadi penentu utamanya. Ia dapat dengan mudah mengikuti dan mengeluarkan akun tertentu sesuai dengan yang kehendaknya sendiri.

Dampak dari personalisasi web bisa terlihat dan tampak pada saat individu digital tersebut melakukan konsiderasi atau pertimbangan terhadap berbagai informasi yang didapatkan secara *online* pada situs mesin pencari. Secara umum, terdapat empat patokan dalam melakukan pertimbangan kala melakukan penelusuran informasi religius pada mesin pencari *online*, yaitu:

- 1) Suatu informasi religius dapat dipercaya apabila informasi diungkapkan oleh banyak situs atau website. Ketika informasi religius tidak dipresentasikan oleh banyak situs, maka kurang dipercayai;

- 2) Urutan teratas dari website atau situs menjadi patokan, sehingga informasi religius yang ada pada situs tersebut lebih dipercaya. Hal ini dikarenakan asumsi bahwa website atau situs pada urutan teratas berarti paling banyak diakses oleh pengguna internet. Kedua patokan konsiderasi di atas dapat secara tepat menegaskan bahwa pertimbangan tentang dominasi mayoritas terhadap minoritas juga sedang berlangsung pada para individu digital dalam mempertimbangkan ragam informasi religius yang mereka dapatkan;
- 3) Banyaknya dalil kitab suci yang termuat dalam suatu situs atau website berarti informasi religius tersebut lebih dipercayai dibandingkan dengan narasi dengan sedikit dalil;
- 4) Informasi religius dipercayai kala dirasa paling lengkap dengan menyajikan berbagai perspektif untuk mendukung keabsahan informasi religius yang sedang dibahas. Keterangan di atas menampakkan bahwa para individu digital mempunyai dasar dan landasan dalam melakukan konsiderasi dan pertimbangan ketika menelusuri informasi religius pada situs mesin pencari. Namun kebanyakan tidak menyadari bahwa hasil pencariannya pada situs mesin pencari tersebut telah melalui personalisasi web algoritmik yang dijalankan secara digital.

Personalisasi web algoritmik mempunyai dampak tersendiri, yaitu bahwa hasil pencarian seseorang terhadap suatu informasi religius adalah berdasarkan *history* individu tersebut ketika berada di dalam jaringan internet. Eli Pariser menegaskan bahwa walaupun seseorang telah keluar dan tidak terkoneksi lagi dengan aplikasi mesin pencari, semisal Google, tetapi ternyata masih terdapat belasan sinyal yang dapat diperhatikan oleh Google kepada para penggunanya. Sinyal-sinyal tersebut mampu memberikan arahan dan informasi pribadi si pengguna, mulai dari jenis komputer yang digunakannya, hingga jenis *browser* atau aplikasi yang diinstall oleh yang bersangkutan di tempat ia melakukan aktivitas daringnya. Dengan berbekal informasi dari

sinyal-sinyal tersebut, maka hasil permintaan dan penelusuran seseorang dapat disesuaikan.¹³⁸

Thomas Beretich menegaskan tentang personalisasi algoritmik pada mesin pencari Google ini.¹³⁹ Bahkan secara umum, Google disebut sebagai salah satu pihak inisiator dalam persoalan personalisasi algoritmik, yaitu bahwa hasil pencarian disesuaikan dengan identitas pengguna secara digital. Hasil pencarian yang dipersonalisasi tersebut berdasarkan kepada riwayat pencarian pengguna yang *login* pada akun situs tersebut. Proses yang terjadi ini berbeda dengan algoritma pencarian web pada era sebelumnya. Jenis algoritma terdahulu melihat atau lebih memperhatikan kepada relevansi istilah pencarian dengan halaman web yang tercakup dalam situs tersebut. Kini, Google lebih berfokus pada aktivitas masa lalu dari pengguna ketika mereka berselancar secara *online*. Pada tahap berikutnya, mesin pencari ini kemudian membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang diduplikatnya itu.

Eric Schmidt, kepala eksekutif *Google*, menyatakan dengan tegas: *We know roughly who you are, roughly what you care about, roughly who your friends are.*¹⁴⁰ Karena itulah, dampak yang ditimbulkan dari personalisasi algoritmik ini mengandung anomali tersendiri, yaitu bahwa yang tampak mayoritas karena banyak pengunjungnya, sesungguhnya adalah mayoritas dalam hasil pencarian yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Dengan demikian hasil yang diduplikatnya pada mesin pencari tersebut belum tentu menjadi mayoritas ketika kata atau istilah yang sama itu ditelusuri oleh orang lain yang berbeda. Maka suatu informasi yang dianggap viral dan sedang menjadi pembicaraan global menurut seseorang pada jejaring *online*-nya, tidaklah mesti menjadi viral juga menurut orang lain pada jejaring *online* yang berbeda.

¹³⁸Pariser, "Beware Online 'Filter Bubbles.'"

¹³⁹Beretich, "How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are," 9–11.

¹⁴⁰Deans, "Google Chief Warns on Social Networking Dangers."

Demikianlah yang sedang berlaku pada kultur digital terkait dengan penelusuran religiusitas pada media *online*. Salah satu wacana di bidang agama yang terkena dampak dan efeknya secara langsung adalah pergeseran otoritas keagamaan (*shifting of religious authority*). Secara garis besar, terdapat dua unsur utama di dalam suatu otoritas. Unsur pertama adalah dominasi. Dalam hal ini, otoritas didefinisikan sebagai dominasi yang absah dan valid. Otoritas juga membawa kepada implikasi kuasa, yaitu adanya kemampuan untuk memaksa orang lain bertindak dan melakukan sesuatu dengan cara dan hal-hal tertentu yang telah ditetapkan. Dominasi mengandaikan adanya kepatuhan dari sekelompok orang tertentu pada probabilitas perintah tertentu atau mungkin saja semua perintah yang telah dikeluarkan oleh otoritas. Unsur kedua adalah legitimasi. Otoritas tidak hanya soal kemampuan untuk memaksa pihak lain, namun juga ada unsur kepatuhan atau penerimaan paksaan itu. Otoritas adalah suatu situasi yang menyebabkan orang-orang menyerahkan otonomi penuh mereka, sehingga dengan terpaksa menerima arahan dari orang lain tanpa memiliki sanggahan karena legitimasi absah yang telah dipegang oleh otoritas.

Bila ditinjau dari perspektif sejarah, otoritas selalu bersifat cair. Ia penuh dengan kontestasi, serta memiliki cakupan yang kontekstual. Ketika otoritas itu dikaitkan dengan keberagaman, terdapat dua alasan utama kekuasaan dalam agama berubah menjadi otoritas religius, yaitu legitimasi melalui konstruksi simbolik dan legitimasi melalui *performance*. Yang dimaksud dengan legitimasi melalui konstruksi simbolik berkaitan dengan nilai-nilai yang dianut dan dijadikan pedoman. Konstruksi posisi otoritas atau penggunaan kekuasaan berdasarkan kepada representasi nilai-nilai yang dianggap fundamental dan penting oleh subyek-subyek sekitar. Sedangkan yang dimaksud dengan legitimasi melalui *performance* adalah hak penggunaan kekuasaan yang diberikan kepada seseorang atau sekelompok orang yang dapat menunjukkan diri bahwa ia atau mereka memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu mencapai

tujuan yang telah ditetapkan, untuk membuat sesuatu hal dapat terjadi, atau untuk menciptakan suatu kondisi yang membuat kehidupan menjadi lebih nyaman dan bermakna bagi pihak-pihak yang diperintah.¹⁴¹

Penggunaan media digital daring secara masif berimbas kepada ramainya kembali wacana seputar otoritas keagamaan. Hal tersebut terutama dikaitkan dengan pergerakan dan pergeserannya di era kultur digital. Dalam wacana otoritas ini, terdapat istilah *multiple layers of authority* (berbagai lapisan otoritas) yang merujuk kepada pengertian bahwa tidak cukup dengan menyatakan internet dan dunia daring telah mengubah atau menantang otoritas keagamaan tradisional. Diperlukan upaya untuk mengidentifikasi bentuk atau tipe otoritas spesifik yang sedang dipengaruhi. Karena itulah, ada empat tingkat otoritas keagamaan yang berkontestasi, yaitu hierarki, struktur, ideologi, dan teks agama. Semua tingkat otoritas tersebut berada dalam konteks daring.¹⁴²

Terdapat beberapa tawaran sudut pandang yang disampaikan oleh akademisi terkait dengan otoritas keagamaan ini. Dari beberapa tawaran tersebut, *mediatization theory* dapat memberikan pespektif yang unik dan khas bertalian dengan efek media digital daring bagi otoritas keagamaan. Asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa agama selalu termediasi oleh sarana budaya, yaitu bahwa agama selalu terbentuk melalui media. Karena itulah, bentuk-bentuk mediasi harus dianggap sebagai bagian integral saat merujuk kepada definisi agama. Agama harus dipahami dari wahana yang digunakannya dalam

¹⁴¹Peter Horsfield, "The Media and Religious Authority from Ancient to Modern," in *The Media and Religious Authority*, ed. Stewart Hoover (University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2016), 40; See also: Zulkifli, "The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power," *MIQOT* XXXVII, no. 1 (2013): 180–197.

¹⁴²Heidi Campbell, "Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet," *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 1045; See also: Heidi A. Campbell, "Religious Authority and the Blogosphere," *Journal of Computer-Mediated Communication* 15 (2010): 251–276.

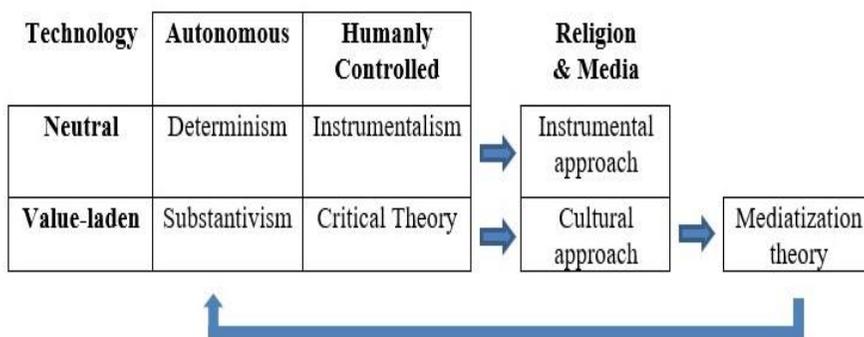
menyampaikan pesan ajarannya kepada komunitas masing-masing. Berdasarkan hal itu, muncul istilah *mediated religion*. Dengan istilah ini, maka perhatian kajian berfokus kepada transisi dari satu medium ke medium yang lain, dan juga bagaimana medium tertentu berperan dalam konfigurasi dan pengejawantahan praktik keagamaan.

Terdapat dua pendekatan utama dalam wacana hubungan antara agama dan media, yaitu pendekatan instrumentalis (*instrumentalist approach*) dan pendekatan budaya (*cultural approach*). Pendekatan instrumentalis adalah pemahaman linier terhadap teknologi sebagai artefak sederhana yang tidak mempunyai nilai pada dirinya, atau bersifat netral. Di sisi yang berbeda, pendekatan budaya mempercayai bahwa media adalah suatu institusi yang tertanam secara budaya (*culturally embedded institution*). Menurut pendekatan budaya, media harus dipandang sebagai faktor konstitutif dalam teologi. Media tidak hanya bersifat fungsional saja. Media digital yang bersifat otonom mengindikasikan bahwa jenis media ini tidak lagi berfungsi sebagai pelayan bagi institusi lain. Media digital mempunyai logikanya sendiri yang harus diikuti dan dipatuhi oleh institusi sosial lain. Logika ini dirujuk dengan sebutan *media logic*.¹⁴³ Hal tersebut dilakukan melalui fungsi pengaturan agenda (*agenda-setting function*) dari media. Dengan melakukan *filtering* atau penyaringan, media mengatur kerangka kerja dengan memutuskan apa yang bisa, boleh dan harus diungkapkan. Tidak hanya itu, ia juga mengatur bagaimana cara mengungkapkannya. Fungsi pengaturan agenda media ini mengindikasikan bahwa media bersifat otonom dan mempunyai kekuatan dan kuasa tersendiri untuk mendefinisikan dan membingkai ulang religiusitas. Inilah yang dimaksud dengan *mediatization theory*, yaitu suatu teori yang menempatkan media sebagai kuasa otonom.¹⁴⁴

¹⁴³Moch Fakhruroji, "Mediatization of Religion in 'Texting Culture': Self-Help Religion and the Shifting of Religious Authority," *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 5, no. 2 (2015): 245.

¹⁴⁴Anita L. Cloete, "Mediated Religion: Implications for Religious Authority," *Verbum et Ecclesia* 37, no. 1 (2016): 3.

Ketika *mediatization theory* ini dikaitkan dengan filsafat teknologi, maka penempatannya bisa diilustrasikan dekat dengan kaum *substantivist*. Berikut ini adalah diagram yang memperlihatkan posisi pendekatan instrumentalis (*instrumentalist approach*) dan pendekatan budaya (*cultural approach*) dalam diskursus agama dan media, serta posisi *mediatization theory*, dalam kaitannya dengan empat kategorisasi dalam filsafat teknologi yang memetakan hubungan antara teknologi dan manusia:



Empat kategori filsafat teknologi di atas membantu memahami hubungan antara nilai-nilai yang ada pada teknologi dengan kemampuan manusia dalam menggunakan dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pada kategori pertama terlihat bahwa kaum determinis mempercayai teknologi bersifat netral dan tidak memiliki nilai pada dirinya sendiri. Di sisi lain, manusia juga tidak memiliki kuasa atas perkembangan teknologi itu. Dalam pandangan kaum determinis, perkembangan teknologi bersifat otonom dari kontrol manusia dan perkembangan masyarakat diatur dan dikendalikan oleh perubahan teknologi yang membentuknya. Sedangkan bagi yang lain, mereka menganggap bahwa teknologi tidak memiliki nilai pada dirinya sendiri, tetapi perkembangannya dapat dikendalikan oleh manusia. Kaum yang berada pada posisi ini disebut dengan kaum instrumentalis. Mereka meyakini bahwa manusia memiliki

kemampuan untuk mengendalikan dan mengatur pengembangan dan penggunaan teknologi. Slogan favorit kaum instrumentalis dinyatakan dengan kalimat berikut: *not weapons kill people, but people kill other people*. Ungkapan tersebut menyiratkan bahwa manusialah yang bertanggung jawab terhadap semua tragedi kemanusiaan. Teknologi tidak mempunyai andil di dalamnya.

Berpindah kepada kategorisasi yang lain, dapat ditemui pihak substantivisme. Bagi pihak ini, teknologi mempunyai nilai moral, tetapi hanya terdapat sedikit atau hampir tidak ada kuasa kontrol manusia terhadap cara pengembangan dan penggunaannya. Dengan pandangan yang demikian, maka masyarakat ditransformasikan dan diubah sesuai dengan nilai-nilai yang ada pada teknologi tersebut.

Dengan berdiri pada posisi yang hampir mirip dan serupa, pihak yang berada pada teori kritis menyatakan bahwa manusia mempunyai kesempatan untuk mengendalikan dan mengatur perkembangan teknologi, serta memengaruhi konsekuensi penggunaannya. Menurut mereka, nilai-nilai yang terkandung di dalam teknologi merupakan nilai yang memiliki muatan spesifik sosial dan budaya. Teknologi tidak hanya membingkai satu cara hidup, tetapi juga mengemas berbagai cara hidup yang berbeda. Masing-masing mencerminkan pilihan desain yang berlainan, dan juga ekstensi mediasi teknologi yang berlainan pula. Pilihan yang terbuka terletak pada level yang lebih tinggi daripada level instrumental. Dengan demikian, intervensi demokratis ke dalam teknologi diperlukan guna mencapai keselamatan manusia itu sendiri.¹⁴⁵

Dengan memperhatikan ragam perspektif dalam filsafat teknologi di atas, maka dua perspektif yang ada pada wacana agama dan media dapat dinilai sebagai penterjemahan lanjutan dari filsafat teknologi itu. Perspektif *Instrumentalist approach* merujuk kepada ketiadaan nilai, sedangkan perspektif *cultural approach* menekankan kepada sisi sarat nilai pada teknologi. Dari pendekatan terakhir inilah,

¹⁴⁵Mocan, "Digital Technology and The New Arts From The Philosophy of Technology Perspective," 99–100.

yaitu *cultural approach*, muncul *mediatization theory*. Teori ini dapat ditempatkan seirama dengan kaum substantivis dibandingkan dengan kaum kritis, karena penekanannya yang kuat dan tegas pada *media logic*, terutama pada fungsi pengaturan agenda (*agenda-setting function*) dari media.

Kekuatan yang dimiliki oleh media yang sedemikian rupa memiliki dampak ketika mengemas dan menformulasikan ulang fenomena keagamaan. Salah satu dampak yang dirasakan adalah melemahnya kekuatan institusi keagamaan tradisional dalam menjaga nilai-nilai dan makna simbol religiusitas. Mediatisasi itu mengarahkan bidikannya kepada perubahan otoritas agama (*religious authority*). Dalam konteks yang demikian, simbol-simbol dan nilai keagamaan dapat terlepas dari genggamannya institusi keagamaan tradisional. Media dengan leluasa menggunakan simbol-simbol religiusitas yang dianggap suci dan sakral itu untuk tujuannya sendiri. Terkadang terjadi pula fenomena kebalikannya, yaitu simbol dan narasi yang bernilai sekuler digunakan dan diproyeksikan untuk mengemas dan sekaligus menciptakan pengalaman keagamaan yang baru. Ketika hal itu terjadi, maka otoritas keagamaan telah berpindah ke individu-individu pengguna media, yang asalnya dipegang dan dirawat oleh institusi keagamaan tradisional.

Jenis baru dari spiritualitas ini, yaitu spiritualitas individual, pada gilirannya mengarah kepada penurunan otoritas keagamaan yang sifatnya institusional. Oleh karena itulah, otoritas keagamaan itu tampaknya bergerak dari bawah ke atas, yaitu dari pengalaman hidup individu dan terjadi dalam kehidupan sehari-hari, bukan dari atas ke bawah, yaitu dari lembaga keagamaan. Dampak lanjutannya adalah bahwa otoritas religius tidak lagi dikaitkan dengan otentisitas, tetapi dengan popularitas. Pihak-pihak yang populer di mata massa akan dianggap memegang otoritas. Dengan demikian, otoritas bergeser dari institusi ke audiens media. Konstruksi makna berada di tangan individu melalui musik, video game, dan film, bukan berada di dalam pesan itu sendiri. Tampaknya budaya populer mampu menggantikan

peran institusi keagamaan dan teks yang semula berperan sebagai agen tradisional dalam konstruksi makna religius. Sesuatu yang berkharisma di dalam agama telah bergeser dari intuisi sosial ke audiensi media. Dengan kenyataan ini, maka pengetahuan teologis tidak lagi berpusat pada segelintir orang yang memiliki hak istimewa dengan mempelajari tata bahasa yang rumit serta inti ajaran yang bernilai filosofis.¹⁴⁶

Segala keterangan di atas menunjukkan penurunan peran institusi keagamaan tradisional. Namun masih ada perspektif yang optimistis. Mereka menyatakan bahwa otoritas keagamaan tidak memudar dan masih tetap berada pada tempatnya semula. Kasus yang diajukan oleh perspektif yang optimistis ini adalah Islam Indonesia. Praktik keagamaan yang telah dilaksanakan secara *offline* tidak perlu khawatir dengan keberadaan praktik pembelajaran Islam melalui media daring, dengan syarat bahwa praktik-praktik tersebut tetap mengkonfigurasi otoritas *offline* dalam konteks digital. Dengan cara kontekstualisasi yang sedemikian rupa, agama dalam konteks tradisional *offline* masih bisa mempertahankan posisinya sebagai sumber utama pengetahuan agama bagi komunitasnya. Karena itulah, terdapat interkoneksi antara konteks praktik pembelajaran Islam melalui internet dan praktik tradisional dalam konteks *offline*. Interkoneksi semacam inilah yang dimaksud dengan hubungan timbal balik (*reciprocal relationship*) antara konteks daring dan luring. Dengan cara yang demikian, praktik pembelajaran Islam yang dilakukan dengan media internet tidak harus dipandang sebagai bentuk populisme agama yang menantang otoritas keagamaan tradisional. Bahkan hal tersebut bisa dimaknai sebagai kesempatan untuk memperluas otoritas agama dalam konteks digital secara daring, sehingga tidak hanya berada pada konteks luring saja.¹⁴⁷

¹⁴⁶Cloete, "Mediated Religion: Implications for Religious Authority," 5.

¹⁴⁷Dindin Solahudin and Moch Fakhruroji, "Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority," *Religions* 11, no. 19 (2020): 9.

Perbedaan sudut pandang tentang otoritas keagamaan ini mesti dieksplorasi lebih jauh lagi untuk mendeteksi dan mengurai hal-hal yang menyebabkan perbedaan itu bisa terjadi. Dengan menempatkan pada perspektifnya masing-masing, perbedaan itu bisa dipahami. Satu hal yang mesti diperhatikan adalah bahwa logika media digital dengan personalisasi webnya begitu kuat pengaruhnya, sehingga memberikan andil kepada pergeseran otoritas keagamaan dan berperan pula dalam mbingkai narasi religius menjadi sesuatu yang berbeda jika dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya.

