

New media dan Transformasi keagamaan
(studi fenomena agama dalam prespektif pengaruh new media)
Oleh : Nanang Mizwar Hasyim

Latar belakang

Media baru secara sederhana adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Istilah New Media baru muncul pada akhir abad 20 an yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan Internet. Istilah media baru sudah diperkenalkan sejak tahun 1969 oleh Marshall McLuhan yang menjadi salah satu tokoh yang berperan dalam memperkenalkan istilah tersebut. Menurut McLuhan, New Media merupakan perkembangan teknologi komunikasi yang berperan dalam memperluas jangkauan komunikasi manusia, sehingga dapat disimpulkan bahwa istilah New Media tidak terpacu pada suatu teknologi yang spesifik.

Melihat data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 telah mencapai angka 143,26 juta jiwa, atau setara dengan 54,7% populasi Indonesia. Dari angka tersebut, 79% diantaranya merupakan pengguna aktif yang mengakses internet setiap hari. Rata-rata pemakaian internet per hari di Indonesia mencapai 8 jam 36 menit, dan 2 jam 52 menit diantaranya digunakan untuk mengakses konten. Online video merupakan konten yang paling banyak diakses dengan angka pengguna mencapai 98%, sedangkan streaming dan online gaming menempati urutan kedua dan ketiga dengan jumlah pengakses masing-masing 50% dan 46%.

Media baru atau internet membawa nilai baru dalam beragama bagi sebagian masyarakat. Sehingga dengan kehadiran media baru tersebut sebagian orang cenderung mengambil nilai agama melalui media. Berkembangnya media online yang menggunakan pendekatan Islam dengan penggunaan konten yang menggunakan ajaran Islam. Bahkan seseorang yang ingin mencari referensi Al-Qur'an dan Al-Hadits hanya perlu mengklik sebuah situs online, maka referensi yang dicari akan muncul. Media baru (internet) juga berfungsi sebagai Entitas untuk menyebarkan ajaran agama. Jika dahulu seseorang yang ingin menyebarkan agama harus menempuh dengan jalan kaki, maka sangat berbeda dengan saat ini.

Atas dasar beberapa uraian diatas, dalam tema Fenomena sosial dan keagamaan, saya mengambil judul “New media dan pergeseran transformasi pemahaman agama (studi fenomena agama dalam prespektif pengaruh new media)”. Pengambilan judul ini didasarkan kerangka analisis yang ingin mengungkapkan jawaban atas tiga pertanyaan yang menjadi ketertarikan saya tentang tema ini. Adapun ketiga pertanyaan tersebut adalah *pertama*, Bagaimana deskripsi relasi antara new media dengan agama. *Kedua*, bagaimana proses transformasi pemahaman agama yang muncul akibat relasi tersebut?. Dan yang *ketiga*, seperti apa gambaran rekomendasi yang bisa dipakai dalam menghadapi transformasi tersebut?

Pembahasan

Relasi New media dan agama

Media dalam perkembangannya merupakan entitas yang menghasilkan berbagai produk budaya. Sebagai contoh budaya yang dihasilkan oleh media adalah cara-cara berkomunikasi antar khalayak. Cara berkomunikasi ketika internet belum muncul pasti berbeda dengan cara berkomunikasi ketika internet sudah muncul. Bahkan,

ketika era mediasi bermunculan, budaya yang dihasilkan mengalami perubahan. Artinya, budaya yang ada dimasyarakat akan selalu dinamis seiring dengan perkembangan media. Ada hubungan timbal balik antara perkembangan media dengan budaya. Fungsi media sebagai agama muncul ketika ditemukannya mesin cetak pertama kali. Saat ini kitab suci semisal injil kemudian di bukukan melalui kertas. Sebelumnya media penulisan injil hanya melalui tulang, batu, kulit hewan, papyrus dan lain-lain. Media tersebut sejatinya dapat dikategorikan bahwa media sebagai agama.

Sejarah telah membuktikan bahwa agama diajarkan melalui berbagai media. Sejak era sebelum Masehi, media yang digunakan memang masih dalam kategori yang sederhana. Artinya, sepanjang sejarah media memiliki hubungan timbal balik dengan agama. Kondisi tersebut hampir sama dengan yang terjadi dengan agama Islam. Pada awalnya, Al-Qur'an diturunkan melalui perantara malaikat Jibril pada Muhammad SAW. Al-Qur'an dibacakan pada Muhammad kemudian harus dihafal. Setelah beberapa lama, kemudian Al-Qur'an dituliskan oleh beberapa sahabat. Penulisan Al-Qur'an juga masih menggunakan media yang sangat sederhana semisal tulang hewan, batu, kulit hewan, pelepah kurma dll. Meskipun, Al-Qur'an tetap dihafal oleh para hafidz (penghafal Al-Qur'an) untuk tetap menjaga keasliannya.