Wacana seputar identifikasi religiusitas pada individu-individu digital menunjukkan bahwa *identity agents* menjadi prioritas utama sebagai tempat berlabuhnya informasi keagamaan bagi mereka. Setidaknya terdapat tiga agen identitas yang menjadi sandaran, yaitu guru di sekolah, orang tua, dan guru mengaji. Para individu digital yang terlibat dalam dunia daring sebagai konsekuensi logis bagian dari generasi terkini tidak serta merta mengabaikan dan mengacuhkan sandaran yang bersifat *offline*. Anggapan bahwa komunitas daring dapat menggosok atau bahkan menggantikan komunitas *offline* dapat terpelekan. Terdapat perspektif yang menyatakan bahwa komunitas religius luring didukung oleh praktik-praktik keagamaan secara daring. Perspektif tersebut disebut dengan sudut pandang kontinuitas dan komplementari. Dari perspektif tersebut, kedua jenis komunitas ini bisa dipandang sebagai pelengkap antara yang satu dengan yang lain, sekaligus sebagai perpanjangan jangkauan, sehingga bukan saling menafikan dan meniadakan.¹⁴⁸

Para individu digital memiliki sumber rujukan keagamaan secara *online* yang terkategoriisasikan menjadi dua, yaitu persona dan akun anonim berlabel agama. Kedua kategori tersebut memiliki keunikan masing-masing. Pada kategori pertama, yaitu persona, bertalian dengan kecenderungan anak-anak muda individu digital ini dalam mengonsumsi informasi dengan media audio visual. Para individu

¹⁴⁸Cloete, "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection," 4.

digital lebih memberikan kepercayaan terhadap informasi keagamaan dalam bentuk audio video dengan alasan bahwa mereka dapat melihat langsung seseorang yang sedang menyampaikan suatu informasi keagamaan, misalnya para pemuka agama. Mereka dapat memperhatikan raut muka, mimik, dan gerak tubuh dari pemuka agama tersebut, sehingga tidak hanya menyimak uraian informasi keagamaan dengan berlandaskan kepada intonasi suara saja. Berdasarkan hal tersebut, maka acuan persona yang terkonfigurasi dalam bentuk audio visual dijadikan sumber rujukan religiusitas. Sedang jenis media lain, semisal tulisan naratif, tidak bisa mendapat posisi yang sedemikian rupa. Meskipun pada narasi tulisan tersebut tertera sebuah nama, atau bahkan foto, tetapi cukup rumit untuk diberikan perhatian lebih, karena tidak bisa diperhatikan secara langsung bagaimana individu tersebut menyampaiannya.

Meskipun demikian, terdapat perkembangan teknologi digital mutakhir yang mesti mendapat perhatian terkait dengan kecenderungan individu digital terhadap media audio visual. Kini telah ada teknologi canggih yang dapat merekayasanya. Teknologi ini mampu merekayasa gambar bergerak dan suara. Dengan adanya teknologi semacam ini, maka sebuah tayangan pada media audio video bisa berupa seseorang yang sedang menyampaikan suatu informasi. Namun pada kenyataannya bukan individu yang sebenarnya yang melakukan hal tersebut, meskipun dalam tayangan itu bisa terlihat jelas mimik dan raut muka, serta gerak tubuhnya. Intonasi dan nada suara yang dihasilkan juga sama persis dengan individu yang bersangkutan. Nama teknologi rekayasa audio visual ini adalah *Deepfake*. *Deepfake* menggunakan teknologi *artificial intelligence* atau kecerdasan buatan yang disebut dengan *deep learning* untuk menghasilkan gambar dan peristiwa palsu. Karena itulah teknologi ini disebut dengan istilah *deepfake*.¹⁴⁹

¹⁴⁹Ian Sample, "What Are Deepfakes – and How Can You Spot Them?," January 13, 2020,

Uraian di atas dapat memunculkan spekulasi terbaru terkait dengan *hoax*. Saat ini, penyebaran informasi palsu masih berkisar pada narasi tulisan dan gambar. Tetapi tidak lama lagi jenis media yang terkena *hoax* akan semakin melebar, yaitu menasar pada media audio visual. Saat peristiwa tersebut terjadi, maka tayangan video dari seorang pemuka agama akan rumit untuk dipercaya keasliannya. Padahal individu digital sedang menaruh kepercayaan lebih kepada media audio visual dibandingkan dengan jenis media yang lain.

Akun anonim berlabel agama adalah kategori kedua sebagai sumber keagamaan yang dijadikan sandaran oleh individu-individu digital. Kategori ini mengisyaratkan dampak lanjutan dari posisi individu sebagai pusat dari komunitas daring. Kemudahan multiplisitas akun pada media sosial berdampak kepada munculnya gejala anonimitas. Paradigma anonimitas ini, pada gilirannya, membawa efek yang lebih luas. Di awal kemunculannya, fenomena anonimitas itu hanyalah untuk memberikan fasilitas kemudahan membuat akun yang banyak pada beragam platform media sosial. Namun dampak yang ditimbulkan dari kemudahan tersebut masih terus berlanjut, yaitu berimbas kepada tingkat kepercayaan kepada informasi. Akun-akun anonim dengan label agama, meskipun tidak diketahui pihak-pihak yang berada di belakang akun tersebut, mendapat kepercayaan dari para individu digital. Hal tersebut terutama terjadi pada akun yang menggunakan kata-kata '*official*' atau 'resmi'. Sehingga, misalnya, jika ada sebuah akun dengan label agama, semisal 'Islam', kemudian ditambahi dengan kata '*official*', maka akun tersebut akan mendapatkan perhatian, yang kemudian bisa berimbas menjadi sandaran rujukan tentang hal-hal yang terkait dengan religiusitas. Informasi keagamaan yang disampaikan oleh jenis akun ini dipercayai kevalidan dan keabsahannya.

Masih bertalian dengan identifikasi religiusitas, tema ketahanan diri terhadap alternatif lain juga patut diberikan perhatian. Para

<https://www.theguardian.com/technology/2020/jan/13/what-are-deep-fakes-and-how-can-you-spot-them>.

individu digital dari generasi terkini tampaknya belum menunjukkan tanda-tanda kemampuan dalam meramu dan mengelola ragam variasi informasi keagamaan secara mandiri. Kepasifan yang mereka lakukan pada penerimaan informasi keagamaan secara *online* diikuti oleh jenis kepasifan yang lain, yaitu pasif dalam mengolah ragam informasi yang mereka dapatkan untuk diinternalisasikan menjadi suatu kesadaran diri yang khas dan unik milik mereka sendiri, sampai menjadi sebuah kesadaran yang sifatnya personal. Akibatnya adalah bahwa ketahanan diri terhadap alternatif lain yang bisa menghampiri mereka setiap saat tidak berlandaskan kepada kekuatan informasi itu sendiri, namun berlandaskan kepada sumber asal datangnya informasi tersebut. Dalam arti bahwa ketertolakan suatu informasi keagamaan tidak dikarenakan kelemahan yang terdapat di dalam informasi itu, tetapi disebabkan oleh sumber asal siapa yang menyampaikannya. Dalam keadaan yang sedemikian rupa, posisi dan peran yang bisa dimainkan oleh *identity agents* amat vital dan penting. Agen-agen tersebut tidak hanya bisa berperan sebagai sumber asal informasi, tetapi juga bisa sebagai partner dan rekan komunikasi timbal balik dalam mengelola beragam informasi religius yang kebanyakan datang dari dunia maya.

Dengan memperhatikan kecenderungan tersebut, maka sebuah wacana alternatif patut diajukan demi memperkuat kapasitas dan kapabilitas individu-individu digital dalam mengelola rangkaian informasi. Dikarenakan kebanyakan individu digital tersebut berasal dari generasi terkini yang sedang menjalani proses pendidikan di institusi pendidikan tingkat menengah dan tinggi, maka wacana di sekitar pendidikan patut diajukan dan dipresentasikan. Wacana tersebut adalah *student agency*. Wacana ini menjanjikan kemandirian dalam berpikir dan berefleksi diri. Dilihat dari karakteristik komunitas daring, individu digital sesungguhnya adalah titik pusat masyarakat jejaring yang dibangunnya. Hal ini mencerminkan kuasa diri dan kemandirian. Namun kemandirian itu hanya terjadi di awal saat para individu digital mengelola akun pada platform media massa pertama kali, yaitu dengan merubahnya secara bebas ke mode privat atau

publik. Selanjutnya dalam hal pengelolaan informasi yang didapatkan, kemandirian menjadi kendur dan berkurang.

Jika dilihat dari sisi komunitas pendidikan sebagai bagian dari *identity infrastructure*, wacana *student agency* belum menjadi bagian yang integral. Komunitas pendidikan masih berkuat dengan pola *student engagement*. Konsep *student engagement* mengusung perspektif bahwa pola perilaku dan kecenderungan peserta didik dibentuk menurut perilaku tertentu, sehingga tidak berdasarkan kepada kemampuan peserta didik itu sendiri. Sedangkan di sisi lain, konsep *student agency* menonjolkan sisi otonomi siswa, seperti kebebasan untuk bertindak, berpikir, dan menjadi sesuatu sesuai yang mereka kehendaki sendiri.¹⁵⁰ Ketika hal yang demikian belum menjadi sebuah kultur akademik, maka yang sedang berlangsung adalah bahwa para individu digital generasi terkini menaruh kepercayaan kepada sumber asal sebagai langkah ketahanan diri terhadap alternatif lain. Dalam arti bahwa individu-individu digital tersebut belum mampu meramu informasi religius yang mereka terima secara mandiri.

Ketahanan terhadap alternatif lain ini ada hubungannya juga dengan konsep *online religion*. Konsep *online religion* merujuk kepada partisipasi dalam kegiatan keagamaan yang dilakukan secara daring.¹⁵¹ Maka hal ini tertuju kepada individu digital yang mengikuti akun tertentu sebagai sarana untuk mempraktikkan ritual-ritual keagamaan. Dengan mengikuti suatu komunitas keagamaan di dunia maya, seseorang mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan ritual keagamaan secara daring. Dalam keadaan yang demikian, seseorang akan memiliki ketahanan diri yang kuat terhadap alternatif lain yang bisa datang dari luar akun yang diikutinya. Informasi dari luar akun

¹⁵⁰Manja Klemencic, "From Student Engagement to Student Agency: Conceptual Considerations of European Policies on Student-Centered Learning in Higher Education," *Higher Education Policy* 30 (2017): 80.

¹⁵¹Young, "Reading and Praying Online: The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity," 94.

yang diikutuinya itu bisa diabaikan dan ditepikan ketika seseorang telah terikat pada sebuah praktik *online religion*.

Tema seputar ketahanan terhadap alternatif lain juga dirujuk dengan istilah *religious commitment*. Secara umum, wacana seputar *religious commitment* ini menjadi arena diskusi tersendiri yang dikaji dari berbagai sudut pandang. Kajian tersebut dapat memetakan tingkatan religiusitas seseorang atau sebuah komunitas keagamaan. Dari perspektif sosiologis, kajian ini menghasilkan beberapa unsur yang dapat menjadi rujukan dalam memahami sisi *religious commitment* seseorang atau sebuah komunitas. Unsur-unsur tersebut adalah dimensi ideologis (*ideological*), ritualistik (*ritualistic*), pengalaman (*experiential*), intelektual (*intellectual*), dan konsekwensi (*consequential*).¹⁵²

Tinjauan secara singkat kelima komponen tersebut adalah sebagai berikut: Dimensi ideologis dibentuk oleh kepercayaan yang fundamental dan mendasar, yang diharapkan atau diminta untuk dipatuhi dan dipenuhi oleh orang-orang beragama yang menganut kepercayaan tersebut. Dimensi ritualistik mencakup berbagai praktik ibadah dan bentuk-bentuk pengabdian spesifik yang dilakukan sebagai ekspresi komitmen keagamaan. Kegiatan ibadah dan pengabdian spiritualistik ini biasanya terformulasikan menjadi dua bentuk umum, yaitu yang bersifat personal atau individual dan yang bersifat komunal atau publik. Pada tingkatan tertentu, seseorang yang religius diharapkan memiliki kemampuan dan kapasitas untuk menggapai pengetahuan langsung tentang realitas tertinggi yang disembahnya. Saat hal tersebut terjadi, biasanya seseorang mengalami emosi religiusitas yang dahsyat dan tak terwakili oleh kata-kata, karena melibatkan semua perasaan, persepsi dan sensasi. Dimensi pengalaman berada pada titik ini, yang melibatkan berbagai jenis komunikasi langsung dengan wujud transendental, yang bisa dirasakan baik oleh individu maupun komunitas keagamaan secara bersama-sama.

¹⁵²Yasemin El-Menouar, "The Five Dimensions of Muslim Religiosity. Results of an Empirical Study," *methods, data, analyses* 8, no. 1 (2014): 60.

Seseorang yang beragama juga diharapkan memiliki pengetahuan yang bersifat kognitif tentang ajaran agamanya, baik dalam lingkup diskursus keimanan maupun tulisan-tulisan suci yang sakral. Dimensi intelektual mengacu kepada keadaan yang demikian. Dimensi ini ada hubungannya dengan dimensi yang lain, yaitu dimensi yang pertama, ideologis. Suatu pengetahuan tentang keyakinan bisa menjadi pintu masuk untuk menerima keyakinan itu sendiri, meskipun tidak semua jenis pengetahuan agama dapat mendukung sebuah keyakinan religiusitas. Di sisi lain, suatu kepercayaan tidak harus mengikuti pengetahuan. Dimensi konsekuensi mencakup efek sekuler dari keyakinan, pengetahuan, pengalaman dan praktik keagamaan yang dilakukan oleh individu. Hal ini mencakup semua ajaran agama yang menentukan apa yang semestinya dilakukan oleh seseorang, dan juga menentukan sikap yang harus dipraktikkan. Semua itu merupakan konsekuensi dari keimanan yang diyakini oleh seseorang.¹⁵³

Tema ketahanan terhadap alternatif lain ini juga terkait dengan wacana personalisasi web. Dalam wacana ini, terdapat dua konsep yang mewakili dua sisi berbeda, yaitu personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) dan personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*). Para individu digital dari golongan muda tampaknya tidak merasakan perbedaan varian informasi keagamaan yang mereka dapatkan. Konten materi keagamaan yang diperoleh dari berbagai *platform* media sosial dan media komunikasi dinilai seirama dan serupa. Keadaan seperti ini merupakan dampak dari diikutinya akun-akun tertentu yang ternyata beragam akun tersebut berada di bawah naungan wacana keagamaan yang senada. Hal ini menunjukkan dampak dari *filter bubble* (gelembung saring) personalisasi web yang mengakibatkan para individu digital berada pada sebuah *echo chamber* (ruang gema), yaitu bahwa wacana yang

¹⁵³Riaz Hassan, "On Being Religious: A Study of Christian and Muslim Piety in Australia," *Australian Religion Studies Review* 15, no. 1 (2002): 88; See also: Riaz Hassan, *On Being Religious: Patterns of Religious Commitment in Muslim Societies* (Singapore: Institute of Defence and Strategic Studies, 2005).

tersajikan oleh akun-akun tersebut tidak jauh berbeda antara satu dengan yang lainnya.

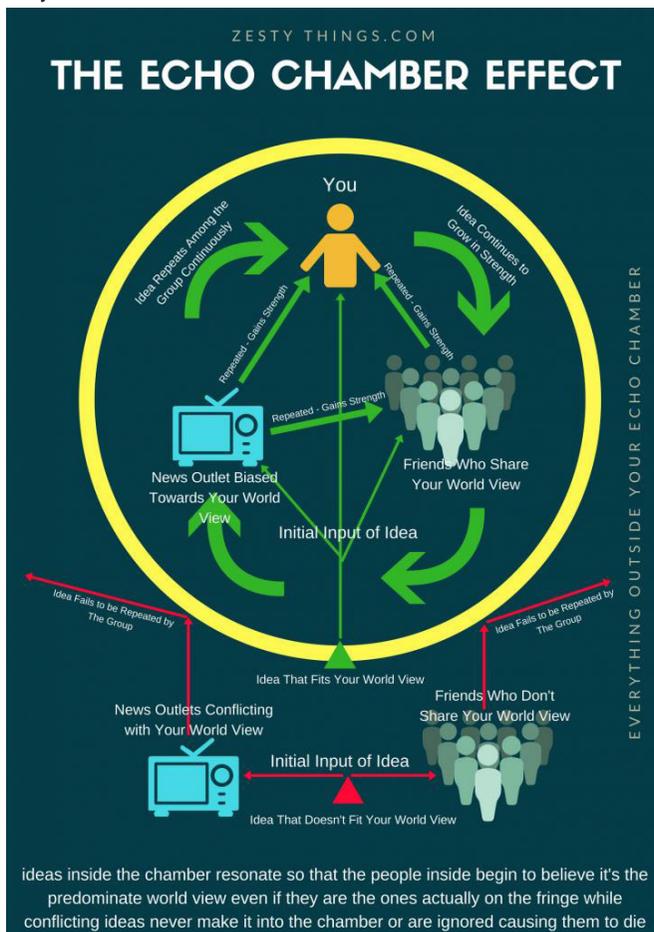
Istilah lain yang merujuk kepada personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) adalah personalisasi eksplisit (*explicit personalization*).¹⁵⁴ Cara kerja jenis personalisasi ini adalah ketika para individu digital dengan sengaja mengikuti akun-akun tertentu dengan kehendaknya sendiri. Preferensi personal ini mengisyaratkan situasi seseorang yang memilih untuk menelusuri dan memperoleh gagasan, ide, pendapat, dan informasi yang tidak jauh berbeda dengan dirinya. Istilah lain yang merujuk kepada personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*) adalah personalisasi implisit (*implicit personalization*). Cara kerja jenis personalisasi ini adalah penyaringan yang dikreasikan dan dibuat oleh situs web atau firma *platform* media sosial dengan bantuan teknologi algoritma. Dengan demikian, ketika para individu digital mengikuti akun tertentu, kemudian melakukan sejumlah aktivitas klik pada informasi keagamaan yang seirama, maka informasi yang datang berikutnya dan diterima oleh individu tersebut berada pada wacana yang senada. Cara kerja teknologi algoritma ini adalah hasil pencarian berdasarkan kepada aktivitas pengguna itu sendiri.

Filter bubble (gelembung saring) adalah istilah yang dirujuk sebagai sebutan dampak personalisasi web. *Filter bubble* merupakan semesta informasi unik personal yang diakses oleh seseorang di internet. Apa pun yang terdapat pada gelembung saring seseorang tidak tergantung kepada aktivitas orang lain atau kecenderungan umum global, tetapi berdasarkan identitasnya sendiri. Identitas yang melekat pada seseorang tergantung kepada aktivitas yang dilakukan secara daring. Dampak lanjutan dari gelembung saring ini adalah keterpaparan pada bingkai berita yang sama dan serupa setiap saat, yang dapat mengarah dan menggiring kepada penguatan *framing* (pembingkai).¹⁵⁵

¹⁵⁴Borgesius et al., "Should We Worry about Filter Bubbles?," 3.

¹⁵⁵Flaxman, Goel, and Rao, "Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption," 318.

Seseorang pun dapat terkunci pada ruang *information cocoons* (kepompong informasi),¹⁵⁶ dan *echo chamber* (ruang gema).¹⁵⁷ Berikut ini adalah gambaran dari proses *echo chamber* beserta efek yang ditimbulkannya:



Nampaknya, gagasan Don Ihde tentang wacana relasi antara manusia dan teknologi sesuai dengan semua uraian di atas tentang individu-individu digital yang telah terjaring dalam dunia *online* beserta konkuensi logis yang mengikutinya. Don Ihde menyebut fenomena tersebut dengan istilah *post-fenomenologi*. Istilah ini dijabarkan lagi

¹⁵⁶Sunstein, *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge*, 9.

¹⁵⁷Saletan, "Bubble Think: How to Escape a Partisan Echo Chamber."

menjadi fenomenologi instrumentasi. Istilah-istilah tersebut digunakan untuk menyebut sistem relasional antara manusia dan instrumen teknologi. Sistem relasional yang demikian dipakai sebagai moda eksistensial dalam memperlakukan dan memahami dunia. Pengalaman indrawi yang dialami oleh manusia berekstensi lewat artefak teknologi secara intensional dan perseptual. Karena itulah, peran yang dimainkan oleh instrumen menjadi sangat fundamental dan krusial bagi manusia dalam memahami dunia, karena dari instrumen itulah penafsiran tentang dunia didapatkan, dan pemahaman diperoleh. Instrumen itu bertindak sebagai jembatan penghubung yang mengkoneksikan manusia dan dunia. Di dalam posisinya yang demikian, terdapat dua istilah penting yang merujuk kepada dua bentuk relasi, yaitu *embodiment relation* (relasi kemenubuhan) dan *hermeneutical relation* (relasi hermeneutis). Kedua istilah tersebut merepresentasikan peran dan posisi instrumen yang dalam hal ini adalah artefak-artefak teknologi. Jika ditarik ke masa mutakhir, artefak tersebut berupa teknologi digital.¹⁵⁸

Embodiment relation (relasi kemenubuhan) adalah bentuk relasi yang menganggap dan menilai instrumen sebagai bagian dari tubuh manusia. Berkat adanya instrumen, maka kapasitas tubuh manusia menjadi meluas dan melebar sehingga mampu melampaui potensi-potensi alamiah dan kapabilitas tradisionalnya. Instrumen yang berupa artefak teknologi itu menjadi medium bagi tubuh dalam rangka memahami dunia. Dalam relasi yang sedemikian rupa, realitas kehidupan dipahami dan dimengerti melalui instrumen teknologi. Dengan instrumen teknologi itulah manusia dapat memahami realitas yang mampu dijangkaunya. Tetapi di sisi lain, sesungguhnya sedang terjadi sesuatu pada realitas yang direpresentasikan oleh instrumen teknologi, yaitu bahwa nilai pada realitas menjadi tereduksi. *Embodiment relation* secara intensional mentransformasikan persepsi-persepsi. Dalam arti bahwa instrumen teknologi memang

¹⁵⁸ Budi Hartanto, *Dunia Pasca-Manusia – Menjelajah Tema-Tema Kontemporer Filsafat Teknologi* (Depok: Kepik, 2013), 4-9.

menyingkap dan membuka makna baru dari sebuah realitas, namun di saat yang bersamaan instrumen tersebut mereduksi pengalaman manusia terhadap realitas.

Konsep dari Don Ihde tentang *embodiment relation* ini serupa dengan konsep *online religion* dari Glenn Young. Konsep yang tersebut terakhir ini menyatakan bahwa para individu digital menggunakan instrumen teknologi untuk mempraktikkan ritual keagamaan. Dengan demikian, konsep *online religion* mengacu kepada partisipasi individu dalam kegiatan ritual keagamaan yang dilaksanakan melalui media internet secara daring.¹⁵⁹ Pernyataan dari Don Ihde bahwa relasi kemenubuhan dapat mereduksi nilai dari realitas sesuai dengan dampak dari penggunaan media pada praktik *online religion*. Dampak terbesarnya adalah bahwa teknologi digital menyebabkan hilangnya inti terdalam dari religiusitas, yaitu misteri. Rudolph Otto telah menegaskan bahwa misteri adalah bagian yang sublim dalam praktik keagamaan.¹⁶⁰ Orang beragama melakukan praktik spiritualitas salah satunya adalah demi merasakan kemisterian bertemu dengan Sang Transendental. Meskipun demikian, ada yang berpendapat bahwa orang beragama dapat merasakan sublimitas spiritual itu melalui media yang merepresentasikan simbol-simbol non-religius yang ada pada teknologi digital, dengan cara mentransformasikannya menjadi pengalaman spiritual dan misteri yang baru. Penggubahan semacam ini tentu bukanlah sesuatu yang baku karena tidak dikenal dalam tradisi keagamaan tradisional.¹⁶¹

Konsep dari Don Ihde tentang *hermeneutical relation* merupakan relasi yang terpisah antara manusia dengan instrumen. Relasi yang demikian memerlukan penafsiran, karena realitas yang muncul dan dapat dipahami oleh manusia direpresentasikan oleh instrumen.

¹⁵⁹Young, "Reading and Praying Online: The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity," 94.

¹⁶⁰Mcroberts, "Beyond Mysterium Tremendum: Thoughts toward an Aesthetic Study of Religious Experience," 194.

¹⁶¹Cloete, "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection," 3.

Karena itulah, memahami realitas dilakukan secara perseptual-hermeneutis. Konsep *hermeneutical relation* yang demikian serupa dengan konsep *religion online*. Konsep yang tersebut terakhir merujuk kepada ketersediaan beragam informasi keagamaan secara daring di internet. Jika demikian, maka para individu digital sedari awal telah mempraktikkan konsep ini, yaitu ketika mereka berada di dalam jejaring *online* dan menelusuri berbagai informasi keagamaan di dunia virtual. Dalam keadaan yang demikian, Don Ihde menegaskan pentingnya langkah lanjutan dari *hermeneutical relation*, dan juga berarti *religion online*. Langkah lanjutan tersebut adalah penafsiran dan refleksi kritis. Individu digital seyogyanya melakukan langkah ini agar supaya formulasi *religion online* mendapatkan maknanya yang terdalam dan sublim.

2. Pertautan Agama dan Internet

Kajian yang mengkaitkan agama dan internet semakin jamak dilakukan. Hal ini didorong oleh realita sekitar bahwa perilaku keberagaman manusia abad 21 tidak bisa dilepaskan dari dunia virtual. Peran yang dimainkan oleh internet bagi kehidupan keberagaman begitu besar karena teknologi digital ini mampu menciptakan dan mengkonseptualisasikan jenis spiritualitas baru, sehingga orang-orang beragama tidak bisa melepaskan diri dari upaya rekonstruksi dan rekonsiliasi keberagaman daring dan luring. Dengan demikian, teknologi digital ini mampu mengubah ciri dan sifat peradaban manusia secara lebih luas dan mendalam. Area kajian seputar agama dan internet mengupas dan menguliti dua sisi sekaligus secara timbal balik, yaitu tentang kehidupan religiusitas yang berlangsung secara daring, serta tentang *nature* (sifat dasar) internet dan teknologi digital yang tercerminkan dari praktik religiusitas secara daring tersebut.

Berbagai kajian yang telah dilakukan terkait dengan hubungan antara agama dan internet memperlihatkan adanya lima karakteristik praktik keagamaan yang dilakukan secara daring, yaitu: *convergent social*

practice (praktik sosial yang konvergen), *embedded reality* (realitas yang tertanam), *networked community* (komunitas jaringan), *identity as performance* (identitas sebagai kinerja), dan *shifting authority* (pergeseran otoritas). Semua karakteristik tersebut mencerminkan fungsi dan peranan yang dimainkan oleh internet dalam kehidupan religiusitas secara umum.

Secara akademis, penelitian yang dilakukan oleh para akademisi terkait dengan wacana agama dan internet muncul pada pertengahan tahun 90-an, seiring dengan dimulainya penggunaan teknologi ini oleh para agamawan dalam mempraktikkan keberagamaannya secara daring. Akademisi yang termasuk inisiator kajian dalam wacana tersebut adalah Stephen D. O'Leary dan Brenda E. Brasher, dalam karyanya *The Unknown God of the Internet: Religious Communication from the Ancient Agora to the Virtual Forum*.¹⁶² Ada juga akademisi Phil Mullins yang menguraikan pemikirannya dalam karya *Sacred Text in the Sea of Texts: The Bible in North American Electronic Culture*.¹⁶³ Kedua karya yang termasuk inisiator tersebut berada dalam buku yang diedit oleh Charles Ess, dengan judul *Philosophical Perspectives On Computer-mediated Communication*, yang terbit pada tahun 1996. Sejak saat itu, sebuah kajian baru di bidang agama berlangsung semarak hingga saat ini, dimana teknologi internet dan digital menjadi artefak yang tak terpisahkan dalam kehidupan keberagamaan sehari-hari. Setelah berjalan seperempat abad, kajian tersebut menjadi begitu beragam dari sisi perspektif keilmuan dan juga masif dari sisi kuantitas karya. Kajian yang awalnya menggunakan perspektif keilmuan tertentu

¹⁶²Stephen D. O'Leary and Brenda E. Brasher, "The Unknown God of the Internet: Religious Communication from the Ancient Agora to the Virtual Forum," in *Philosophical Perspectives On Computer-Mediated Communication*, SUNY Series in Computer-mediated Communication (New York: State University of New York Press, 1996), 233–269.

¹⁶³Phil Mullins, "Sacred Text in the Sea of Texts: The Bible in North American Electronic Culture," in *Philosophical Perspectives On Computer-Mediated Communication*, SUNY Series in Computer-mediated Communication (New York: State University of New York Press, 1996), 271–302.

berkembang menjadi lintas disiplin atau interdisipliner, sehingga menawarkan varian perspektif dari latar belakang yang berbeda.

Pada dimensi pragmatisme, terdapat beberapa fungsi dasar dari situs keagamaan yang ada di internet. Setidaknya ada empat fungsi dasar sebagai berikut:

- 6) Fungsi pertama adalah *presentation*, yaitu presentasi lembaga, institusi, kelompok, dan doktrin agama yang dilakukan di *homepage* masing-masing. Hal seperti ini layaknya presentasi pada sebuah buletin.
- 7) Fungsi kedua adalah *interactive communication*, yaitu komunikasi interaktif bertema religi. Praktik religiusitas ini dapat dilakukan melalui menu *chatroom*, buku tamu, FAQ (*Frequently Asked Question*) – soal yang sering ditanya, forum diskusi, dan sejenisnya.
- 8) Fungsi ketiga adalah menawarkan *religious services*, yaitu layanan keagamaan, baik dengan cara gratis atau berbayar. Hal-hal yang termasuk dalam fungsi ini mencakup pelaksanaan berbagai ragam ritual keagamaan.
- 9) Sedangkan fungsi yang terakhir hanya bersifat *commercial*, yaitu bernilai komersial, seperti iklan, penjualan buku-buku keagamaan, penjualan barang-barang yang dipakai dalam ritual keagamaan, dll.

Semua fungsi di atas dapat muncul di satu situs web. Tetapi dalam banyak kasus, ada satu aspek yang mendominasi diantara aspek yang lain.¹⁶⁴

Salah satu tema utama dalam kajian religiusitas daring adalah tentang penggunaan internet oleh orang-orang beragama dalam melakukan dan menciptakan kembali ritual-ritual keagamaan dalam dunia virtual. *Convergent practice* (praktik memusat) hampir menjadi hal umum yang dilakukan oleh orang-orang beragama ketika mengapresiasi religiusitasnya di internet. Yang dimaksud dengan

¹⁶⁴Oliver Krueger, "The Internet as Distributor and Mirror of Religious and Ritual Knowledge," *Asian Journal of Social Science* 32, no. 2 (2004): 185.

praktik konvergen di dunia virtual tersebut adalah perpaduan ritual dan informasi yang didapatkan dari berbagai sumber dengan suatu cara yang dapat mengarahkan spiritualitas daring menjadi sangat individual dan terarah pada diri sendiri. Dari perspektif ruang, internet yang berada dalam ruang maya dianggap tidak mempunyai perbedaan dengan ruang realita fisik. Sehingga yang dilakukan adalah memindahkan praktik-praktik ritual keagamaan, yang selama ini dilakukan dalam dunia luring, ke dalam dunia daring. Di saat yang sama, pemindahan tersebut berbarengan dengan penciptaan bentuk religiusitas baru di ruang virtual tersebut.

Perpindahan ritual keagamaan dari dunia luring ke dunia daring tersebut memberikan dampak yang cukup signifikan. Terdapat sisi negatif dan positif di dalamnya. Dilihat dari sisi negatif, beberapa hal berikut adalah contohnya, yaitu komunikasi verbal menjadi lebih pendek dan solidaritas emosional antar sesama pemeluk agama menjadi lemah. Tetapi di sisi lain, terdapat keuntungan tersendiri yang merupakan sisi positifnya. Diantaranya adalah ruang agama virtual memungkinkan akses luas yang mampu menjangkau orang beragama di seluruh dunia, dimana hal tersebut tidak dapat dilakukan secara tradisional karena teknologi yang memang belum memungkinkan. Hal lain yang terfasilitasi adalah mengakomodir adanya sisi kreativitas dan eksperimen baru dalam mengatikusulasikan ritual keberagaman secara virtual. Artikulasi yang baru ini pada gilirannya menciptakan nilai-nilai yang baru pula dalam memaknai sisi spiritualitas agama.¹⁶⁵

Di sisi yang lain, kecanggihan teknologi digital yang terdapat dalam struktur dasar internet menyediakan diri untuk dilakukannya hal tersebut, yaitu pengalihan praktik-praktik keagamaan tradisional ke dunia virtual. Apalagi jika praktik keagamaan tersebut melibatkan komunalitas. Internet menyediakan fasilitas bagi orang-orang beragama untuk melakukan koneksi dan komunikasi antar mereka.

¹⁶⁵Ralph Schroeder, Noel Heather, and Raymond M. Lee, "The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality," *Journal of Computer-Mediated Communication* 4, no. 2 (1998).

Pengalihan semacam ini merupakan tantangan tersendiri bagi para pemuka agama karena menuntut adanya penjelasan dan tafsiran baru, bahkan sampai pada tahap nilai-nilai dan paradigma baru, dikarenakan konteks yang telah berubah.

Disamping itu, sifat dasar internet juga menyediakan diri kepada otonomisasi individual pemeluk agama. Sehingga praktik konvergen juga bersifat individual, dimana seorang pemeluk agama secara bebas menyerap dan mendapatkan informasi dari mana pun tapi filterisasi dari pemuka agama, sebagaimana praktik yang dilakukan dalam dunia non virtual. Sebagai akibatnya, pencarian informasi keagamaan itu adalah dalam rangka kebermanfaatannya untuk dirinya sendiri. Aktivitas semacam itu sangat jarang dilakukan demi komunitas agamanya. Dampak lanjutannya adalah bahwa bentuk spiritualitas yang dibangun secara daring tersebut merupakan upaya dan usaha mandiri. Praktik konvergen yang demikian memungkinkan seseorang untuk menciptakan perpaduan dan pencampuran praktik-praktik dan berbagai ragam ritual tradisional, dengan cara menggabungkan berbagai sumber pengetahuan demi pola kehidupan spiritual individual. Dengan demikian, internet menjadi sumber sekaligus ruang yang mengakomodir pengalaman religiusitas, sehingga seseorang dapat mempersonalisasikan keyakinan dan praktik-praktik keberagamaannya sendiri.

Tawaran yang diberikan oleh internet dan teknologi digital yang demikian memberikan kebebasan tanpa batas kepada pemeluk agama untuk menyingkirkan batas dan sekat yang selama ini dibangun oleh pemuka agama secara tradisional. Biasanya, para pemuka agama tradisional membuat persyaratan-persyaratan tertentu bagi pemeluk agamanya untuk melewati sebuah tahapan guna menggapai tingkatan religiusitas yang terstandar. Persyaratan dan tahapan tersebut terbungkus dalam, misalnya, pembekalan atau pelatihan religiusitas yang biasanya menuntut pemeluk agama berada dalam ruang dan waktu yang khusus. Penggemblengan religiusitas secara tradisional itu dapat berlangsung sangat lama dengan berbagai persyaratan tertentu

untuk dapat melewatinya. Beberapa pelatihan religiusitas juga berlangsung singkat dengan standarisasi yang telah dimodifikasi dan disesuaikan dengan konteksnya. Internet menyibak sekat-sekat itu dengan memberikan ruang yang sebebaskan-bebasnya kepada setiap individu agama untuk berkreasi dan mencipta secara personal tingkatan religiusitasnya.

Kajian terhadap sifat dasar internet juga mengungkapkan sisi lain dari individualisme yang dibentuk oleh teknologi digital ini, diantaranya adalah tentang kemungkinan mewujudkan banyak identitas (*multiple identities*) bagi penggunanya. Internet menyediakan diri dengan menciptakan konteks yang demikian, sehingga seorang individu dapat membelah dirinya menjadi beberapa identitas yang beragam. Namun, usaha menghadirkan beragam aspek persona di sebuah beranda situs lebih tepat dipahami sebagai upaya untuk pertama-tama memenuhi hasrat diri, kemudian menyandingkan berbagai identitas di bawah konstruksi terpadu tentang siapa 'diri' tersebut. Artinya, memungkinkan individu untuk membedakan dan menyajikan aspek-aspek khusus dari dirinya, kemudian menggunakan teknologi sebagai mekanisme rentang-batas (*boundary-spanning mechanism*) untuk memadukan perbedaan-perbedaan tersebut menjadi individu yang terintegrasi.¹⁶⁶

Dikarenakan kemampuan kebebasan yang diberikan oleh teknologi internet begitu tinggi kepada individu, maka hal ini menciptakan *hyper-autonomy*, yaitu suatu kemandirian yang berlebihan, yang menyebabkan individu mendapatkan hak otonomi yang tinggi pada dirinya sendirinya. Para pakar menyebut keadaan yang demikian dengan istilah *networked individualism* (individualisme jaringan), yaitu suatu gerakan menuju jaringan yang dipersonalisasi yang difasilitasi oleh struktur sosial masyarakat berjejaring. Dalam keadaan seperti itu, individu mampu berpindah dan meloncat dari satu ruang ke ruang lain, dan juga mampu beralih konektivitas dari satu orang ke orang

¹⁶⁶James E. Katz and Ronald E. Rice, *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction* (Cambridge: The MIT Press, 2002), 282.

lain. Peralihan dan perpindahan itu berlangsung dalam beragam konteks dan aktivitas sosial yang berbeda. Karena itulah, individu dalam dunia internet memiliki kuasa kontrol yang berlebih dalam mengakses informasi yang mereka inginkan dan melakukan interaksi dengan siapa pun yang mereka kehendaki.

Layaknya sistem operasi yang bekerja pada sebuah perangkat computer, *networked individualism* juga dipandang sebagai sebuah *'operating system'* (sistem operasi), karena ia menggambarkan cara orang terhubung, berkomunikasi, dan bertukar informasi. Frasa *operating system* mencerminkan fakta bahwa masyarakat daring berlaku sebagaimana sistem komputer, yaitu memiliki struktur jaringan yang memberikan peluang dan kendala, aturan dan prosedur. Sebagaimana sistem operasi komputer dan semua sistem seluler, sistem operasi jaringan sosial mempunyai beberapa sifat, yaitu:

- a) *Personal* (bersifat pribadi), yaitu individu berada di pusat otonom tepat saat dia menjangkau dari komputernya;
- b) *Multiuser* (multi pengguna), yaitu orang-orang berinteraksi dengan beragam orang lain;
- c) *Multitasking* (multi tugas), yaitu orang melakukan beberapa hal;
- d) *Multithread* (multi utas), yaitu orang-orang melakukan ragam aktivitas secara bersamaan.¹⁶⁷

Dengan demikian, ciri khas *networked individualism* adalah bahwa seseorang berfungsi lebih sebagai individu yang terhubung (*connected individual*), serta berperan kurang sebagai anggota kelompok. Di balik munculnya sistem operasi sosial baru yang disebut dengan *networked individualism* itu, terdapat tiga jenis revolusi yang melatarbelakangi kemunculannya:

- 6) *Social Network Revolution* (Revolusi Jaringan Sosial). Jenis revolusi ini telah memberikan kesempatan sekaligus tekanan bagi manusia untuk melampaui dunia kelompok yang ketat. Jaringan sosial ini memberikan lebih banyak keragaman, baik dalam hal hubungan

¹⁶⁷Lee Rainie and Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System* (Cambridge: The MIT Press, 2012), 7.

maupun dunia sosial. Ia juga berperan sebagai jembatan untuk mencapai hal tersebut dan kemampuan manuver untuk bergerak di antara mereka. Pada saat yang sama, jenis revolusi ini memberikan tekanan baru karena tidak memiliki satu pangkalan tunggal dalam mendamaikan tuntutan-tuntutan yang bisa jadi saling bertentangan dari berbagai dunia sosial.

- 7) *Internet Revolution* (Revolusi Internet). Jenis revolusi ini telah memberi orang kekuatan komunikasi dan kapasitas pengumpulan informasi yang mengerdilkan orang-orang di masa lalu. Ia juga memungkinkan manusia untuk menjadi penerbit sekaligus penyiar bari diri mereka sendiri dan menciptakan metode baru untuk jejaring sosial. Ia telah mengubah titik kontak dari rumah tangga dan kelompok kerja menjadi individu. Setiap orang juga menciptakan pengalaman internetnya sendiri, disesuaikan dengan kebutuhannya.
- 8) *Mobile Revolution* (Revolusi Seluler). Jenis revolusi ini telah memungkinkan Teknologi Informasi Komunikasi menjadi pelengkap tubuh yang memungkinkan orang-orang mengakses informasi dan teman sesuka hati, ke mana pun mereka pergi. Sebagai gantinya, Teknologi Informasi Komunikasi ini selalu dapat diakses. Ada kemungkinan kehadiran yang terus menerus dan kesadaran yang meluas terhadap orang lain dalam jaringan. Dalam keadaan yang demikian, pemisahan fisik manusia berdasarkan waktu dan ruang menjadi kurang penting.¹⁶⁸

Dalam kaitannya dengan agama, implikasi individualisme jaringan bagi komunitas agama memunculkan keprihatinan tersendiri, baik dalam hal sosialisasi secara luring maupun dalam hal praktik keberagaman komunitas tradisional. Isu-isu seputar keanggotaan, akuntabilitas, dan timbal balik mengemuka seiring dengan melemahnya keterlibatan individu dalam sebuah komunitas agama.¹⁶⁹

¹⁶⁸Ibid., 12.

¹⁶⁹Heidi Campbell, "Challenges Created by Online Religious Networks," *Journal of Media and Religion* 3, no. 2 (2004): 94.

Dari sisi keanggotaan, komunitas agama bisa mengalami krisis karena kurangnya minat individu untuk bergabung dan mempraktikkan secara bersama-sama suatu ajaran agama. Individu merasakan kenyamanan tersendiri secara spiritual ketika berselancar dalam dunia maya. Kebebasan mengakses informasi keagamaan dari berbagai pihak membuat individu yang berada di dalam dunia daring merasa tidak perlu menjadi anggota sebuah komunitas agama untuk mempraktikkan ajaran agama. Dari sisi akuntabilitas, komunitas agama dapat kehilangan wibawa dan kedudukannya karena penurunan keterlibatan individu di dalamnya. Pertanggung jawaban komunitas agama juga dapat dipertanyakan, baik dalam hal eksistensinya maupun efektivitasnya. Dari sisi timbal balik, komunitas agama dapat kehilangan sifat komunikatifnya karena terjadi penurunan relasi dan koneksi antar individu di dalamnya. Komunikasi antara pemuka agama dan pemeluknya tidak seaktif semula. Begitu juga yang terjadi antar pemeluk agama itu sendiri. Meskipun demikian, terjadi bentuk komunikasi timbal balik yang lain dalam dunia daring. Efektivitas dan tidaknya komunikasi ini tentu menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi suatu komunitas agama, agar eksistensi komunitas tersebut dapat terjaga dan dipertahankan.

Terkait dengan tingkat religiusitas seorang pemeluk agama, terdapat penelitian yang berupaya untuk membandingkan tingkat religiusitas antara individu yang selalu terpaut dengan dunia daring dan individu yang jarang terlibat dengan dunia internet. Penelitian tersebut sampai kepada pola umum yang menjadi hasilnya yaitu bahwa religiusitas pada tingkat individu berhubungan negatif dengan penggunaan internet. Maksudnya adalah bahwa seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang rendah, ditengarai sebagai pengguna dan anggota komunitas daring yang aktif. Sedangkan seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, ditengarai berkaitan atau berkorelasi dengan aksesnya kepada dunia virtual. Kesimpulan umum yang didapatkan dari peneliti tersebut adalah semakin religius seseorang, maka semakin kecil kemungkinan dia akan menggunakan

Internet.¹⁷⁰ Hal ini bukan berarti bahwa individu religius tidak menggunakan internet sama sekali. Para individu religius tetap terlibat dalam dunia virtual, tetapi keterlibatannya itu tidak seaktif individu dengan tingkat religiusitas yang rendah. Bagaimanapun juga, hampir tidak ada satu individu pun yang berada pada peradaban manusia saat ini yang terlepas dari dunia internet.

Satu pelajaran penting dari penelitian tersebut adalah bahwa pengguna internet secara mendasar berinteraksi pada tingkat individual, dibandingkan dengan komunitas. Maka hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi komunitas agama yang melakukan interaksi keagamaan dengan para anggotanya. Model integrasi komunitas tampaknya kurang berjalan dengan baik pada pengguna internet. Model ini menyatakan bahwa orang-orang beragama akan lebih sering menggunakan media karena tingginya tingkat aktivitas mereka dalam komunitas. Aktivitas yang mereka lakukan di dunia maya dinilai sebagai pengejawantahan dari aktivitas komunitas agama yang mereka anut. Tetapi tampaknya para pengguna internet lebih dekat kepada model sekularisme, yaitu bahwa agama dikaitkan secara negatif dengan semua bentuk penggunaan media massa. Hal ini berdasarkan pada asumsi sekaligus penilaian bahwa konten media pada umumnya mencerminkan pandangan dunia yang antireligius atau sekuler. Perbandingan konten religius dan sekuler pada media massa sangat lebar jaraknya, karena media itu sendiri adalah hasil dari rahim peradaban sekuler, bukan peradaban agama. Meskipun internet memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap partisipasi dari seseorang, tetapi individu daring cenderung menggunakan internet untuk berpartisipasi secara individualis. Kecenderungan ini menghantarkan pengguna internet religius untuk melakukan praktik konvergen yang dipersonalisasi, dengan menciptakan pola kehidupan daring yang sangat individual.

¹⁷⁰Greg G. Armfield and R. Lance Holbert R. Lance Holbert, "The Relationship Between Religiosity and Internet Use," *Journal of Media and Religion* 2, no. 3 (2003): 139.