Media merupakan entitas yang dipergunakan untuk menyebarkan informasi. Sehingga informasi tentang praktik keagamaan merupakan ragam informasi bisa menjadi bagian informasi media. Namun, media bukan entitas yang berada dalam ruang bebas. Ketika informasi dibuat oleh media, disana ada faktor sosial yang mendukung. Informasi atau wacana yang diproduksi oleh media tidak selalu sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Informasi diproduksi kemudian disalurkan melalui perantara (wasilah). Sehingga, sering terjadi distorsi fakta ketika informasi dikonsumsi oleh khalayak. Media baru dengan media sosial dengan turunannya menghasilkan ragam informasi yang lebih kompleks.

Munculnya berbagai situs online yang menggunakan nama agama. Bahkan, media sosial juga banyak menghadirkan praktik serupa. Banyak konten-konten keagamaan yang muncul lewat media sosial. Kondisi ini dimanfaatkan oleh khalayak dalam mencari informasi keagamaan. Ketika internet belum muncul, khalayak mencari rujukan lewat pemuka agama (da'i) dan rujukan kitab suci. Hal ini sangat berbeda dengan praktik ketika internet sudah berkembang. Hal ini membuktikan bahwa khalayak lebih suka mencari informasi keagamaan melalui media sosial yang ada. Ada semacam hubungan (relasi) timbal balik antar media dan masyarakat agama. Artinya, media dalam beberapa kasus yang terjadi memang telah dijadikan agama oleh khalayak. Media menghasilkan teologi baru bagi sebagian khalayak (masyarakat). Kondisi tersebut akan terus berubah mengikuti perubahan media itu sendiri. Media menghasilkan produk budaya yang justru dipahami sebagai agama oleh khalayak.

Transformasi pemahaman agama akibat munculnya new media

Secara tradisional, Otoritas Keagamaan Tradisional (*traditional religious authority*) merujuk pada mereka yang belajar di pondok pesantren, universitas Islam terkemuka atau mengikuti majelis taklim secara ketat, dengan latar belakang seperti itu mereka memiliki kapasitas untuk menyampaikan pesan keagamaan dan diakui oleh jamaahnya. Mereka adalah para ulama', kiai, mursyid dan guru-guru agama. Dalam otoritas keagamaan tradisional pun mereka menggunakan media dalam pembelajaran ilmu agama, medianya pun konvensional seperti ngaji bandongan atau sorogan menggunakan kitab-kitab kuning dengan metode kontekstual substantif, bukan sekedar tekstual dari Qur'an dan hadits saja.

Namun kini otoritas keagamaan mengalami pergeseran (diseminasi), yaitu umat memperoleh otoritas baru yang tampak impersonal, berbasis utama pada jejaring informasi (internet). Setiap orang bisa secara mudah mengakses pengetahuan menurut selera dan kebutuhan masing-masing. Selain faktor memudarnya otoritas tradisional, faktor intervensi era disrupsi juga mempengaruhi, maka otoritas keagamaan bergeser pada otoritas keagamaan baru (*new religious authority*) melalui media impersonal, seperti website, blog, instagram, youtube dan sejenisnya. Jika kita mau mengingat sebentar, kemungkinan beberapa dari kita pernah mendapat broadcast baik dari whatsapp atau telegram yang berisi iklan flashdisk 16 sampai 32 GB yang berisi murottal al-qur'an dan yang menakjubkan adalah juga berisi kitab-kitab dari ulama salafi wahabi yang sudah dibuat mode ebook.

Saat ini setiap orang bisa belajar melalui media-media tersebut, dan New Media yang paling populer dan diminati untuk belajar ialah, youtube dan instagram, sarana penyebarannya pun cukup mudah, dengan potongan-potongan video dari orang-orang yang berbicara agama, yang keilmuannya belum bisa dipertanggungjawabkan kemudian ditambah bumbu editan sedikit dengan *kine master* maka konten New Media siap diunggah dalam content communities atau jejaring sosial. Karena kreativitas orang-orang ini, maka layak disebut sebagai *religious entrepreneur*. Karena itu generasi muslim sekarang tampak cukup menguasai ilmu keislaman meskipun tidak pernah mengenyam pendidikan formal di sekolah Islam atau pesantren. Mereka belajar Islam tanpa dimentori oleh ulama atau kyai. Artinya generasi muslim sekarang mempelajari Islam dari sumber-sumber baru yang berbeda dengan sumber pengetahuan tradisional sebelumnya. Maka, adanya perbedaan inilah yang menciptakan gap diantara *traditional religious authority* dan *new religious authority*.