Di samping persoalan yang terkait dengan individualitas dan personalisasi religiusitas dalam dunia daring, terdapat isu lain yang juga patut diberikan perhatian, yaitu keterkaitan antara konteks daring dan luring. Keterkaitan ini terutama adalah dikarenakan keterhubungan dan keterlibatan yang terjadi hampir bersamaan diantara kedua konteks tersebut. Praktik religius yang dilakukan secara daring tidak terlepas dari praktik religius yang dilakukan secara luring. Begitu juga sebaliknya, bahwa sikap dan perilaku religius yang secara luring merupakan manifestasi dari kehidupan religius secara daring. Bahkan jika dicoba untuk diperbandingkan diantara kedua konteks tersebut, sebagian besar praktik religius yang dilakukan secara daring tidaklah murni karena sifatnya yang virtual, tetapi merupakan ekstensi atau perpanjangan dari kehidupan religius yang telah terwujud secara luring. Para pemeluk agama atau komunitas agama yang telah terkonsolidasi secara solid dalam kehidupan nyata mendapatkan fasilitas dan sarana premium dengan cara memanfaatkan internet dan dunia virtual untuk mempererat dan mempertebal ikatan komunalitas religius yang telah terbangun sebelumnya.

Gambaran di atas sangat kentara terjadi pada komunitas agama diaspora, yaitu orang-orang yang telah melakukan migrasi atau perpindahan tempat tinggal dari tanah kelahirannya, sedang di sisi lain keterkaitan religiusitas yang telah terbangun secara komunal tetap terjalin dengan erat. Karena itulah komunitas agama diaspora ini cenderung menekankan hubungan dekat dengan asal muasal wilayah atau tanah airnya, yang sekaligus asal mula keyakinan agama yang telah dianutnya. Karakteristik utama dari komunitas diaspora adalah hubungan secara global yang terjadi pada kelompok atau komunitas tertentu yang secara kolektif mengidentifikasi diri mereka sendiri dengan negara asal.

Internet memberikan manfaat bagi komunitas religius diaspora. Beberapa manfaat dari dunia virtual tersebut dapat disebutkan sebagai berikut:

- 1) Memberikan kesempatan kepada para pemeluk agama untuk mempresentasikan dan mendiseminasikan segala informasi yang ada hubungannya dengan agama yang dipeluknya, misalnya keyakinan, praktik atau etika religius. Jangkauan diseminasi ini pun sangat luas, karena tidak hanya mencakup komunitas mereka sendiri, tetapi juga dapat menjalar ke seluruh dunia. Dunia virtual yang tanpa batas itu dapat dijadikan surga diseminasi informasi, terutama bagi komunitas agama yang berada dalam posisi marginal dan minoritas dalam kehidupan nyata. Inilah kesempatan unik yang bisa jadi tidak mereka dapatkan dalam dunia luring, yaitu kesempatan untuk mengabarkan kepada publik tentang religiusitas yang mereka yakini dan praktikkan. Hal ini bukan berarti mereka tidak melakukannya pada jenis media lain. Mereka telah menggunakannya pada era-era sebelumnya, tetapi mesti diakui bahwa internet dengan fasilitas situs dan websitenya adalah cara yang paling murah dan efektif untuk mengkomunikasikan informasi religiusitas, karena mampu menjangkau skala yang tak terbayangkan pada masa sebelumnya;
- 2) Terciptanya *cybernetic safe places* (tempat aman cybernetik), yaitu bahwa internet memungkinkan bagi orang-orang untuk berkumpul, berinteraksi dan berkomunikasi secara mudah dari segala penjuru dunia. Interaksi virtual ini adalah dalam rangka membangun jaringan diaspora mereka berdasarkan tradisi agama. Situs web menjadi tempat yang nyaman dan mudah untuk diakses dari mana saja hanya dengan koneksi internet.¹⁷¹

Dengan demikian, penganut agama diaspora telah mengadopsi media mutakhir supaya dapat tetap terhubung satu sama lain, dan juga dengan pemeluk agama yang sama yang berada di tanah air mereka. Maka tak pelak bentuk komunikasi yang telah termediasi ini mampu mengembangkan ikatan jaringan dan memperkuat hubungan

¹⁷¹Christopher Helland, "Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands," *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 966.

komunitas, terlepas dari kenyataan bahwa secara geografis orang-orang yang terlibat tersebut tersebar di seluruh penjuru dunia. Karena itulah kini makin mudah dijumpai aktivitas tur virtual religius atau ziarah virtual ke tempat-tempat suci keagamaan. Tidak hanya berhenti pada tataran tur atau ziarah, tetapi bahkan ritual keagamaan pun dapat dilakukan secara virtual pada waktu yang bersamaan. Dalam rangka mengkomodasi bentuk aktivitas religius yang baru ini, maka pemeluk dan komunitas agama yang berada di tanah asal muasal agama membangun koneksi internet dengan kecepatan tinggi serta mempekerjakan orang-orang profesional di bidang teknologi digital guna memperlancar dan mempermudah pelaksanaan aktivitas religius virtual tersebut.

Maka secara umum, bentuk baru dari aktivitas religius ini berdampak signifikan pada dua sisi sekaligus, yaitu bagi pemeluk agama diaspora dan bagi pemeluk agama yang berada di tanah asal. Karena itulah, aktivitas daring ini menciptakan rasa kesegeraan, yaitu hasrat dan kehendak untuk segera terhubung dan terkoneksi secara religius. Internet mempersempit jarak dan memungkinkan tingkat interaktivitas dan aksesibilitas yang belum tersedia pada masa-masa sebelumnya. Maka mesti diakui bahwa hal ini merupakan dimensi baru dalam konteks agama yang tumbuh dan berkembang di Internet, yang memiliki dampak dan efek yang signifikan pada aktivitas keagamaan di dunia nyata.

Berdasarkan konteks di atas, maka kini jamak ditemui tempat suci virtual sebagai fasilitas maya yang bertujuan mempertemukan dan mempertautkan individu-individu daring dan tempat sucinya dalam sebuah pertemuan ritual religius. Tempat suci virtual tersebut sangat konvensional dalam desainnya. Hal ini dapat dimaklumi karena ritual merupakan sebuah tindakan komunikatif spiritual, sedangkan ruang sakral dianggap sebagai komunikasi hermeneutik antara bentuk arsitektur dan aktor manusia. Keduanya dapat dianggap sebagai sistem semiotik yang mengkodekan makna. Makna mesti dikodekan dengan dengan cara yang dapat dikenali oleh komunitas agama yang

sedang melakukan interpretasi spiritualitas. Maka tidak heran jika penanda-penanda yang digunakan oleh tempat suci virtual berasal dari konvensi tradisi. Situs web merupakan representasi ikonik yang dirancang untuk menyerupai tempat suci virtual, dan untuk meniru pengalaman religius yang telah ada.

Terdapat upaya untuk meniru pengalaman religius yang pernah dialami dalam dunia nyata, untuk diaplikasikan di dalam dunia virtual, dengan cara berkunjung ke tempat-tempat suci virtual yang telah didesain semirip mungkin dengan asal. Maka rumbai-rumbai dan sarana ritual pun dibuat secara virtual dan memiliki keserupaan dengan kenyataan. Inilah yang dirujuk dengan istilah *cyberprayer*, yaitu sebuah ruang *cyber* yang menduplikasi elemen umum dari ritual yang dilakukan dalam dunia nyata. Karena itulah internet digunakan sebagai alat dalam pemeliharaan praktik tradisional. Dengan demikian, akomodasi ritual secara virtual ini tidaklah dimaksudkan sebagai penciptaan bentuk-bentuk baru dari ibadah. Ritual keagamaan telah diatur sedemikian rupa oleh para pemangku agama, sehingga kemungkinan munculnya ritual yang unik rumit ditemukan dalam dunia virtual. Yang ditemui dalam ritual daring itu adalah penyesuaian-penyesuaian kode digital dengan tetap merujuk kepada praktik religius yang telah dilakukan di alam nyata.

Hal ini bukan berarti bahwa ritual *cyberprayer* identik dengan ritual dalam alam nyata dan dengan tempat suci yang terletak di ruang geografis. Penggunaan media mutakhir ini pasti menggunakan sarana yang berbeda dalam menyampaikan makna spiritualitas. Karena itulah, tingkatan transformasi tidak bisa dihindari karena terjadi penerjemahan makna yang diekspresikan dalam medium yang berbeda. Tetapi tingkatan transformasi tersebut tidak sampai kepada tahap energi imajinatif yang menguasai kepercayaan dan praktik

tradisional. Dengan demikian. Tempat suci virtual dapat dinilai sebagai *homologous* (sepancaran) dengan tempat suci nyata.¹⁷²

Dengan fasilitas internet itu, para pemeluk agama tidak hanya melakukan ritual religius secara virtual tetapi juga sering kembali ke narasi-narasi sejarah untuk mencari orientasi dan menandai internet sebagai ruang sakral. Karena itulah, internet dijadikan sarana diseminasi narasi agama yang telah mapan. Sejarah dan kepercayaan religius ini pada gilirannya menyetir dan mengarahkan pengambilan keputusan tentang teknologi. Faktor-faktor ini memandu pilihan bagi orang-orang beragama tentang bagaimana dan mengapa mereka menggunakan internet. Sehingga ditemukan beberapa patokan standar yang harus disadari oleh para pemeluk agama. Dengan demikian, para pemuka agama berharap anggota komunitasnya tidak dengan sembarangan dan serampangan mengakses internet. Meskipun demikian, pandangan tersebut lebih bersifat etika moral dibandingkan dengan sanksi. Etika tersebut memberikan batas-batas tertentu yang harus dipatuhi oleh para pemeluk agama ketika berselancar dalam dunia dunia maya. Seringkali, wacana kontaminasi menjadi alasan dari panduan etis ini, sehingga diharapkan tidak terjadi pengotoran dan pencemaran pada praktik religiusitas. Internet yang mengandung kebebasan informasi tanpa batas tak ayal menjadi gudang informasi dari berbagai arah dan ranah. Kontaminasi religius bisa saja terjadi jika batas-batas etis itu tidak disadari. Meskipun demikian, efektivitas panduan standar ini patut dipertanyakan lebih lanjut mengingat sifat dunia daring yang begitu individualistis dan personal.

Pada gilirannya, ritual virtual tampaknya tidak begitu berdampak kuat kepada pengalaman religiusitas dalam dunia nyata, terutama terkait dengan tingkatan spiritualitas. Ritual virtual itu menjadi aktivitas konektivitas yang membantu orang-orang terhubung dengan

¹⁷²Stephen Jacobs, "Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces," *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 1116.

orang lain dalam berbagai *Multi-User Virtual Environment* (MUVE), atau Lingkungan Virtual Multi-Pengguna. Karena itulah, agama virtual tidak akan menggantikan ibadah di dunia nyata. Meskipun demikian, tetap ada saran bahwa komunitas agama mempertimbangkan untuk tetap memasukkan komponen internet ke dalam layanan religius mereka. Sebagai contoh, penting untuk dicatat bahwa seiring dengan kemajuan teknologi, semakin banyak penyandang cacat fisik yang menggunakan internet untuk berkomunikasi. Ritual virtual memberikan kesempatan kepada individu yang sangat terbatas untuk berpartisipasi dalam bentuk ibadah yang mencerminkan aktivitas iman dunia nyata. Hal ini bukan berarti komunitas agama harus melakukan seperti yang dilakukan dunia dengan menggunakan teknologi dan dengan mengembangkan representasi virtual dari diri mereka sendiri, tetapi komunitas agama mesti mengeksplorasi bagaimana mewujudkan misi religius mereka. Dunia virtual mungkin menjadi cara tambahan untuk menangani upaya tersebut untuk menjangkau audiens yang saat ini bergantung pada teknologi.¹⁷³

Memang terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa penggunaan internet dapat dikaitkan dengan penurunan secara signifikan dalam keterlibatan sosial, baik dalam skala keluarga maupun jaringan sosial. Hal semacam ini dapat meningkatkan kesepian. Seseorang yang secara aktif terlibat dalam dunia daring biasanya menyisakan waktu yang sedikit untuk berkomunikasi secara sosial dalam dunia nyata. Karena itulah koneksi luring menjadi berkurang yang bisa mengakibatkan timbulnya rasa kesepian. Dalam skala tertentu yang tinggi, penggunaan internet yang kurang terkontrol juga dikaitkan dengan peningkatan depresi. Penurunan secara negatif tidak hanya dapat terjadi dalam hal koneksi, tetapi juga dalam hal dukungan sosial. Pernyataan-pernyataan ini menguatkan

¹⁷³André Robinson-Neal, "Enhancing The Spiritual Relationship The Impact of Virtual Worship on The Real World Church Experience," *Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3, no. 1 (2008): 241.

hipotesis bahwa penggunaan Internet berdampak negatif pada keterlibatan sosial dan kesejahteraan psikologis. Meskipun demikian, mesti ditelusuri lebih jauh bagaimana hal tersebut berlaku pada lintas individu, ruang dan waktu. Masih terdapat ruang terbuka bahwa bisa jadi hal di atas tidak terjadi, terutama pada individu-individu yang secara luring telah terisolasi, semisal para tunawisma atau orang tua dari generasi terdahulu. Interaksi sosial di internet berpotensi meningkatkan partisipasi sosial dan kesejahteraan psikologis daripada menurunkan dan mendegradasikan.¹⁷⁴

Keterlibatan dan keterikatan komunitas dapat juga meningkat dengan adanya koneksi internet. Penelitian yang dilakukan pada penduduk Blacksburg, Virginia menunjukkan hal semacam itu. Jaringan komputer komunitas lokal menjadi fasilitas pembangunan modal sosial dalam upaya peningkatan keterhubungan antar individu. Karena itulah, semakin lama seseorang terhubung ke internet, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan jaringan untuk membangun modal sosial, dan untuk meningkatkan keterlibatan dalam komunitas dan masalah-masalah lokal. Konsekuensi logis dari fakta ini adalah bahwa jika kegiatan pembangunan modal sosial dapat terjadi di masyarakat, maka keterlibatan dan keterikatan itu harus meningkat, demikian juga dengan kualitas hidup masyarakat. Maka inilah yang dirujuk dengan wacana hubungan antara internet dan proses pembentukan modal sosial. Uraian lain juga dapat diajukan terkait dengan data ini, yaitu bahwa banyak anggota komunitas yang tertarik dengan masalah-masalah lokal. Mereka cenderung atau siap untuk lebih aktif terlibat. Bagi individu yang cenderung terlibat, internet dan jaringan komputer komunitas membantu mendistribusikan informasi yang menarik secara lebih luas, lebih nyaman, dan memungkinkan partisipasi yang efisien dalam diskusi. Dengan demikian, internet memanfaatkan jaringan sosial yang ada,

¹⁷⁴Robert Kraut et al., "Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?," *American Psychologist* 53, no. 9 (1998): 1028.

dan pada saat yang sama menjangkau orang-orang yang cenderung lebih aktif. Lebih mudah menjangkau orang-orang melalui situs web daripada membuat mereka menghadiri pertemuan atau acara tatap muka.¹⁷⁵

Gambaran koneksi sosial secara umum di atas dapat terjadi pada komunitas agama, sehingga praktik religius secara daring tidak dianggap sebagai saingan dan penghapus dari praktik tradisional. Praktik *online* sering kali diinformasikan dengan cara-cara *offline*, karena itulah dunia daring terkait dengan realitas luring dari penggunaannya. Ketika kehidupan religius secara luring menjadi rutinitas sehari-hari, maka penggunaan internet semakin intens dengan hal-hal tersebut. Pola penggunaan internet sering kali muncul dari pola perilaku dan keyakinan *offline* pengguna. Aktivitas ritual berbasis internet sering berfungsi sebagai perpanjangan atau pelengkap untuk keterlibatan secara *offline*. Bahkan tidak menutup kemungkinan aktivitas ritual secara virtual itu mampu merangsang aktivitas ritual yang berikutnya yang bisa jadi tidak akan bisa muncul bila aktivitas tersebut hanya dilakukan secara tradisional.

Perdebatan antara konteks *online* dan *offline* dalam studi agama terjadi dalam beberapa tingkatan. Pada tingkatan tertentu, ketegangan mungkin saja terjadi sehingga terjadi kompetisi dan upaya saling menguasai. Pada level yang ekstrim, konteks *online* tentunya menjadi sangat dominan dan unggul yang disebabkan oleh topangan dan sokongan fasilitas dan sarana teknologi. Seorang individu religius tidak memerlukan hadir secara nyata di tempat-tempat suci guna melaksanakan berbagai ritual keagamaan. Cukup dengan mengakses situs keagamaan, pengalamana ritual dapat diperoleh. Informasi keagamaan pun secara melimpah tersedia di internet, sehingga perjumpaan tatap muka tidak diperlukan guna memperoleh

¹⁷⁵Andrea L. Kavanaugh and Scott J. Patterson, "The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement in Blacksburg," in *The Internet in Everyday Life*, ed. Barry Wellman and Caroline Haythornthwaite (USA: Blackwell Publishers, 2002), 340.

pengetahuan keagamaan. Sedang pada tingkatan yang lain, terjadi pencampuran dan pembauran. Perwujudan ritual keagamaan dalam satu konteks tertentu seringkali memengaruhi konteks yang lain. Ketika ritual tersebut dilaksanakan daring, hal itu adalah perpanjangan dari konteks *offline* secara tradisional. Ketika ritual itu dilaksanakan dalam dunia nyata, seringkali pemicu dan dampaknya dapat ditemui dan dirasakan dalam konteks daring. Karena itulah, perbedaan daring-luring menjadi kabur sekaligus sumir. Terlalu rumit mengurai pintalan itu karena internet dengan kekuatan teknologi digitalnya telah tertancap secara tajam dalam realitas kehidupan sehari-hari, memengaruhi segala aktivitas apapun, termasuk kegiatan yang berkaitan dengan agama dan spiritualitas. Sehingga dengan demikian pembedaan dualistik antara *online* versus *offline* menjadi nihil dan tidak lagi berlaku lagi.

Ketika para pelaku agama menghadapi pertanyaan tentang bagaimana internet membentuk konsepsi sakral tentang waktu, ruang, dan identitas, maka dapat dikemukakan bahwa tengah terjadi iringan dan sinergitas antara sumber pengetahuan tradisional dan sumber *online*. Dengan demikian, internet menjadi kenyataan yang tertanam (*embedded reality*), dimana terjadi negosiasi pengguna antara waktu dan ruang yang sakral dan bentuk-bentuk baru perilaku dan afiliasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka wacana tentang otentisitas atau keaslian mengemuka kembali seiring dengan masifnya praktik keagamaan secara daring. Keaslian dimaknai sebagai suatu kualitas yang menjadi otentik. Istilah otentik sebagai kata sifat dapat memiliki dua arti, yaitu untuk menggambarkan sesuatu sebagai hal yang benar atau asli. Seseorang atau sesuatu akan dinilai sebagai otentik kala ia menghadirkan diri apa adanya, yaitu ketika ia tidak berpura-pura menjadi orang lain atau sesuatu yang lain, dan juga tidak memainkan peran yang lain; kata otentik juga bisa digunakan untuk menggambarkan sesuatu atau seseorang yang dapat dipercaya atau diandalkan. Bertalian dengan istilah otentik, terdapat istilah lain yang sering dilawankan, yaitu virtual. Istilah yang tersebut terakhir ini

sering digunakan untuk menggambarkan realitas yang berkurang karena materialitasnya hilang. Fakta yang didapati pada virtualitas adalah representasi. Penyajian yang dihadirkan tidak memerlukan eksistensi fisik, tetapi makna dan nilai diharapkan dapat terwakili.

Dalam studi teologi, agama biasanya didekati secara perspektif keilmuan sebagai sistem simbol yang dapat didefinisikan, konsisten dan seragam. Tetapi jika dilihat dari perspektif aktor, terlihat bahwa terdapat beragam varian ide dan gagasan religiusitas. Begitu pula halnya tentang pengalaman religius. Jenis pengalaman ini tidak dapat dianggap sebagai entitas yang statis dan tetap, bahkan pengalaman religius sangatlah cair dan berwarna warni. Berdasarkan kedua tilikan tersebut, maka istilah *real religion* (agama riil) tidak bisa dilihat sebagai sistem yang tetap. Penilaian tentang otentisitas sebuah praktik atau pengalaman religius tidak lagi menjadi eksklusif dibahas pada wacana teologi tingkat tinggi, tetapi juga menjadi pembicaraan populer pada massa. Karena itulah, otoritas untuk menyatakan otentisitas religius tidak hanya berada di tangan pada ahli agama, tetapi aktor atau pelaku agama juga berhak memberikan penilaian, misalnya adalah bahwa sebuah ritual keagamaan yang terjadi dalam lingkungan virtual dapat terlepas dari lembaga keagamaan tradisional yang telah mapan.

Dalam kondisi yang demikian, wacana tentang riil bergantung kepada perspektif aktor, berdasarkan kepada kriteria yang dibangunnya sendiri tentang realitas dan virtualitas. Hal ini juga tergantung kepada penilaian terhadap dua konsep, yaitu antara yang nyata dan yang maya. Penilaian terhadap dua konsep tersebut bisa bersifat dikotomis, bisa juga saling bergantung antara yang satu dan yang lainnya. Karena itulah, pernyataan-pernyataan kritis tentang otentisitas biasanya berasal dari seseorang atau komunitas di luar jaringan, terutama pihak yang biasanya memegang otoritas pada lembaga keagamaan tradisional. Karena itulah, wacana tentang otentisitas mesti berfokus kepada strategi dan proses legitimasi yang digunakan oleh pemeluk agama, serta menganalisis otoritas dan

kredibilitas yang dibangun dalam dunia yang dimediasi oleh teknologi digital mutakhir.

Karena itulah, perspektif *emic* bisa dijadikan tinjauan dalam melihat konsep otentisitas. Perspektif ini bersandingan dengan istilah perspektif yang lain, yaitu *etic*. Kedua perspektif tersebut digunakan untuk membedakan antara pernyataan yang dibuat dari perspektif dalam (*etic*) dan dari perspektif luar (*emic*). Penelitian di bidang studi agama mempertegas bahwa sangat penting untuk menggunakan suatu istilah dari perspektif *emic* sebagai sebuah kategori analitis, karena perspektif ini selalu menyiratkan penilaian, seperti yang ditunjukkan dalam kasus otentisitas.¹⁷⁶

Hubungan antara agama dan internet, selain menggambarkan karakteristik *convergent social practice* (praktik sosial yang konvergen) dan *embedded reality* (realitas yang tertanam), juga mengandung karakteristik *networked community* (komunitas jaringan). Dalam karakteristik ini, perhatian tertuju kepada pertumbuhan komunitas agama daring, dan cara kelompok ini menginformasikan konsepsi dan partisipasi anggotanya dalam komunitas agama luring. Dengan demikian, melihat komunitas sebagai jaringan berarti mengakui bahwa grup *online* berfungsi sebagai jaringan sosial yang terikat secara longgar dengan berbagai tingkat afiliasi dan komitmen agama. Maka ada perubahan konsepsi komunitas religius, yang menunjukkan bahwa komunitas keagamaan *online* seringkali berfungsi sangat berbeda dari institusi dan struktur keagamaan konvensional. Dengan kehadiran internet dengan kecanggihan ketersediaan fasilitas koneksi antar individu yang mampu membentuk komunitas daring, maka bentuk-bentuk sosial baru pun ditawarkan. Kesemuanya dalam bentuk *cyber*. Komunitas fundamentalis yang terpinggirkan secara tradisional kini juga memiliki platform diskursif publik yang mampu menjangkau

¹⁷⁶Kerstin Radde-Antweiler, "Authenticity," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi Campbell (London: Routledge, 2013), 99.

khalayak yang lebih luas dalam mendiseminasikan pandangan-pandangan mereka.

Komunitas agama daring dapat memiliki berbagai macam fungsi. Diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai *belief community* (komunitas iman), yang menyediakan sistem kepercayaan dan praktik religius;
- 2) Sebagai *relational community* (komunitas relasional) yang membantu memenuhi kebutuhan tentang rasa memiliki;
- 3) Sebagai *affective community* (komunitas afektif) yang memberikan identitas kelompok bagi mereka yang mencarinya;
- 4) Sebagai *utilitarian community* (komunitas utilitarian) yang menyediakan sarana mobilisasi sumber daya.¹⁷⁷

Dengan demikian, pengembangan konstruksi khas-ideal baru memperhitungkan beragam fungsi organisasi keagamaan kontemporer, yaitu interpretatif, interaktif, integratif, dan instrumental. Dengan beragam fungsi tersebut, tampaknya lebih tepat untuk memahami perkembangan organisasi keagamaan sebagai *sanctuary model* (model tempat perlindungan), bukan sekedar *tool model* (model alat). Lebih dari sekedar tempat tambahan untuk praktik keagamaan, komunitas agama daring berkembang menjadi organisasi keagamaan alternatif yang memenuhi kebutuhan multi-pola individu kontemporer yang mencoba mengejar solusi biografis bagi kontradiksi sistemik di dunia individual. Berdasarkan hal tersebut, maka struktur sosial daring menyoroti keinginan dan harapan umum anggota mengenai bagaimana organisasi keagamaan kontemporer dapat atau seharusnya berfungsi. Dengan demikian, peran interpretatif dan integratif dapat dipenuhi oleh kelompok-kelompok ini bagi para anggotanya, tidak hanya terlihat fungsi-fungsi instrumentalnya.

¹⁷⁷Mun-Cho Kim, "Online Buddhist Community: An Alternative Religious Organization In The Information Age," in *Religion and Cyberspace*, ed. Morten T. Højsgaard and Margit Warburg (USA: Routledge, 2005), 147.

Metafora jaringan menjadi cara yang penting dan fundamental dalam menggambarkan hubungan sosial *online* dan *offline*. Studi awal komunitas *online* mengeksplorasi hal-hal yang terkait dengan batas-batas sosial yang kabur mengenai siapa saja yang terlibat dalam dunia daring, bagaimana mereka menciptakan komunitas dalam ruang tak terbatas, dan bagaimana mereka mengekspresikan diri dalam kelompok ini. Studi semacam itu menggambarkan praktik sosial yang muncul secara online terkait dengan negosiasi batas perilaku dan hukum, serta pelanggaran norma sosial. Studi-studi ini pun bergeser ke hal-hal reflektif yang lebih kritis tentang sifat komunitas daring, dibandingkan dengan sifat bentuk sosial lainnya.

Penggunaan internet yang komunikatif dan komunal telah mengungkap berbagai bentuk menarik, yaitu individu-individu bertemu dengan sesamanya dan memperoleh pengetahuan tentang mereka. Pengetahuan mendetil tentang sesama manusia menjadi salah satu potensi internet yang paling menarik, yaitu pertemuan seseorang dengan orang lain, baik dalam bentuk tunggal maupun jamak. Informasi yang rinci tentang seseorang sangat jarang didapatkan dalam kehidupan nyata. Ada semacam jarak yang memisahkan penyiaran informasi yang bersifat personal. Sangat jarang, bahkan mendekati ketidakmungkinan, informasi personal terkabarkan secara sengaja dalam komunikasi di dunia luring. Fasilitas yang tersedia dalam dunia daring justru meluruhkan sekat itu. Hal-hal yang bersifat privat bahkan dengan mudah dapat diakses dan dikonsumsi. Yang demikian itu lebih dikarenakan informasi privat tersebut diekspresikan sendiri oleh individu bersangkutan. Individu-individu daring dengan sukarela tanpa sungkan mengungkapkan pengalaman pribadi mereka kepada publik. Sifat kesengajaan penyebaran informasi pribadi ini menjadi sesuatu yang baru. Dulunya, wilayah detil ini merupakan anonim. Kini, menemukan dan mempromosikan berbagai bentuk pertemuan manusia dalam lingkungan teknologi

digital tampaknya menjadi tugas utama dari pengejawantahan internet.¹⁷⁸

Dengan demikian, jaringan komputer berfungsi secara unik sebagai jaringan sosial. Internet berfungsi sebagai metafora untuk menggambarkan pola sosialisasi yang muncul dalam masyarakat, mencerminkan pergeseran dari afiliasi geografis dan statis berdasarkan ikatan kekeluargaan menjadi jaringan hubungan yang dinamis berdasarkan minat dan preferensi bersama. Anggota komunitas daring sering diidentifikasi melalui karakteristik atau nilai bersama yang menarik mereka ke grup *online* tertentu.

Secara umum, suatu kelompok yang mampu mengatur dirinya sendiri ditandai dengan prinsip-prinsip desain sebagai berikut:

- 1) Batasan kelompok ditentukan dengan jelas;
- 2) Aturan yang mengatur penggunaan barang kolektif disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi setempat;
- 3) Kebanyakan individu yang terpengaruh oleh aturan ini dapat berpartisipasi dalam memodifikasi aturan;
- 4) Hak anggota kelompok untuk membuat aturan mereka sendiri dihormati oleh otoritas eksternal;
- 5) Ada sistem untuk memantau perilaku anggota; pemantauan ini dilakukan oleh anggota kelompok itu sendiri;
- 6) Sistem sanksi berjenjang digunakan;
- 7) Anggota kelompok memiliki akses ke mekanisme resolusi konflik berbiaya rendah.

Secara khusus, prinsip desain tersebut disederhanakan untuk diaplikasi dalam komunitas daring. Pada akhirnya, terdapat tiga tema umum yang menggambarkan keseluruhan prinsip desain di atas, yaitu ukuran dan batas komunitas; aturan dan institusi; pemantauan dan pemberian sanksi.¹⁷⁹

¹⁷⁸Maria Bakardjieva, *Internet Society: The Internet in Everyday Life* (California: SAGE Publications, 2005), 187.

¹⁷⁹Peter Kollock and Marc Smith, "Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities," in *Computer-Mediated*

Keterikatan dan keterlibatan individu-individu dalam sebuah komunitas didasari oleh *sense of community* yang memiliki empat dimensi:

- 1) *Feelings of membership* (Perasaan memiliki), yaitu perasaan mempunyai dan mengidentifikasi dengan komunitas. Hal ini terlahir dari batas-batas komunitas (penyimpangan membantu menetapkan batasan), persepsi keamanan emosional, rasa memiliki anggota, dan identifikasi dengan kelompok, investasi waktu pribadi ke dalam kelompok, dan sistem simbol umum;
- 2) *Feelings of Influence* (Perasaan pengaruh), yaitu perasaan memiliki pengaruh dan dipengaruhi oleh komunitas. Biasanya hal ini muncul dari proses mempertahankan norma di dalam kelompok;
- 3) *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan), yaitu perasaan didukung oleh orang lain dalam komunitas sekaligus mendukung mereka. Hal ini berasal dari penghargaan menjadi anggota seperti status dalam kelompok, kompetensi dalam berfungsi di dalam kelompok, nilai-nilai bersama, dan memenuhi kebutuhan pihak lain sementara kebutuhan sendiri juga terpenuhi;
- 4) *Shared emotional connection* (Hubungan emosional bersama), yaitu perasaan keterkaitan, sejarah bersama, dan semangat komunitas. Hal ini berkembang dari interaksi yang sering, interaksi berkualitas tinggi, peristiwa-peristiwa terpisah, sejarah dan krisis bersama, investasi waktu dan sumber daya, pengaruh penghormatan dan penghinaan bagi anggota, dan ikatan spiritual antar anggota. Keempat dimensi *sense of community* ini juga berlaku pada *sense of virtual community*.¹⁸⁰

Uraian di atas menegaskan bahwa pendekatan komunitas sebagai jaringan telah menjadi pendekatan yang dominan dalam studi

Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives (Amsterdam: John Benjamins, 1996), 120.

¹⁸⁰Anita L. Blanchard and M. Lynne Markus, "The Experienced 'Sense' of a Virtual Community: Characteristics and Processes," *ACM SIGMIS Database* 35, no. 1 (2004): 67.

komunitas. Komunitas semakin menyerupai jaringan sosial yang longgar, dengan berbagai tingkat afiliasi dan komitmen.

Karakteristik berikutnya dalam kajian tentang hubungan antara agama dan internet adalah *identity as performance* (identitas sebagai pertunjukan). Tema-tema umum dalam berbagai kajian yang dilakukan terkait dengan fenomena keberagaman diantaranya adalah perihal integrasi, konsolidasi dan identitas. Tema yang tersebut terakhir, yaitu identitas, mendapatkan wadah baru dalam konstruksinya yang disebabkan oleh kehadiran internet dengan memunculkan bentuk dunia maya. Maka konstruksi identitas keberagaman yang selama ini terjadi dalam dunia nyata tak ayal menghadapi tantangan baru. Kompleksitas dan kerumitan muncul seiring dengan pembentukan identitas dalam dunia daring. Identitas *online* pun menjadi tindakan kerja, yaitu individu-individu memilih, mengumpulkan, dan menampilkan citra diri mereka melalui berbagai sumber daya berbeda yang tersedia. Kehadiran diri secara *online* itu pada akhirnya mempertanyakan fungsi apa yang memungkinkan untuk terus dimainkan oleh struktur agama tradisional dalam proses konstruksi identitas dalam masyarakat digital. Ini adalah tantangan yang belum pernah terjadi pada era sebelumnya, karena sifat dunia daring yang merupakan lokus jaringan global. Struktur agama tradisional biasanya bekerja pada tingkat lokal yang dibatasi oleh geografis. Ketika sekat geografikal itu tersibak, maka area baru konstruksi identitas keberagaman muncul.

Konstruksi identitas adalah proses individu mengembangkan pemahaman tentang dirinya sendiri sebagai orang yang berbeda dari orang lain tetapi juga terkait dengan orang lain dalam konteks tertentu. Konstruksi identitas adalah proses reflektif. Pengalaman seseorang tentang identitasnya terus dibentuk dari waktu ke waktu, dengan menempa pengalaman dan kisah diri dari pelajaran yang didapat dari berbagai situasi yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Identitas seseorang juga dibentuk dalam interaksi antara penyajian dirinya dalam situasi yang berbeda dan tanggapan orang

lain terhadap penyajian ini. Seorang individu menampilkan posisinya secara relatif terhadap suatu situasi. Tetapi seorang individu biasanya mengekspresikan dirinya tergantung kepada reaksi orang lain, yang menegaskan atau mempertanyakan posisi yang diasumsikan. Penyajian serta tanggapan yang membentuk identitas didasarkan pada makna dan praktik yang dijunjung dalam konteks tertentu. Interaksi situasional ini, dalam konteks makna dan praktik yang diberikan secara budaya, menentukan lokasi seseorang dalam sekelompok orang serta bagaimana dia akan berhubungan dengan kelompok yang berbeda dalam konteks yang sama.

Keyakinan dan praktik religius merupakan contoh penting dari makna yang memberikan dasar bagi pembangunan identitas pribadi. Mitos, ritual, dan simbol agama menciptakan narasi atau cerita yang menyeluruh yang memberi makna pada pengalaman individu dan kolektif dalam hubungannya dengan perjuangan kehidupan sehari-hari. Narasi religius memberikan landasan untuk mengatur hubungan antara berbagai kelompok dalam masyarakat dan pembentukan identitas. Dengan mengaitkan kehidupan manusia dengan sesuatu yang sakral dan transenden, agama memahami pengalaman eksistensial yang paling mendalam yang bisa dialami oleh manusia.

Terdapat empat cara internet dalam meningkatkan upaya individu dalam mengkonstruksi identitasnya:

- 1) Penggunaan Internet dapat mendorong dan memperkuat kemungkinan bagi individu untuk secara aktif menegosiasikan pengalaman yang dimediasi dan memberinya struktur yang relevan dengan diri.
- 2) Internet sebagai media memfasilitasi penggunaan kembali pengetahuan dan keterampilan, karena memungkinkan orang biasa lebih mudah mengakses informasi ahli dan membandingkan serta menilai klaim yang dibuat oleh otoritas yang berbeda dan bersaing.
- 3) Dengan menghubungkan orang-orang dengan keragaman budaya dan kelompok sosial yang lebih besar, internet memaksa

pengguna untuk lebih pandai berbicara tentang komitmen individu mereka. Mereka juga dapat menemukan peluang yang lebih baik untuk membentuk aliansi dan terlibat dalam keterlibatan sosial yang dapat disesuaikan dengan perubahan dalam kondisi sosial dan material kehidupan offline seseorang.

- 4) Internet dapat mengajari pengguna cara-cara mengatasi konflik dan risiko baru yang menantang rutinitas sehari-hari mereka, misalnya melalui dialog dan perolehan informasi yang lebih baik. Dalam setiap cara ini, penggunaan internet dapat mendorong dan memperkuat agensi individu yang penting untuk pengembangan diri dan memberdayakan individu untuk menangani ketidakamanan dan ambiguitas yang lebih besar dalam kehidupan pada masyarakat modern dewasa ini.¹⁸¹

Salah satu fokus kajian tentang identitas keberagamaan daring menysar kepada para pemuda. Generasi termuda ini menjadi bagian terbesar dari komunitas dunia maya. Ekspresi yang mereka sajikan di dunia internet menyiratkan kehendak pencarian jati diri dalam rangka mengkonstruksi identitas. Karena itulah, eksplorasi lebih jauh diperlukan guna memahami bagaimana anak-anak muda menggunakan interaksi dalam komunitas *web online* untuk membangun aspek spiritual atau religius dari identitas mereka. Karena sifat ekspresif dari anak-anak muda ini, maka kajian tentang otobiografi agama dapat dilakukan. Dalam menguak konstruksi identitas para pemuda di dunia daring ini, wacana tentang *points of intersection* (titik persimpangan) patut diajukan, sehingga memunculkan pembahasan tentang *intersecting identities* (identitas saling bersilangan).

Dunia daring mempunyai potensi sumber daya sekaligus batasan sebagai arena sirkulasi proses refleksi yang menantang sekaligus mengkonfirmasi otobiografi religius. Di persimpangan seperti itu, seseorang mengembangkan strategi untuk menangani tantangan

¹⁸¹Mia Lövhelm, "Young People, Religious Identity, and the Internet," in *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan (New York: Routledge, 2004), 62.

terhadap identitas agama atau spiritualnya sendiri. Persilangan terjadi dalam interaksi saling memengaruhi antara kehadiran secara *online* dan kondisi kehidupannya secara *offline*. *Intersecting identities* pada para pemuda terjadi karena keragaman perjumpaan dengan fraksi-fraksi keagamaan yang lain. Perjumpaan ini menghadirkan interaksi dialogis sampai kepada diskusi interaktif. Akibat yang ditimbulkan tidak selalu linier. Terdapat ragam tanggapan dan respon yang muncul. Maka beberapa individu menganggap situs web tertentu bermanfaat. Ada pula yang merasa asa dan harapan religiusnya tidak dapat terpenuhi.¹⁸²

Internet menawarkan kemungkinan baru untuk mengkonstruksi dan menampilkan identitas keberagaman, terutama bagi orang-orang yang tidak memiliki kesempatan dalam konteks *offline*, atau bagi mereka yang termasuk dalam kelompok pinggiran yang mungkin menghadapi pengawasan publik yang lebih tinggi. Individu dari komunitas religius *non mainstream* ini kini memiliki kesempatan mengekspresikan diri dalam rangka pembentukan identitasnya. Mereka dapat mengabarkan kepada khalayak umum tentang hal-hal yang terkait dengan bentuk dan sifat agama yang dianutnya. Mereka juga dapat mengkonfirmasi serta menunjukkan prinsip-prinsip yang mereka pegang yang mungkin dianggap ganjil bagi orang lain. Di saat yang sama, akan terjadi interaksi timbal balik dalam dunia daring. Respon dan tanggapan akan muncul. Sinergitas dua gerak ini memperkaya proses konstruksi identitas yang sedang berlangsung. Yang juga mesti disadari adalah bahwa hasil sinergitas tersebut tidak selalu terstandar dengan baik. Realitas yang demikian menjadikan internet sebagai sarana pembentukan identitas agama dengan cara yang kurang terstruktur daripada cara yang ditawarkan oleh lembaga resmi, yang biasanya memiliki acuan khusus dalam konstruksi identitas keberagaman anggotanya.

Proses konstruksi identitas keberagaman yang dilakukan secara daring terkadang juga membawa konsekuensi yang tidak diinginkan,

¹⁸²Mia Lövheim, "Intersecting Identities: Young People, Religion and Interaction on the Internet" (Uppsala University, 2004).

seperti fragmentasi identitas dan konflik antara klaim kebenaran dari otoritas agama *online* dan mitra *offline* mereka. Klaim kebenaran menjadi sangat beragam dan bervariasi. Individu-individu daring menemukan berbagai pihak yang merasa mempunyai otoritas keagamaan dan menyatakan sisi kebenaran yang dianutnya. Keragaman klaim itu tidak hanya berada dalam dunia daring itu sendiri, tetapi konflik juga bisa terjadi antara otoritas *online* dan *offline*. Pengalaman seperti itu, di satu sisi, dapat menghambat kemampuan individu untuk mengembangkan identitas agama yang kohesif, atau membatasi penegasan kembali tentang batas-batas yang diterima antara identitas agama tradisional dan pribadi. Tidak jarang, penyajian narasi iman pribadi secara *online* menghadapi tantangan. Mereka harus berjuang antara apa yang mereka anggap sebagai identitas agama yang otentik dan yang mungkin ditafsirkan oleh para pemimpin agama sebagai palsu atau tidak absah. Maka terjadilah pergulatan dalam diri tentang persoalan sah dan tidaknya suatu identitas keberagamaan. Kerumitan itu memang bisa berdampak beragam. Bisa saja di satu kasus tertentu kerumitan semacam itu membawa individu kepada kedewasaan berpikir dan bertindak, serta pengejawantahan dirinya dalam ekspresi religius. Tetapi di satu kasus tertentu bisa berdampak kepada pemberontakan dan pengabaian terhadap otoritas agama yang secara tradisional mendapatkan pengakuan dari komunitas agama yang lebih besar dan mapan.

Keterlibatan konteks *online* dan *offline* dalam konstruksi identitas keberagamaan pada individu menunjukkan bahwa kajian tentang wacana identitas ini mesti mempertimbangkan keduanya. Interaksi religius yang dilakukan secara daring senyatanya bertindak sebagai pelengkap, bukan pengganti dari keterlibatan keagamaan secara luring. Dengan demikian, ekspresi identitas agama *online* tidak terpisahkan dari identitas individu dalam kehidupan di luar Internet. Penilaian terhadap identitas keberagamaan individu mesti juga mempertimbangkan kelindan dua konteks ini, sehingga diharapkan tidak munculkses negatif akibat dari ekspresi yang bisa saja salah

tafsir ketika hanya memperhatikan tampilan identitas dalam dunia maya. Apalagi fasilitas dan fitur yang disediakan oleh internet memungkinkan seseorang untuk menampilkan identitas keberagamaan secara anonim. Maka kewaspadaan dan kehati-hatian mestilah dikedepankan. Internet menjadi tempat untuk membangun diri religius seseorang dengan menggabungkan eksperimentasi berbagai cara untuk hidup dan adopsi peran identitas tradisional. Seorang individu menggunakan berbagai sumber komunikatif untuk menampilkan persona tertentu. Internet semakin dipandang sebagai salah satu dari sejumlah alat dalam modernitas yang memberdayakan individu untuk menunjukkan identitas mereka dengan cara yang unik.

Di awal kemunculannya, internet dianggap sebagai lokus yang mengkhawatirkan terkait dengan konstruksi identitas keberagamaan seseorang. Sebagian akademisi menyebutnya sebagai lokus *deceptions* (penipuan) dan *manipulations* (manipulasi).¹⁸³ Petunjuk identitas *online* tidak selalu dapat diandalkan. Diantaranya adalah nama akun dapat dipalsukan, klaim identitas bisa salah, dan isyarat-isyarat sosial bisa dengan sengaja menyesatkan. Di dalam komunitas daring, jenis penipuan identitas dapat ditemukan dengan mudah. Beberapa dari ekspresi identitas tersebut cukup berbahaya bagi individu dan komunitasnya. Tampilan-tampilan maya merupakan tipuan yang dimaksudkan untuk memberikan kesan palsu. Manipulasi identitas dibuat secara lebih halus. *Identity negotiation* (negosiasi identitas) menjadi salah satu fokus penting dalam kajian dunia daring. Internet memiliki potensi komunikasi yang termediasi untuk mengubah konstruksi religiusitas identitas seseorang yang telah terbangun secara baik secara tradisional. Karena itulah, internet sering dibingkai sebagai sebuah *identity workshop* (lokakarya identitas) karena komunikasi yang terbangun dalam dunia daring adalah *multi-threaded* (multi-utas) dan *multi-layer* (multi-lapisan).

¹⁸³Judith S. Donath, "Identity and Deception in The Virtual Community," in *Communities in Cyberspace*, ed. Marc A. Smith and Peter Kollock (London: Routledge, 1999), 42.

Dengan demikian, masih bisa dijumpai identitas yang dapat dipertanggung jawabkan dalam dunia daring. Pengguna internet ini membuat identitas *online* yang mirip dengan identitas *offline* mereka. Mereka mengevaluasi identitas *online* lainnya berdasarkan stereotip *offline*, seperti jenis kelamin atau ras. Identitas yang valid dan sah ini mengesampingkan kepalsuan. Ekspresi diri yang demikian dilakukan oleh individu untuk lebih memantapkan identitas dirinya. Di sisi lain, saat ini beberapa situs web di internet berupaya memproteksi dirinya untuk tidak disusupi dengan akun-akun palsu. Berbagai trik dan cara digunakan oleh pengelola situs, meskipun saat ini masih belum diketahui dengan pasti apa yang telah diperbuat oleh pengelola situs keagamaan. Karena itulah, konstruksi identitas religius secara online masih sangat tergantung kepada individualitas penggunanya. Dengan demikian, identitas *online* religius menciptakan peluang baru dan dinamis untuk ekspresi diri dari keyakinan, menghadirkan identitas sebagai proses pergelaran.

Dalam wacana yang lebih umum tentang identitas, terdapat dua elemen dasar, yaitu *exploration* (eksplorasi) dan *commitment* (komitmen). Eksplorasi adalah upaya mencari informasi dan pemahaman yang mendalam, sedang komitmen dimaknai sebagai upaya melaksanakan pilihan atas alternatif yang telah dibuat. Proses eksplorasi mencakup dua dimensi yang disebut dengan *exploration in depth* (eksplorasi secara mendalam) dan *exploration in breadth* (eksplorasi secara luas). Perbedaan diantara kedua unsur tersebut adalah bahwa *exploration in depth* menginvestigasi satu opsi identitas tertentu melalui beberapa pendekatan berbeda. Tujuan eksplorasi pada tahap ini adalah untuk mempertahankan suatu komitmen yang telah diputuskan sebelumnya. Sedang di sisi lain, *exploration in breadth* menginvestigasi sejumlah pilihan yang berbeda dalam rangka mempertimbangkan berbagai alternatif. Tujuan eksplorasi pada tahap ini adalah sebagai sebuah fasilitas pembentukan komitmen. Proses komitmen juga mencakup dua dimensi, yaitu *commitment making* (pembuatan komitmen) dan *identification with commitmen* (identifikasi dengan komitmen). Perbedaan

diantara kedua unsur ini adalah bahwa *commitment making* merujuk kepada pengertian pembuatan pilihan, sedangkan *identification with commitmen* mengacu kepada tingkat identifikasi pada pilihan-pilihan tersebut.¹⁸⁴

Selain keempat unsur yang disebutkan di atas, terdapat pula kategori lain yang disebut dengan dimensi identitas (*identity dimensions*). Dimensi identitas terdiri atas tiga unsur, yaitu *commitment* (komitmen), *in-depth exploration* (eksplorasi mendalam), dan *reconsideration of commitment* (peninjauan kembali komitmen). Penjelasan lebih lanjut tentang ketiga unsur tersebut adalah sebagai berikut: Pertama, *commitment* merujuk kepada pembuatan pilihan yang kuat dan secara aktif terlibat dalam berbagai ranah perkembangan serta kepercayaan diri yang berasal dari pilihan tersebut; Kedua, *in-depth exploration* merujuk kepada penjelajahan maksimal seseorang secara aktif yang terkait dengan komitmennya, seperti berpikir tentang pilihannya, membutuhkan informasi tambahan, atau berbicara dengan orang lain tentang komitmen tersebut; Ketiga, *reconsideration of commitment* merujuk kepada pencarian komitmen alternatif yang baru, karena komitmen yang sedang berlangsung dirasakan tidak lagi memadai dan memuaskan. Ketiga unsur dimensi identitas di atas biasanya dirujuk sebagai struktur identitas.¹⁸⁵

Selain kategorisasi di atas, terdapat kategorisasi lain yang terkait dengan konstruksi identitas ini, yaitu: 1) *Achievement Identity*; 2) *Moratorium Identity*; 3) *Foreclosure Identity*; 4) *Diffusion Identity*.

Identitas *Achievement* adalah status identitas pada seseorang yang mampu menunjukkan kemampuan dalam menggali dan menguasai berbagai informasi krusial bagi dirinya. Ia menggunakan prasangka dan pemikiran positif (*positive thinking*) dalam membandingkan dan menilai berbagai alternatif pilihan yang dihadapinya. Setiap pilihan

¹⁸⁴Koen Luyckx et al., "Unpacking Commitment and Exploration: Preliminary Validation of an Integrative Model of Late Adolescent Identity Formation," *Journal of Adolescence* 29 (2006): 362–363.

¹⁸⁵Darmawan Muttaqin and Endang Ekowarni, "Pembentukan Identitas Remaja Di Yogyakarta," *Jurnal Psikologi* 43, no. 3 (2016): 234.

mengandung resiko, baik positif maupun negatif. Dalam menghadapi ragam alternatif itu, ia mampu menentukan yang dianggapnya terbaik bagi kehidupannya sebagai komponen pembentuk identitasnya. Setelah memutuskan yang dianggapkan terbaik itu, ia menunjukkan kesetiaan yang kuat terhadap pilihan tersebut, karena ia menyadari bahwa hal itu adalah pilihan yang tepat.

Identitas *Moratorium* adalah status identitas yang menunjukkan kemampuan eksplorasi yang mumpuni, tetapi tidak diimbangi dengan tingkat komitmen yang baik. Maka yang terjadi adalah kebimbangan setelah memutuskan alternatif pilihan. Eksplorasi yang telah dilakukannya dengan baik tidak disertai dengan kesetiaan dan keteguhan dalam mempertahankan keputusan yang diambilnya terhadap salah satu alternatif tersebut. Penyebab dari kerapuhan komitmen ini bisa berasal dari kurang dikuasainya informasi pilihannya itu sehingga tidak mengetahui kelebihan dan kekurangannya secara maksimal. Dampak dari hal tersebut adalah mudahnya terombang-ambing kala menerima alternatif baru yang berhasil dieksplorasi.

Identitas *Foreclosure* adalah status identitas kebalikan dari identitas *Moratorium*. Pada status identitas ini, individu tidak melaksanakan eksplorasi secara maksimal, bahkan cenderung malas. Ia kurang menguasai pengetahuan tentang berbagai alternatif pilihan. Hal tersebut terjadi karena individu tersebut kurang memiliki hasrat dan minat dalam eksplorasi. Meski demikian bukan berarti ia tidak memutuskan suatu pilihan. Alternatif yang dipilihnya tidak didukung oleh pemahaman yang baik karena eksplorasi yang kurang maksimal. Ia tidak mengetahui kelebihan dan kekurangannya secara baik. Meski demikian, setelah menentukan suatu alternatif, individu tersebut menunjukkan keteguhan dan kesetiaan pada pilihannya itu. Kemunculan alternatif baru tidak menggoyahkan keputusannya. Ia tidak mudah terombang-ambing dengan adanya rangsangan informasi yang baru. Hal itu bisa terjadi karena yang bersangkutan tidak

memiliki hasrat yang maksimal untuk menggali secara mendalam alternatif baru tersebut.

Identitas *Diffusion* adalah status identitas yang bertolak belakang dengan identitas *Achievement*. Pada status identitas ini, seseorang menunjukkan tingkat eksplorasi dan komitmen yang rendah. Dalam tahap eksplorasi, ia tidak memiliki hasrat yang kuat dan semangat yang tinggi dalam menggali berbagai informasi yang diperlukan sebagai pembentuk identitasnya. Hal ini menyebabkan dirinya tidak mampu menilai secara baik. Ia mengalami kesulitan dalam mengambil keputusan secara cepat. Di sisi yang lain, individu tersebut tidak menunjukkan keteguhan terhadap pilihan yang telah ditetapkannya. Ia tidak mampu mempertahankannya karena ketiadaan alasan yang kuat saat memilihnya. Ia tidak mengetahui secara baik kelebihan dan kekurangan alternatif tersebut. Dampak dari keadaan seperti ini adalah mudahnya terombang-ambing dan berganti haluan kala menerima alternatif baru, apalagi bila alternatif tersebut berasal dari seseorang yang dihormatinya atau tokoh yang dikaguminya.¹⁸⁶

Bagaimanapun, paradigma status identitas di atas mendapatkan kritikan karena terlalu berfokus pada perbedaan individu dalam hasil proses pembentukan identitas. Karena itulah sebagian pakar mengalihkan perhatian kepada proses yang sebenarnya daripada terfokus kepada hasil, yaitu adanya dampak timbal balik antara gaya identitas (*identity styles*) dan pengejaran tujuan (*goal pursuits*).

Setidaknya terdapat tiga gaya identitas, yaitu:

- 1) *Informational style* (gaya informatif). Gaya ini menandakan tipikal individu yang terlibat dalam proses eksplorasi dengan mencari dan mengevaluasi informasi yang relevan dengan identitas sebelum membuat keputusan komitmen. Individu dengan gaya identitas ini menampilkan tingkat kompleksitas kognitif yang

¹⁸⁶Jane Kroger and James E. Marcia, "The Identity Statuses Origins, Meanings, and Interpretations," in *Handbook of Identity Theory and Research*, ed. Seth J. Schwartz, Koen Luyckx, and L. Vignoles Vivian, vol. Structures and Processes, Personal and Developmental Perspectives (New York: Springer, 2011), 34–35.

tinggi, terbuka terhadap informasi baru, kritis terhadap konsep diri, serta bersedia merevisi aspek identitas mereka ketika dihadapkan dengan informasi yang berbeda;

- 2) *Normative style* (gaya normatif). Gaya ini menandakan tipikal individu yang mengandalkan norma dan ekspektasi orang lain yang signifikan, misalnya orang tua dan figur otoritas, ketika harus membuat keputusan terkait identitas. Individu dengan gaya identitas ini cenderung menyesuaikan diri dengan pendapat tradisional dan memiliki kontrol diri yang tinggi. Mereka memiliki sistem nilai yang tidak fleksibel yang mereka lestarikan dengan menutup diri dari informasi yang dapat mengancam tujuan dan nilai-nilai mereka yang paling penting, biasanya demi pertimbangan kolektif, seperti agama, keluarga, dan kebangsaan;
- 3) *Diffuse-avoidant style* (gaya menunda-menghindar). Gaya ini merujuk kepada tipikal individu yang menghindari masalah pribadi dan menunda keputusan sampai tuntutan situasional menentukan perilaku mereka. Individu dengan gaya identitas ini menampilkan pemrosesan informasi aktif tetapi dengan penyelesaian masalah dengan tingkat rendah. Mereka mengakomodasi identitas mereka sebagai reaksi terhadap tuntutan sosial, dan menghasilkan struktur identitas yang terintegrasi secara longgar. Individu dengan gaya ini cenderung mendefinisikan diri dalam atribut sosial, seperti reputasi dan popularitas.

Terkait dengan *goal pursuits* (pengejaran tujuan), terdapat dua kategori, yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Tujuan intrinsik, misalnya kontribusi kepada masyarakat, pengembangan diri dan afiliasi, dianggap memuaskan secara inheren untuk dikejar. Jenis tujuan ini juga dikatakan konsisten dengan kepuasan kebutuhan psikologis dasar untuk otonomi dan kompetensi. Sebaliknya, ketika seseorang mengejar tujuan ekstrinsik, misalnya kesuksesan finansial, pengakuan sosial, dan daya tarik fisik, ia melakukan upaya tersebut dengan bergantung kepada pencapaian tanda-tanda eksternal dari nilai dan

kesuksesan. Pengejaran tujuan ekstrinsik seperti itu berhubungan negatif dengan kepuasan kebutuhan dasar.

Cara-cara memproses informasi identitas yang relevan dalam proses pembentukan identitas saling berdampak dengan tujuan dan nilai. Kedua hal tersebut secara bersama-sama saling memengaruhi. Proses yang terlibat dalam eksplorasi identitas dan konten komitmen individu terkait secara dinamis dari waktu ke waktu. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa eksplorasi dapat menghasilkan komitmen, tetapi komitmen selanjutnya dapat direvisi berdasarkan informasi baru.¹⁸⁷

Secara berturut-turut dapat dinyatakan bahwa gaya identitas (informatif, normatif, dan menunda-menghindar) sebagai proses, dimensi identitas (komitmen, eksplorasi mendalam, dan penajauan kembali komitmen) sebagai struktur, dan status identitas (*achievement, moratorium, foreclosure dan diffusion*) sebagai hasil, yang kesemuanya merupakan komponen pembentukan identitas.¹⁸⁸

Terdapat pula konsep *Positive Youth Development* (PYD) yang selama ini masih berkuat tentang perkembangan kesadaran diri anak muda, dan mengesampingkan wacana identitas remaja. Contohnya adalah model lima C pada PYD, yaitu *Confidence* (kepercayaan diri), *Competence* (kompetensi), *Character* (karakter), *Connection* (koneksi), dan *Caring* (peduli). Hubungan antara pembentukan identitas, pertumbuhan remaja, dan program *Positive Youth Development* (PYD) dapat diterapkan demi memperluas wacana pengembangan pemuda melalui penekanan baru pada perkembangan pembentukan identitas dengan menjelajahi berbagai aspek identitas, seperti sosial, agama, seksual, moral, budaya, dan etnis. Hal ini diperlukan guna membantu anak-anak muda dalam mendefinisikan siapa dirinya sebagai sebuah entitas.

¹⁸⁷Bart Duriez et al., "A Process-Content Approach to Adolescent Identity Formation: Examining Longitudinal Associations Between Identity Styles and Goal Pursuits," *Journal of Personality* 80, no. 1 (2012): 158.

¹⁸⁸Muttaqin and Ekowarni, "Pembentukan Identitas Remaja Di Yogyakarta," 234.

Terdapat tiga aspek pembentukan identitas yang secara khusus menegaskan urgensi program *Positive Youth Development* (PYD):

- 1) Mendukung eksplorasi remaja terhadap kemungkinan identitas. Berbagai cara eksplorasi berkontribusi pada pertumbuhan remaja, baik melalui dukungan penemuan *passion* anak-anak muda, atau memberikan banyak peluang bagi remaja untuk mencoba peran, serta untuk belajar melalui *trial and error* tentang hal-hal yang mereka unggul pada bidang tertentu. Kunci untuk eksplorasi adalah proses yang mendasari peningkatan agensi pribadi, kepercayaan diri, dan komitmen ke definisi diri seseorang.
- 2) Pengakuan bahwa pembentukan identitas pada dasarnya adalah perkembangan. Dengan demikian, program yang mendukung pengembangan identitas pada kaum muda disusun secara cermat karena perubahan perkembangan yang terjadi dari awal hingga akhir masa remaja. Program-program untuk remaja awal dapat menawarkan peluang untuk eksplorasi identitas tanpa harapan komitmen terhadap suatu identitas tertentu. Program-program untuk remaja menengah dan akhir fokus pada bantuan kepada kaum muda untuk menemukan atau menciptakan perasaan diri yang ekspresif. Hal ini bertujuan untuk mendorong ke arah peningkatan komitmen identitas yang mendukung transisi menuju kedewasaan.
- 3) Mendukung pembentukan identitas dengan cara yang konsisten dengan harapan masyarakat kontemporer, mengenali berbagai konteks dalam kehidupan anak muda dan pengaruh lingkungan terkini pada pembentukan identitas. Pada era sebelumnya, dunia remaja jauh lebih mudah diprediksi dan terstruktur. Dengan demikian, konsep tradisional pembentukan identitas memiliki kualitas yang lebih statis, sebagaimana tercermin dalam konsep tentang status akhir identitas. Tetapi dalam dunia postmodern

saat ini, identitas remaja sangat mencair di seluruh rentang kehidupan.¹⁸⁹

Karakteristik kelima dalam kajian hubungan agama dan internet bertalian dengan kewenangan wacana keagamaan, yaitu bahwa telah terjadi *shifting authority* (pergeseran otoritas) dengan kehadiran dunia daring di tengah-tengah kehidupan keagamaan manusia. Keragaman aktivitas religius secara *online*, mulai dari aktivitas ritual secara daring sampai penelusuran informasi keagamaan melalui berbagai situs mesin pencari, memunculkan potensi pergulatan antara sumber otoritas tradisional dan baru. Sifat otoritatif di dunia maya menjadi wacana tersendiri yang patut dikuak dan ditelusuri. Secara tradisional, para pemuka agama yang bertindak sebagai agen otoritatif religius dapat diketahui dengan mudah asal-usul dan latar belakangnya, tetapi tidak demikian dengan agen otoritatif religius daring. Webmaster, moderator, dan bahkan desainer dapat menjadi kelas baru dari pemimpin agama, terutama pada masa-masa awal kemunculan internet. Mereka bisa bertindak sebagai penerjemah narasi religius yang otoritatif secara *online* hanya karena keahlian dan keunggulan mereka di dunia internet. Karena itulah, otoritas *online* ini ditandai dengan ketegangan antara munculnya figur otoritas baru dan pemimpin *offline* tradisional.

Penerjemah agama *online* itu bisa berasal dari berbagai latar belakang profesional. Kaum profesional komputer yang terampil secara teknis dapat bertindak sebagai *new interpreter* religius. Kemampuan tentang hal-hal teknis daring memberikan mereka keleluasaan mengolah, mengedit sampai dengan menampilkan narasi religius kepada anggota komunitas daring. Sumber-sumber keagamaan yang selama ini terdokumentasikan secara tradisional dapat diubah secara digital untuk disajikan secara *online*. Wirausahawan digital juga memiliki potensi menjadi *new interpreter*

¹⁸⁹Mary Elizabeth Arnold, "Supporting Adolescent Exploration and Commitment: Identity Formation, Thriving, and Positive Youth Development," *Journal of Youth Development* 20, no. 4 (2017): 10–12.

religius. Terlepas dari motivasi dan agenda yang ada di belakangnya dan yang mereka bawa, tetapi kelas sosial ini bisa memainkan peranan penting dalam mengolah narasi religius secara daring. Beberapa kelas penerjemah agama *online* ini semakin menunjukkan bahwa internet mempunyai potensi dan kemampuan menciptakan sebuah posisi otoritatif religius di luar struktur tradisional yang selama ini telah ada.¹⁹⁰

Agen otoritatif religius baru yang muncul di dunia daring terkadang merupakan seorang *instant expert* (ahli instan) yang dengan kemampuan teknik dan retoriknya memungkinkan memiliki pengaruh dalam komunitas daring. Pengetahuan tentang hal-hal yang terkait dengan keagamaan bisa jadi tidak terstandar, tetapi tertutupi oleh pengolahan secara *online* yang berlangsung melalui proses editing secara digital. Polesan dan olahan secara digital itu mampu menampilkan narasi religius yang simpatik dan menarik perhatian, sehingga dapat mengkondisikan komunitas daring. Akibat lebih jauh dari fenomena ini adalah bahwa kepemimpinan di tingkat *online* turut memengaruhi posisi individu dalam komunitas religius *offline*. Bentuk pengakuan yang diberikan bisa jadi disejajarkan dengan agen otoritatif religius tradisional. Dengan demikian, peran yang dilakukan oleh seseorang secara *online* memiliki kemungkinan untuk mengubah persepsi tentang hirarki kekuasaan agama *offline* dengan cara memperkenalkan bentuk baru dari otoritatif religius. Internet juga memungkinkan grup *online* untuk melanggar struktur agama yang sudah mapan dengan membawa diskusi yang biasanya bersifat privat dan personal ke dalam forum publik. Hal ini memungkinkan anggota komunitas agama untuk terlibat dalam debat tentang keyakinan atau kebijakan religius dengan cara yang seringkali tidak mungkin dilakukan secara *offline*. Tindakan tersebut dapat merusak struktur otoritas. Wacana online dan modal sosial menjadi cara baru untuk

¹⁹⁰Jon W. Anderson, "The Internet and Islam's New Interpreters," in *New Media in The Muslim World: The Emerging Public Sphere*, ed. Dale F. Eickelman and Jon W. Anderson (Bloomington: Indiana University Press, 2003), 53.

membangun otoritas keagamaan dan menggunakan pengaruh publik dalam komunitas tertentu.

Secara umum, terdapat beberapa perubahan sosial utama yang menghasilkan bentuk tantangan terhadap otoritas religius tradisional:

- 1) Penyebaran pendidikan massa dan literasi, serta komunikasi massa melahirkan sistematisasi pemikiran religius melalui media pamflet agama, buku nasehat, dan panduan pribadi, sehingga religiusitas menjadi lebih refleksif. Paradoks dari sistematisasi ini seringkali mengarah pada pertanyaan implisit atau eksplisit tentang bentuk-bentuk pengetahuan tradisional yang dulunya merupakan pelestarian elit tradisional. Sistematisasi semacam ini sering terjadi di luar sumber otoritas tradisional, dan biasanya dilakukan oleh para intelektual nomaden dan diaspora.
- 2) Pertumbuhan literasi dan munculnya pasar massal global untuk teks agama telah memperluas akses ke teks cetak dan situs web keagamaan. Salah satu akibatnya adalah perluasan tafsir dan penafsir agama, dan persaingan di antara mereka tentang siapa yang memiliki otoritas untuk berbicara tentang agama. Penerjemah religius baru ini bukanlah produk dari institusi pendidikan tradisional, tetapi biasanya dari fakultas dalam lembaga pendidikan tinggi sekuler. Agen otoritas baru ini lebih cenderung berasal dari produk fakultas sekuler dibandingkan dengan sekolah agama.
- 3) Persaingan antar agen otoritatif religius ini melibatkan perubahan penggunaan bahasa. Bahasa asli yang dijadikan pegangan dan prinsip dalam sebuah agama tertentu masih menjadi otoritas ortodoks. Tetapi di sisi lain, massa agama cenderung memperlakukan agama dalam bahasa mereka sendiri. Sehingga penguasaan bahasa yang menjadi salah satu prasyarat utama agen otoritatif religius tradisional menjadi terabaikan.¹⁹¹

¹⁹¹Bryan S. Turner, "Religious Authority and the New Media," in *Theory, Culture & Society* (Sage, 2007), 132.

Meskipun internet menciptakan kerumitan bagi otoritas agama offline, tetapi dunia daring masih tetap memiliki potensi untuk memberikan peluang untuk mempertahankan atau membangun kembali kendali yang dipegang oleh otoritas tradisional. Otoritas agama *offline* dapat bersanding dengan rekan *online* mereka untuk mengatur dan mengawasi komunitas agama, serta menggunakan kuasa otoritatifnya dalam memperkuat struktur religius yang telah mapan. Beberapa hal bisa dilakukan, misalnya menetapkan kebijakan resmi atau alat penyaringan *online* untuk memantau penggunaan internet yang dapat diterima. Dengan melakukan hal ini maka pengontrolan perilaku daring dapat berlangsung. Maka hasilnya adalah bahwa internet dapat digunakan untuk memperkuat batas-batas komunitas, sehingga menciptakan lingkungan lain yang dikendalikan oleh lembaga keagamaan *offline* atau bentuk otoritas tradisional. Para pemimpin agama dapat menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh Internet secara efektif untuk memperkuat kontrol mereka atas keanggotaan. Bahkan mungkin upaya baru ini dapat mengubah sifat kontrol religius sehingga lebih mudah untuk diterima oleh partisipan komunitas agama daring. Dengan melakukan ini, otoritas keagamaan tradisional dapat lebih tersebar dan dengan demikian tidak rapuh.¹⁹²

Berdasarkan hal di atas, maka studi internet menjadi ruang penting untuk menyelidiki bagaimana sebuah otoritas religius dibangun, dipelihara, dan dikomunikasikan dalam masyarakat jejaring *online*. Kajian wacana ini juga patut dilaksanakan dan dilanjutkan untuk mempertimbangkan kembali perdebatan tentang sifat otoritatif religius dan siapa yang memegang suara yang absah untuk komunitas agama dalam dunia daring.

¹⁹²Eileen Barker, "Crossing The Boundary: New Challenges to Religious Authority and Control as A Consequence of Access to The Internet," in *Religion and Cyberspace*, ed. Morten T. Hojsgaard and Margit Warburg (USA: Routledge, 2005), 81.

Pembahasan tentang kelima karakteristik di atas semakin mencerminkan fungsi dan peranan yang vital dan fundamental yang mampu dimainkan oleh internet dalam kehidupan religiusitas secara umum. Sebagai bagian dari proses peradaban yang sedang berlangsung, agama-agama yang telah mapan sistem dan komunalitasnya secara tradisional tidak bisa menghindari keterlibatan dengan dunia *online*. Karena itulah berbagai bentuk, sifat dan ciri baru muncul ke permukaan. Dunia daring telah mendorong konvergensi bentuk-bentuk ritual atau praktik tradisional dan baru, mengenali konteks *online* dan *offline*, mendukung bentuk-bentuk komunitas yang berjejaring, dan memfasilitasi penampilan identitas agama yang berkontribusi pada pergeseran konsepsi otoritas religius. Semua karakteristik di atas merepresentasikan adanya transformasi, modifikasi, pelonggaran serta penyajian ulang tentang hal-hal yang berhubungan dengan narasi dan praktik religius tradisional. Gambaran religius itu menegaskan terbentuknya *networked religion* (agama berjejaring), yaitu bahwa agama dipoles, diolah, lalu dibingkai dan berfungsi dalam kaitannya dengan hubungan jaringan. Karena itulah, budaya digital menghadirkan wacana baru tentang ide-ide dasar seputar identitas, komunitas, otoritas, dan bahkan keaslian.

Secara lebih luas, istilah *networked religion* merujuk kepada bagaimana pengalaman, keyakinan, dan praktik keagamaan dihayati secara *online* melalui hubungan dan interaksi sosial yang dinamis. Citra yang ditampilkan dalam jaringan dapat mempresentasikan interaksi dan negosiasi kompleks yang terjadi antara individu dan komunitas, sumber otoritas baru dan lama, dan identitas publik dan pribadi dalam masyarakat berjejaring. Konsep *networked religion* ini menyoroti pergeseran budaya dan sosial yang terjadi, baik secara *online* maupun *offline*. Dengan demikian, penggunaan dan pilihan teknologi *online* tidak dapat dengan mudah dilepaskan dari konteks *offline*. Karena itulah tetap perlu melihat bagaimana praktik tradisional secara luring memandu keyakinan dan perilaku religius secara daring. Konsep *networked religion* adalah turunan langsung dari pembahasan lima

karakteristik hubungan agama dan internet sebagaimana telah dijelaskan dalam keseluruhan sub-bab ini. *Networked religion* menghadirkan praktik dan kultur religius secara *online* dengan pendekatan jaringan, yaitu hubungan, identitas, dan realitas dibentuk melalui afiliasi yang longgar yang ditetapkan oleh preferensi pengguna individu dan koneksi melampaui hubungan yang terikat erat secara tradisional yang dibentuk melalui hierarki. Uraianya adalah sebagai berikut:

Networked community (komunitas berjejaring) menyatakan bahwa komunitas berfungsi sebagai jejaring sosial yang longgar dengan berbagai tingkat afiliasi dan komitmen keagamaan. Hal ini mengubah sifat dari keanggotaan dalam komunitas yang tetap dan terikat secara geografis, guna memahami fakta bahwa orang-orang saat ini hidup secara bersamaan di berbagai jaringan sosial, kedalaman yang bervariasi, berubah-ubah, dan sangat dipersonalisasi;

Storied identity (identitas bertingkat) menyatakan bahwa pemahaman tentang diri religius tidaklah tetap, tetapi dibentuk secara variatif dengan cara penyatuan kepada hubungan ke narasi yang dipilih. Dalam dunia daring, individu dapat mengumpulkan dan menampilkan identitas mereka secara *online* dengan cara baru melalui sumber daya digital yang juga digunakan untuk menghubungkan identitas ini dengan kelompok atau pengalaman yang sama untuk memperkuat makna. Hal ini mencerminkan persepsi yang berubah tentang sifat dan jati diri dalam masyarakat yang lebih luas;

Shifting authority (pergeseran otoritas) menyatakan bahwa ada pergeseran yang terjadi dalam struktur kekuasaan agama tradisional melalui institusi penerjemah religius baru serta peran dan struktur otoritas *online*. Hal ini berarti otoritas dalam struktur jaringan menciptakan tantangan antara otoritas baru dan lama, karena pemimpin *offline* berusaha memperkuat posisi dan kontrol mereka dalam menghadapi sumber-sumber baru yang diberdayakan, mengangkat masalah legitimasi, keaslian, dan status dalam ranah sosial;

Convergent practice (praktik konvergen) menguraikan pencampuran ritual keagamaan dan informasi dari berbagai sumber dengan cara membangun bentuk keterlibatan spiritual *online* yang diarahkan secara sendiri dan personal. Interaksi berjejaring menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru untuk bentuk praktik dan mode pengetahuan tradisional-inovatif yang sangat individual;

Multisite reality (realitas multisitus) menunjukkan bahwa dunia *online* secara sadar dan tidak sadar tercetak dan ditegaskan oleh nilai *offline* pengguna. Pola kehadiran diri secara *online* dipengaruhi oleh pola hidup *offline*. Sehingga ada interkoneksi yang kuat dan potensi pergerakan antara konteks, ekspektasi, dan perilaku *online* dan *offline*. Tumpang tindih ini memandu interaksi jaringan individu.¹⁹³

Uraian di atas menegaskan kembali bahwa peradaban religius tradisional menghadapi tantangannya yang serius dengan kehadiran dunia daring dengan kekuatan digitalisasinya yang mengesankan. Dengan demikian, dalam kaitannya dengan kehadiran internet dalam kehidupan manusia kontemporer, kajian tentang agama dan internet merupakan satu titik wacana saja diantara wacana-wacana lain yang dapat dibahas tentang bagaimana narasi, praktik sosial, dan struktur tradisional telah mengalami perkembangan dan beradaptasi dengan masyarakat jejaring. Identifikasi efek internet secara lebih luas pada kehidupan sehari-hari juga secara lebih tepat dapat dikenali dan diketahui.

¹⁹³Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society," *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 83.



PENUTUP

Religiusitas daring menjadi fenomena keagamaan terkini yang disebabkan oleh masifnya internalisasi internet dalam peradaban manusia modern. Formulasinya yang khas mampu mentransformasikan keberagaman tradisional yang telah mapan sehingga mewujud menjadi sesuatu yang unik dan beda. Tingkatan dampaknya pun menyasar hampir semua level, mulai dari individual, komunal dan institusional. Semua uraian yang telah terelaborasi dalam buku ini menggambarkan tiga pembahasan utama terkait dengan pertautan agama dan teknologi digital:

1. Individu Digital

Individu-individu digital tidak pernah mengenal dunia tanpa internet. Mereka menjalani hidup melalui *screen* (layar). Tidak hanya satu layar, tetapi bahkan bisa mencapai beberapa layar. Akses untuk menelusuri dunia itu bisa melalui *smartphones*, *tablets* atau *laptops*, dengan sebagian besar jenis layanan berupa *streaming*. Jenis layanan ini dapat terakses 24 jam sehari, sehingga hampir semua agenda dan acara tersedia. Karena itulah, *platform streaming* menjadi paling populer. Perkembangan teknologi web yang dirancang sebagai sebuah konsep sosial dengan menekankan sisi interaktif, menyebabkan akun para pengguna layanan *online* mengalami multiplisitas yang luar biasa. Para individu digital dipastikan tidak hanya memiliki satu akun saja pada *platform* media sosial, tetapi bisa mempunyai beberapa akun untuk satu orang. Setiap akun memiliki tujuan tertentu yang mencerminkan beragam cara mereka menggunakan media sosial. Dengan kepedulian yang tinggi terhadap privasi *online*, mereka memiliki kemampuan untuk melakukan banyak tugas (*multitasking*) di seluruh perangkat tersebut. Dengan perangkat dan sarana seperti itu, maka komunikasi digital dapat dilakukan dalam waktu

singkat. Di sisi lain, komunikasi digital bisa juga dengan pola transfer bolak-balik antara dua orang atau lebih dalam rentang waktu beberapa jam atau hari. Kemudahan dalam berkomunikasi non-fisikal yang disebabkan oleh hadirnya teknologi digital, berdampak pula pada pola dan jenis ekspresi diri. Karena itulah kontak fisik mengalami penurunan. Ekspresi diri yang dilakukan oleh individu-individu digital, baik dalam bidang olah raga, hobby, dll. kebanyakan dilakukan melalui *screen*.

Individu-individu digital adalah bagian dari komunitas besar yang berjalan secara *online*. Jenis komunitas ini dibangun dari komunikasi berdasarkan pilihan pribadi dan antar individu. Maka individu menjadi poin penting dan krusial dalam konsep komunitas di era digital. Karakteristik penting lain dari jaringan *online* adalah fleksibel. Hal ini berarti orang-orang yang terlibat dalam komunitas *online* tidak berbagi ruang geografis yang sama. Media digital menawarkan peluang untuk membentuk hubungan dengan orang yang luas dan beragam tanpa terikat oleh ruang geografis. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa komunitas daring adalah sekelompok orang yang berkumpul untuk suatu tujuan, secara daring, dan yang diatur oleh norma dan kebijakan serta didukung oleh perangkat lunak.

2. Personalisasi Algoritmik Media Daring

Penyuntingan web algoritmik dikenal dengan sebutan *filter bubble* (gelembung saring). *Filter bubble* adalah semesta informasi unik pribadi yang diakses oleh seseorang di internet. Apa yang ada di gelembung saring seseorang tergantung kepada identitas dirinya. Identitas tersebut tergantung kepada sesuatu yang ia lakukan secara *online*. Karena sifat dari penyuntingan yang algoritmik, maka seseorang tidak mempunyai kendali, kontrol dan sensor, serta tidak bisa memutuskan informasi apa yang tersaring dan masuk pada dirinya untuk ia konsumsi, sehingga seseorang tidak bisa melihat apa yang diedit. Dalam keadaan yang demikian, maka identitas seseorang sesungguhnya membentuk media, lalu

media tersebut pada gilirannya membentuk apa yang ia yakini dan yang ia pedulikan. Ketika seseorang mengklik tautan, yang menandakan bahwa dirinya berminat terhadap sesuatu, maka hal tersebut berarti ia akan melihat artikel atau hal-hal lainnya yang berkaitan dengan topik dan tema yang serupa di masa mendatang. Keadaan ini menjadikan topik dan tema tersebut sebagai sesuatu yang primadona bagi dirinya sendiri. Seseorang pun akhirnya dapat terperangkap di dalam lingkarannya sendiri dan dapat terperjara di dalamnya.

Terdapat dua jenis personalisasi, yaitu personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) dan personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*). Personalisasi yang dipilih sendiri (*self-selected personalization*) mengindikasikan suatu situasi yang terjadi pada seseorang yang dengan sengaja memilih untuk mendapatkan dan menemukan informasi, pendapat, gagasan dan ide yang serupa dengan dirinya secara eksklusif. Sedangkan personalisasi yang dipilih sebelumnya (*pre-selected personalization*) terkait dengan personalisasi yang dikreasikan dan didorong oleh situs web, pengiklan, firma *platform* atau agen lain. Terdapat resiko yang harus ditanggung ketika terlalu banyak terjadi personalisasi informasi. Pada personalisasi yang dipilih sendiri, orang-orang mengunci diri mereka dalam sebuah ruang yang diistilahkan dengan *information cocoons* (kepompong informasi), yaitu semesta komunikasi dimana seseorang hanya mendengar apa yang ia pilih dan hanya apa yang menghibur dan menyenangkannya saja. Dalam keadaan yang demikian, pendapat seseorang mungkin dikemudikan oleh media yang dipersonalisasi, sementara ia tidak sadar akan terpengaruh. Penyortiran sosial dan praktik diskriminatif juga dapat terjadi akibat komunikasi yang dipersonalisasi ini. Penyortiran sosial adalah pengklasifikasian orang dan populasi berdasar berbagai kriteria. Pengklasifikasian itu dimungkinkan untuk dilakukan berdasarkan pemerolehan data-data pribadi dan kelompok. Dalam keadaan yang demikian,

pemilihan sosial dapat mengikis toleransi dan saling ketergantungan antar berbagai kelompok yang memungkinkan masyarakat untuk bekerja.

3. Beragama dalam Kultur Daring

Sintesis tekno-religius pada era terkini menyiratkan bahwa agama sedang mengalami transformasi dan perubahan bentuk, sifat dan pengaruhnya bagi manusia. Kemunculan jenis media mutakhir mampu membentuk praktik dan ekspresi keagamaan baru, ketika agama dimediasi oleh teknologi digital. Dari wadah semacam inilah muncul jenis ekspresi religiusitas baru yang disebut dengan *digital religion* (agama digital). Studi agama digital menyoroti peran agama yang dihayati dan dipahami dalam berbagai konteks yang dimediasi secara digital. Hal ini memberikan gambaran umum tentang bagaimana berbagai aktor dan kelompok agama telah menegosiasikan hubungan mereka, kegiatan spiritual, dan penggunaan teknologi dalam area bersilangan *online*, *offline*, dan *online – offline* dalam kehidupan mereka.

Keadaan yang demikian semakin mencerminkan fungsi dan peranan yang vital dan fundamental yang mampu dimainkan oleh internet dalam kehidupan religiusitas secara umum. Sebagai bagian dari proses peradaban yang sedang berlangsung, agama-agama yang telah mapan sistem dan komunalitasnya secara tradisional tidak bisa menghindari keterlibatan dengan dunia *online*. Karena itulah berbagai bentuk, sifat dan ciri baru muncul ke permukaan. Dunia daring telah mendorong konvergensi bentuk-bentuk ritual atau praktik tradisional dan baru, mengenali konteks *online* dan *offline*, mendukung bentuk-bentuk komunitas yang berjejaring, dan memfasilitasi penampilan identitas agama yang berkontribusi pada pergeseran konsepsi otoritas religius. Semua karakteristik tersebut merepresentasikan adanya transformasi, modifikasi, pelonggaran serta penyajian ulang tentang hal-hal yang berhubungan dengan narasi dan praktik religius tradisional. Gambaran religius itu menegaskan bahwa

agama dipoles, diolah, lalu dibingkai dalam kaitannya dengan teknologi mutakhir. Karena itulah, budaya digital menghadirkan wacana baru tentang ide-ide dasar seputar identitas, komunitas, otoritas, dan bahkan otentisitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmaliah, Wahyudi. "Ria Ricis and New Platform of Islamic Popular Culture." *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies* 4, no. 3 (2019): 377–398.
- Alfons, Matius. "Survei: Gen Z Paling Sering Nonton Film Indonesia Di Bioskop," January 16, 2020. <https://news.detik.com/berita/d-4862189/survei-gen-z-paling-sering-nonton-film-indonesia-di-bioskop/1>.
- Amanah, Sidiq. "Kolaborasi Pramuka Dan Pendidikan Seni Dalam Mewujudkan Generasi Penerus Yang Berkarakter." In *Transformasi Pendidikan Abad 21 Dan Gerakan Pramuka Sebagai Wadah Pembentukan Karakter Generasi Emas 2045*, 26–31. Malang: UKM Gerakan Pramuka Universitas Negeri Malang, 2018.
- Anderson, Jon W. "The Internet and Islam's New Interpreters." In *New Media in The Muslim World: The Emerging Public Sphere*, edited by Dale F. Eickelman and Jon W. Anderson. Bloomington: Indiana University Press, 2003.
- Anderson, Monica. *For Teens, Phone Calls Are Reserved for Closer Relationships*, August 17, 2015. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/17/for-teens-phone-calls-are-reserved-for-closer-relationships/>.
- Arnet, Stephen. "Religious Socialization and Identity Formation of Adolescents in High Tension Religions." *Review of Religious Research* 50, no. 3 (2009): 277–297.
- Armfield, Greg G., and R. Lance Holbert. "The Relationship Between Religiosity and Internet Use." *Journal of Media and Religion* 2, no. 3 (2003): 129–144.
- Arnold, Mary Elizabeth. "Supporting Adolescent Exploration and Commitment: Identity Formation, Thriving, and Positive Youth Development." *Journal of Youth Development* 20, no. 4 (2017): 1–15.
- Bagadiya, Jimit. "309 Social Media Statistics You Must Know In 2020," 2020. <https://www.socialpilot.co/blog/social-media-statistics>.
- Bailey, April H., and Marianne LaFrance. "Anonymously Male: Social Media Avatar Icons Are Implicitly Male and Resistant to

- Change.” *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 10, no. 4 (2016).
- Bakardjieva, Maria. *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. California: SAGE Publications, 2005.
- Barker, Eileen. “Crossing The Boundary: New Challenges to Religious Authority and Control as A Consequence of Access to The Internet.” In *Religion and Cyberspace*, edited by Morten T. Højsgaard and Margit Warburg. USA: Routledge, 2005.
- Bazilian, Emma. *Infographic: 50% of Gen Z ‘Can’t Live Without YouTube’ and Other Stats That Will Make You Feel Old*, May 21, 2017. <http://www.adweek.com/digital/infographic-50-of-gen-z-cant-live-without-youtube-and-other-stats-that-will-make-you-feel-old/>.
- Beretch, Thomas. “How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are.” *SSRN Electronic Journal* (2013). <https://ssrn.com/abstract=2878750>.
- Bertram-Troost, Gardien D., Simone de Roos, and Siebren Miedema. “Religious Identity Developments of Adolescents in Religious Affiliated Schools: A Theoretical Foundation for Empirical Research.” *Journal of Beliefs & Values* 27, no. 3 (2006): 303–314.
- . “The Relationship between Religious Education and Religious Commitments and Explorations Af Adolescents: On Religious Identity Development in Dutch Christian Secondary Schools.” *Journal of Beliefs & Values* 30, no. 1 (2009): 17–27.
- Biber, David D., Daniel R. Czech, Brandonn S. Harris, and Bridget F. Melton. “Attraction to Physical Activity of Generation Z: A Mixed Methodological Approach.” *Open Journal of Preventive Medicine* 3, no. 3 (2013): 310–319.
- Blanchard, Anita L., and M. Lynne Markus. “The Experienced ‘Sense’ of a Virtual Community: Characteristics and Processes.” *ACM SIGMIS Database* 35, no. 1 (2004): 65–79.
- Bond, Robert M., Christopher J. Fariss, Jason J. Jones, Adam D. I. Kramer, Cameron Marlow, Jaime E. Settle, and James H. Fowler. “A 61-Million-Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization.” *Nature* 13, no. 489(7415) (2012): 1–9.

- Borgesius, Frederik J. Zuiderveen, Damian Trilling, Judith Möller, Balázs Bodó, Claes H. de Vreese, and Natali Helberger. "Should We Worry about Filter Bubbles?" *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation* 5, no. 1 (2016): 1–16.
- Campbell, Heidi. "Challenges Created by Online Religious Networks." *Journal of Media and Religion* 3, no. 2 (2004): 81–99.
- . *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge, 2013.
- . "Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 1043–1062.
- Campbell, Heidi A. "Religious Authority and the Blogosphere." *Journal of Computer-Mediated Communication* 15 (2010): 251–276.
- . "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society." *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 64–93.
- Campbell, Heidi A., and Giulia Evolvi. "Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies." *Hum Behav & Emerg Tech* 2 (2020): 5–17.
- Campbell, Heidi, and Forrest Rule. *The Practice of Digital Religion*. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016.
- Cave, David, and Rebecca Sachs Norris. *Religion and the Body: Modern Science and the Construction of Religious Meaning*. Leiden: Brill, 2012.
- Cheung, Jane, Simon Glass, David McCarty, and Christopher K. Wong. *Uniquely Generation Z: What Brands Should Know about Today's Youngest Consumers*. IBM, 2017.
<https://www.ibm.com/downloads/cas/9PPL5YOX>.
- Cloete, Anita L. "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection." *HTS Teologiese Studies/ Theological Studies* 71, no. 2 (2015): 1–7.
- . "Mediated Religion: Implications for Religious Authority." *Verbum et Ecclesia* 37, no. 1 (2016).
- Cohen-Malayev, Maya, Elli P. Schachter, and Yisrael Rich. "Teachers and the Religious Socialization of Adolescents: Facilitation of Meaningful Religious Identity Formation Processes." *Journal of Adolescence* 37 (2014): 205–214.

- Common Sense Media. *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*, 2015.
https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf.
- Crum, Maddie. "Sorry, Ebooks. These 9 Studies Show Why Print Is Better," February 27, 2015.
https://www.huffpost.com/entry/print-ebooks-studies_n_6762674.
- Deans, Jason. "Google Chief Warns on Social Networking Dangers," August 18, 2010.
<https://www.theguardian.com/media/2010/aug/18/google-facebook>.
- Devoe, Noelle, and Tamara Fuentes. "A Complete List of Every Disney Live-Action Remake We Know About So Far," May 14, 2019. <https://www.seventeen.com/celebrity/movies-tv/g2936/list-of-disney-live-action-remakes/>.
- Dietzen, Ryan. *Adobe Consumer Email Survey Report 2017*. ADVANIS, 2017. <https://www.slideshare.net/adobe/adobe-consumer-email-survey-report-2017>.
- Donath, Judith S. "Identity and Deception in The Virtual Community." In *Communities in Cyberspace*, edited by Marc A. Smith and Peter Kollock. London: Routledge, 1999.
- D'Onfro, Jillian. *A Bunch of Teens Told Us They Have 'Never' Called Their Friends on the Phone*. Singapore: Business Insider, August 12, 2015. <https://www.businessinsider.sg/teens-say-they-never-talk-on-the-phone-2015-12/?r=US&IR=T>.
- Dover, Yaniv, and Guy Kelman. "Emergence of Online Communities: Empirical Evidence and Theory." *Plos One* 13, no. 11 (2018).
- Duriez, Bart, Koen Luyckx, Bart Soenens, and Michael Berzonsky. "A Process-Content Approach to Adolescent Identity Formation: Examining Longitudinal Associations Between Identity Styles and Goal Pursuits." *Journal of Personality* 80, no. 1 (2012): 135–161.
- Durkheim, Emile. *The Rules of Sociological Method*. New York: The Free Press, 1982.

- El-Menouar, Yasemin. "The Five Dimensions of Muslim Religiosity. Results of an Empirical Study." *methods, data, analyses* 8, no. 1 (2014): 53–78.
- eMarketer. "Virtual Reality Interest Highest Among Gen Z," March 12, 2015. <https://www.emarketer.com/Article/Virtual-Reality-Interest-Highest-Among-Gen-Z/1013295>.
- Entertainment Software Association. "2019 Essential Facts About the Computer and Video Game Industry," 2019. <https://www.theesa.com/esa-research/2019-essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry/>.
- Evershed, Megan. "Konsep Perbedaan Genre Musik Perlahan Mati, Generasi Z Pembunuhnya," April 22, 2019. https://www.vice.com/id_id/article/597z88/konsep-perbedaan-genre-musik-perlahan-mati-generasi-z-pembunuhnya.
- Fahmi, Muhammad Nizar, Diyah Indiyati, and Agus Purbathin Hadi. "Strategi Komunikasi Jawa Pos Untuk Meningkatkan Minat Baca Anak Muda Melalui Rubrik Zetizen." *Journal of Media and Communication Science* 2, no. 1 (2019): 41–58.
- Fakhruroji, Moch. "Mediatization of Religion in 'Texting Culture': Self-Help Religion and the Shifting of Religious Authority." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 5, no. 2 (2015): 231–254.
- Fitra S, Haidir, and Tri Imam F. "Implementasi Zetizen Bagi Daya Tarik Literasi Media Generasi Z." *Jurnalisa* 4, no. 1. 31-45 (2018).
- Flaxman, Seth, Sharad Goel, and Justin M. Rao. "Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption." *Public Opinion Quarterly* 80, no. Special Issue (2016): 298–320.
- Florea, Ioana. "Narrative Online and Offline Spaces. Field Notes From the Becoming of An Anthropologist." *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 1, no. 2 (2010): 111–127.
- Fluent. *Facing the Music: The Takeover of Streaming Services*, August 31, 2017. <https://www.fluentco.com/resources/facing-the-music-the-takeover-of-streaming-services/>.
- George, Susan Ella. *Religion and Technology in the 21st Century: Faith in the E-World*. USA: Idea Group, 2006.

- Gil, Paul. "What Is a Meme? The More You Know about Memes, the Cooler You Are," n.d. <https://www.lifewire.com/what-is-a-meme-2483702>.
- Google. *It's Lit: A Guide to What Teens Think Is Cool*, October 24, 2016. <https://storage.googleapis.com/think/docs/its-lit.pdf>.
- Grannan, Cydney. "What's the Difference Between Emoji and Emoticons?," n.d. <https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-emoji-and-emoticons>.
- Grieve, Gregory Price. "Religion." In *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, edited by Heidi Campbell, 104–118. London: Routledge, 2013.
- Guttman, A. "Gaming Video Content Market - Statistics & Facts," September 5, 2018. <https://www.statista.com/topics/3147/gaming-video-content-market/>.
- Hardiman, F. Budi. *Seni Memahami – Hermeneutik Dari Schleiermacher Sampai Derrida*. Yogyakarta: Kanisius, 2015.
- Hassan, Riaz. "On Being Religious: A Study of Christian and Muslim Piety in Australia." *Australian Religion Studies Review* 15, no. 1 (2002): 87–114.
- . *On Being Religious: Patterns of Religious Commitment in Muslim Societies*. Singapore: Institute of Defence and Strategic Studies, 2005.
- Helberger, Natali. "Diversity by Design." *Journal of Information Policy* 1 (2011): 441–469.
- Helland, Christopher. "Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 956–976.
- . "Popular Religion and the World Wide Web: A Match Made in (Cyber) Heaven." In *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, edited by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, 23–35. New York: Routledge, 2004.
- Hidayah, Arina Rohmatul. "Persecution Act as Filter Bubble Effect: Digital Society and The Shift of Public Sphere." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 22, no. 2 (2018): 112–126.
- Hilton, Robin. "The Sound of a Generation," June 6, 2008. https://www.npr.org/sections/allsongs/2008/06/the_sound_of_a_generation.html.

- History.Com Editors. "Video Game History," October 6, 2019.
<https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>.
- Horsfield, Peter. "The Media and Religious Authority from Ancient to Modern." In *The Media and Religious Authority*, edited by Stewart Hoover, 37–66. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2016.
- Hulu. *How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV*, 2017.
https://cdn2.hubspot.net/hubfs/1784809/Gen%20Z/TremorVideo_Hulu_GenZ_WhitePaper.pdf?t=1498768502219.
- Hunt, Elle. "I Sent a Compromising Message to the Wrong Person. How Will I Ever Recover?," April 28, 2017.
<https://www.theguardian.com/culture/2017/apr/28/i-sent-a-compromising-message-to-the-wrong-person-how-will-i-ever-recover>.
- Hyatt, Edward. "What Is a GIF, Who Invented the Image Format, How Is It Pronounced and What's an Animated Meme?," June 15, 2017.
<https://www.thesun.co.uk/tech/3800248/what-is-gif-how-pronounced-animated-memes/>.
- Internet Live Stats. *Total Number of Websites*, n.d.
<https://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>.
- Isazadeh, Ayaz. "Information Society: Concepts and Definitions." *WSEAS Transactions on Systems* (2004).
- Jacobs, Stephen. "Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (2007): 1103–1121.
- Juliswara, Vibriza. "Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 4, no. 2 (2017): 142–164.
- Katz, James E., and Ronald E. Rice. *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction*. Cambridge: The MIT Press, 2002.
- Kavanaugh, Andrea L., and Scott J. Patterson. "The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and

- Community Involvement in Blacksburg.” In *The Internet in Everyday Life*, edited by Barry Wellman and Caroline Haythornthwaite. USA: Blackwell Publishers, 2002.
- Khan, Muhammad Zubair, Ijaz Shafi Gilani, and Allah Nawaz. “The Problems and Prospects of New Public Sphere for Global Civil Society.” *Global Journal of Computer Science and Technology* 11, no. 12 (2011): 13–21.
- Kim, Mun-Cho. “Online Buddhist Community: An Alternative Religious Organization In The Information Age.” In *Religion and Cyberspace*, edited by Morten T. Højsgaard and Margit Warburg. USA: Routledge, 2005.
- Klemencic, Manja. “From Student Engagement to Student Agency: Conceptual Considerations of European Policies on Student-Centered Learning in Higher Education.” *Higher Education Policy* 30 (2017): 69–85.
- Kollock, Peter, and Marc Smith. “Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities.” In *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives*, 109–128. Amsterdam: John Benjamins, 1996.
- Kowerta, Rachel, Emese Domahidia, Ruth Festlb, and Thorsten Quandt. “Social Gaming, Lonely Life? The Impact of Digital Game Play on Adolescents’ Social Circles.” *Computers in Human Behavior* 36 (2014): 385–390.
- Kramera, Adam D. I., Jamie E. Guillory, and Jeffrey T. Hancock. “Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion through Social Networks.” *PNAS: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111, no. 24 (2014): 8788–8790.
- Kraut, Robert, Michael Patterson, Vicki Lundmark, Sara Kiesler, Tridas Mukopadhyay, and William Scherlis. “Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being□?” *American Psychologist* 53, no. 9 (1998): 1017–1031.
- Kroger, Jane, and James E. Marcia. “The Identity Statuses Origins, Meanings, and Interpretations.” In *Handbook of Identity Theory and Research*, edited by Seth J. Schwartz, Koen Luyckx, and L.

- Vignoles Vivian, Structures and Processes:31–53. Personal and Developmental Perspectives. New York: Springer, 2011.
- Krueger, Oliver. “The Internet as Distributor and Mirror of Religious and Ritual Knowledge.” *Asian Journal of Social Science* 32, no. 2 (2004): 183–197.
- Kuss, Daria J., and Mark D. Griffiths. “Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature.” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 8 (2011): 3528–3552.
- Lenhart, Amanda. *Chapter 4: Social Media and Friendships*, June 8, 2015. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/chapter-4-social-media-and-friendships/>.
- . *Teens, Technology and Friendships*, June 8, 2015. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>.
- Liang, Fan, Wei Yu, Dou An, Qingyu Yang, Xinwen Fu, and Wei Zhao. “A Survey on Big Data Market: Pricing, Trading and Protection.” *IEEE Access* (2018).
- Lim, Francis Pol. “An Analysis of Synchronous and Asynchronous Communication Tools in E-Learning.” *Advanced Science and Technology Letters* 143 (2017).
- Lorenz, Taylor. “Niche Memes’ Are the Secret Clip Art Diaries Teens Are Posting on Instagram,” May 12, 2017. <https://www.thedailybeast.com/niche-memes-are-the-secret-clip-art-diaries-teens-are-posting-on-instagram>.
- . “The Secret Instagram Accounts Teens Use to Share Their Realest, Most Intimate Moments,” March 5, 2017. <https://www.mic.com/articles/175936/the-secret-instagram-accounts-teens-use-to-share-their-realest-most-intimate-moments>.
- Lövheim, Mia. “Intersecting Identities: Young People, Religion and Interaction on the Internet.” Uppsala University, 2004.
- . “Young People, Religious Identity, and the Internet.” In *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, edited by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, 59–73. New York: Routledge, 2004.
- Lu, Kristine, and Katerina Eva Matsa. *More Than Half of Smartphone Users Get News Alerts, but Few Get Them Often*, August 9, 2016.

- <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/08/more-than-half-of-smartphone-users-get-news-alerts-but-few-get-them-often/>.
- Luyckx, Koen, Luc Goossens, Bart Soenens, and Wim Beyers. "Unpacking Commitment and Exploration: Preliminary Validation of an Integrative Model of Late Adolescent Identity Formation." *Journal of Adolescence* 29 (2006): 361–378.
- Madden, Mary, Amanda Lenhart, Sandra Cortesi, Urs Gasser, Maeve Duggan, Aaron Smith, and Meredith Beaton. *Teens, Social Media, and Privacy*, May 21, 2013.
<https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.
- Maharg, Paul. "Disintermediation." *The Law Teacher* 50, no. 1 (2016): 114–131.
- Mcroberts, Omar M. "Beyond Mysterium Tremendum: Thoughts toward an Aesthetic Study of Religious Experience." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 595 (2004): 190–203.
- Miller, Vincent. *Understanding Digital Culture*. Sage Publication, 2011.
- Mocan, Rodica. "Digital Technology and The New Arts From The Philosophy of Technology Perspective." *EKPHRASIS: Aftermaths of Critical Theory* 1 (2018): 97–111.
- Mullins, Phil. "Sacred Text in the Sea of Texts: The Bible in North American Electronic Culture." In *Philosophical Perspectives On Computer-Mediated Communication*, 271–302. SUNY Series in Computer-mediated Communication. New York: State University of New York Press, 1996.
- Mustofa, Ayyub. "Selayang Pandang Tentang Ekosistem Esports Pokémon GO Di Indonesia," September 4, 2019.
<https://hybrid.co.id/post/selayang-pandang-ekosistem-esports-pokemon-go-indonesia>.
- Muttaqin, Darmawan, and Endang Ekowarni. "Pembentukan Identitas Remaja Di Yogyakarta." *Jurnal Psikologi* 43, no. 3 (2016): 231–247.
- Nasrudin, Endin. "Hubungan Antara Gaya Pengasuhan Orang Tua Tipe Enabling Dan Constraining Dengan Komitmen Dan Pembentukan Status Identitas Keberagamaan Remaja Akhir."

- Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi Pendidikan dan Perkembangan* 1, no. 1 (2008): 57–66.
- Netti, S. Yollis Michdon, and Irwansyah. “Spotify: Aplikasi Music Streaming Untuk Generasi Milenial.” *Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2018): 1–16.
- Nielsen. *Global Generational Lifestyles*, November 17, 2015. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2015/global-generational-lifestyles/#>.
- O’Leary, Stephen D., and Brenda E. Brasher. “The Unknown God of the Internet: Religious Communication from the Ancient Agora to the Virtual Forum.” In *Philosophical Perspectives On Computer-Mediated Communication*, 233–269. SUNY Series in Computer-mediated Communication. New York: State University of New York Press, 1996.
- O’Neil-Hart, Celie, and Howard Blumenstein. “Why YouTube Stars Are More Influential than Traditional Celebrities,” July 2016. <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/youtube-stars-influence/>.
- Pandora. *Engineering for Engagement: Generation Z Is the Earbud Generation*, December 1, 2018. https://www.pandoraforbrands.com/article/events_engineering-for-engagement-generation-z-is-the-earbud-generation.
- Pariser, Eli. “Beware Online ‘Filter Bubbles.’” TED conference, 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfX525s&t=39s>.
- . *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: The Penguin Press, 2011.
- Prasetyo, Dimas. “Waspada Sexting Pada Anak! Ini Kode Rahasia Seks Yang Mudah Diakses,” December 15, 2019. <https://www.popmama.com/big-kid/10-12-years-old/fx-dimas-prasetyo/waspada-sexting-kode-rahasia-seks-ini-bisa-mudah-diakses-anak-anak/full>.
- Pratama, Deska Yoga, Ilham Mohammad Iqbal, and Nadeim Attar Tarigan. “Makna Televisi Bagi Generasi Z.” *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 88–103.
- Priatna, Yolana. “Hoax: Sebuah Tantangan Masyarakat Informasi.” *Record and Library Journal* 4, no. 2 (2018): 92–98.

- Rabbani, Khairanisa, and Danang Trijayanto. "Ekonomi Politik Media Dalam New Media (Studi Deskriptif Praktik Spasialisasi Pada Channel Youtube Atta Halilintar)." *PROMEDIA: Public Relation dan Media Komunikasi* 5, no. 1 (2019): 189–215.
- Radcliffe, Damian. "The Media Habits Of Millennials, Generation Z, And The Rest Of Us: In Five Key Charts," November 27, 2017. www.huffingtonpost.co.uk/entry/the-media-habits-of-millennials-generation-z-and-the-rest-of-us-in-five-key-charts_uk_5a149436e4b0815d3ce65ac5.
- Radde-Antweiler, Kerstin. "Authenticity." In *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, edited by Heidi Campbell, 88–103. London: Routledge, 2013.
- Rai, Mridu Kiran. "How Rich Is Kim Kardashian and How Did She Make Millions by 'Just Being Famous?'," February 8, 2017. <https://www.ibtimes.co.uk/how-rich-kim-kardashian-how-did-she-make-millions-by-just-being-famous-1633207>.
- Rainie, Lee, and Barry Wellman. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge: The MIT Press, 2012.
- Resti, Aprida Mulya. "Hubungan Antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today Dan Interaktivitas Khalayak Dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today." *Interaksi Online: Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Diponegoro* 24, no. 4 (2018).
- Ritonga, Rajab, and Iswandi Syahputra. "Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet." *Media and Communication* 7, no. 3 (2019): 79–90.
- Robinson-Neal, Andréé. "Enhancing The Spiritual Relationship The Impact of Virtual Worship on The Real World Church Experience." *Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3, no. 1 (2008): 228–245.
- Saletan, William. "Bubble Think: How to Escape a Partisan Echo Chamber." Last modified May 3, 2010. <https://slate.com/news-and-politics/2010/05/how-to-escape-a-partisan-echo-chamber.html>.
- Sample, Ian. "What Are Deepfakes – and How Can You Spot Them?," January 13, 2020.

- <https://www.theguardian.com/technology/2020/jan/13/wh-are-deepfakes-and-how-can-you-spot-them>.
- Sánchez-Villar, Juan M^a. “The Use of Blogs as Social Media Tools of Political Communication: Citizen Journalism and Public Opinion 2.0.” *Communication & Society* 32, no. 1 (2019): 39–55.
- Schachter, Jonathan J, and Jonathan J. Ventura. “Identity Agents: Parents as Active and Reflective Participants in Their Children’s Identity Formation.” *Journal of Research on Adolescence* 18, no. 3 (2008): 449–476.
- Schroeder, Ralph, Noel Heather, and Raymond M. Lee. “The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 4, no. 2 (1998).
- Schwartz, Barry. *Google Now A Verb In The Oxford English Dictionary*, June 29, 2006.
<https://www.searchenginewatch.com/2006/06/29/google-now-a-verb-in-the-oxford-english-dictionary/>.
- Solahudin, Dindin, and Moch Fakhruroji. “Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority.” *Religions* 11, no. 19 (2020): 1–12.
- Steinmetz, Katy. “In Praise of Emoticons ☹️:),” September 19, 2014.
<https://time.com/3341244/emoticon-birthday/>.
- Stroud, Natalie Jomini. “Polarization and Partisan Selective Exposure. Journal of Communication.” *Journal of Communication Studies* 60, no. 3 (2010): 556–576.
- Sunstein, Cass R. *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge*. New York: Oxford University Press, 2006.
- Supri, Mohammad, Ahmadi Miru, Farida Patittingi, and Harustiati A. Muin. “Perlindungan Hak Cipta Berita Online Terhadap Agregator Berita.” *Amanna Gappa* 27, no. 1 (2019).
- Suzuki, Jaclyn. *Designing for the Identity-Fluid Gen Z*. Ziba Design, March 5, 2016.
<https://medium.com/@zibadesign/designing-for-the-identity-fluid-gen-z-b80209e188fa>.
- The Center for Generational Kinetics. *Is Gen Z’s Self-Worth Determined by Social Media?*, n.d. <https://genhq.com/igen-genz-social-media-trends-infographic/>.

- . *The State of Gen Z 2017: Meet the Throwback Generation*, 2017. <https://genhq.com/wp-content/uploads/2017/04/The-State-of-Gen-Z-2017-White-Paper-c-2017-The-Center-for-Generational-Kinetics.pdf>.
- The Center for Generational Kinetics, and Jason Dorsey. *IGen Tech Disruption*, 2016. <https://genhq.com/wp-content/uploads/2016/01/iGen-Gen-Z-Tech-Disruption-Research-White-Paper-c-2016-Center-for-Generational-Kinetics.pdf>.
- Triberti, Stefano, Ilaria Durosini, Aschieri, Daniela Villani, and Giuseppe Riva. “Changing Avatars, Changing Selves? The Influence of Social and Contextual Expectations on Digital Rendition of Identity.” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 20, no. 8 (2017).
- Turner, Bryan S. “Religious Authority and the New Media.” In *Theory, Culture & Society*, 117–134. Sage, 2007.
- Tzeng, Jang-Ruey, Shih-Chi Liu, and Wei-Kuo Lin. “A Study of A Web 2.0-Based Educative Platform.” *Systemics, Cybernetics and Informatics* 7, no. 4 (2009): 38–43.
- Valtysson, Bjarki. “Facebook as a Digital Public Sphere: Processes of Colonization and Emancipation.” *tripleC: Cognition, Communication Co-operation* 10, no. 1 (2012): 77–91.
- Varkey Foundation. *Generation Z: Global Citizenship Survey*, 2017. <https://www.varkeyfoundation.org/media/4487/global-young-people-report-single-pages-new.pdf>.
- Villum, Christian. *Networked Individualism: The Community Paradigm Change*. CCG-7 Project. Ethnicity, Migration & Citizenship. Aalborg University, 2006.
- Visser-Vogel, Elsbeth, Janneke Westerink, Jos de Kock, Marcel Barnard, and Cok Bakker. “Developing a Framework for Research on Religious Identity Development of Highly Committed Adolescents.” *Religious Education: The official journal of the Religious Education Association* 107, no. 2 (2012): 108–121.
- . “Sources for Religious Identity Development of Orthoprax Muslim Adolescents in the Netherlands.” *Journal of Muslims in Europe* 4 (2015): 90–112.
- Walgrove, Amanda. “Editor vs. Algorithm: Why the Future of Media Needs Both,” June 23, 2015.

<https://contently.com/2015/06/23/editor-vs-algorithm-why-the-future-of-media-needs-both/>.

- Young, Glenn. "Reading and Praying Online: The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity." In *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, edited by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, 93–106. New York: Routledge, 2004.
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- Zulkifli. "The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power." *MIQOT* XXXVII, no. 1 (2013): 180–197.

Wacana seputar pertautan antara agama dan teknologi telah jamak diperbincangkan dan didiskusikan. Tetapi kehadiran teknologi digital yang sarat dengan nilai-nilai paradigmatis tertentu merupakan tantangan tersendiri yang belum pernah dialami peradaban manusia. Di sisi yang lain, perilaku keberagamaan manusia berevolusi mengikuti perkembangan peradaban. Maka diskursus religiusitas daring menjadi keniscayaan untuk dibahas dan dielaborasi secara luas dan mendalam untuk mengetahui dan memahami dimensi, karakteristik dan makna spiritualitasnya. Buku ini berupaya menguak sekaligus menyingkap keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh individu-individu digital, mengelaborasi berbagai dimensi nilai paradigmatis teknologi mutakhir, serta dampaknya pada perilaku keberagamaan manusia, baik secara individual maupun komunal. Kehadiran internet yang menyajikan dunia virtual mampu mentransformasikan agama tradisional, sehingga artikulasinya menjadi lebih personal dan sangat individual. Keniscayaan religiusitas daring menyimpan berbagai tantangan, bahkan mungkin kesempatan. Diskusi lanjutan tentang tema ini tentu sangat diperlukan, mengingat kebaruan wacana yang dibahas dalam buku ini serta memperhatikan perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh perkembangan dan kemajuan teknologi digital dapat terjadi dalam kurun waktu yang sangat singkat.

Sanabil

Puri Bunga Amanah
Jl. Kerajinan 1 Blok C/13 Mataram
Telp. 0370- 7505946
Mobile: 081-805311362
Email: sanabilpublishing@gmail.com
www.sanabil.web.id

ISBN 978-623-7881-92-6