Pada konteks ritualitas, Berbagai peran dan fungsi ritual termasuk ruang ritualitas, akan mendapatkan tantangan dari dunia internet yang menawarkan cara baru dalam menampung ritual tersebut. Aktivitas-aktivitas ritual keagamaan sebeumnya dilakukan di dalam tempat suci yang nyata, pada masa mendatang dapat dilakukan di dalam tempat suci virtual, yaitu sebuah halusinasi tempat suci yang dibangun secara artifisial di dalam ruang bit-bit komputer, namun dapat menawarkan pengalaman-pengalaman actual-meruang, sewaktu, dan bertempat.

Aktivitas ritual mempunyai dua dimensi, yaitu dimensi vertikal dan antara relasi manusia dan Tuhan dan dimensi horizontal berupa rasa antar manusia dengan sesama. Melalui perkembangan teknologi akhir-akhir ini, maka fungsi ritual pada intensitas tertentu akan mengalami perubahan. Fungsi sasaran ritual atau tempat suci sebagai tempat menyembuh nama Allah atau berzikir, tempat beribadah atau salat, Tempat beriktikaf, dan tempat pertemuan umat Islam untuk membicarakan urusan hidup dan perjuangan (ekonomi, sosial, politik, pendidikan, pengetahuan, teknologi), ini mendapatkan tantangan baru dan dapat berkembangnya ruang-ruang virtual, tempat yang menampung dan mengakomodasi berbagai kegiatan tersebut secara artifisial. Berbagai jejaringan, teritorial, ruang dan hubungan sosial dikalangan umat, kini dapat dibangun secara artifisial di dalam ruangan virtual dengan interaksi virtual.

Melalui kekuatan ruang, waktu, kecepatan, teritorialitas yang ditawarkannya virtualitas dapat menjadis aliran/kolosal penghubung antara manusia atau saluran kolosal pikiran manusia atau ummat. Sebagai saluran penghubung dia dapat menyatukan pikiran, wawasan, kreatifitas kolektif umat yang bersifat kolosal sehingga termasuk apa yang disebut sebagai pikiran super, yaitu pikiran-pikiran yang bekerja secara kolektif didalam sebuah Jaringan pikiran global melalui jaringan internet. Hal ini dapat menggantikan sebagian fungsi tempat ibadah atau tempat-tempat suci lainnya dan membantu aktivitas didalamnya atau informasi,

diskusi, zakat. Selama ia hanya berhadapan dengan dimensi-dimensi rasional yang terbatas, mendata, menghitung, menyalurkan, menghubungkan, dan mengkomunikasikan berbagai aktivitas interaktif antar manusia, atau antar manusia dengan komputer. Dengan demikian dunia virtualitas dapat di analogikan sebagai sebuah *amplifier social*, yaitu media yang memperluas dan memperbesar cakupan, ruang, interaksi sosial didalam, diluar, dan antar tempat sehingga terbentuk sebuah kesatuan umat yang semakin kuat.

Rekomendasi sebagai solusi atas transformasi keagamaan

Adanya dunia virtual dengan tawaran-tawaran ibarat pisau bermata dua bagi agama yang membawa manfaat dan terkadang disatu sisi membawa kerugian bagi manusia. Sehingga pada situasi seperti ini kiranya sangat dibutuhkan timing bagi manusia untuk merenungi dan mempertimbangkan nilai positif dan negatif yang akan diperolehnya. Sehingga kekhawatiran “manusia diperbudak oleh karyanya” bisa diatasi. Sesuatu yang berlebihan merupakan sesuatu hal yang harus dihindari dikarenakan akan membawa kerugian bagi seseorang. Hal ini juga berlaku dalam pemanfaatan dan kecanduan manusia didepan komputer atau teknologi canggih lainnya. Sehingga berdampak pada budaya instan yang menawarkan kemudahan dan kecepatan.

Munculnya gab antara *traditional religious authority* dan *new religious authority*, berdampak pula pada pemahaman agama oleh individu. Sehingga dalam konteks ini terjadi kedangkalan pemahaman agama yang berujung pada pemahaman agama yang lebih bersifat tektual. Hal ini bisa saja terjadi, jika kebiasaan mendapatkan pengetahuan agama lewat new media tidak didasari pengetahuan agama yang mendalam sebelumnya. Dan lama-kelamaan pemahaman ini akan menemukan titik kebingungan. Dimana kita sulit membedakan antara agama dan budaya, bisa saja penafsiran nanti yang akan muncul karena kebiasaan menggunakan new media mampu merubah pola fikir yang menjadikan agama sebagai produk budaya.

Pada konteks ritualitas dimana pada kenyataanya kita menemukan sebuah kebenaran yaitu dengan keberadaan internet dengan berbagai media turunanya mampu menggantikan fungsi tempat ibadah. Menjadi tantangan besar kedepan yang dikuatirkan akan mampu merubah kebiasaan ummat dalam cara beribadah. Namun kemampuan media baru yang memunculkan tempat suci baru atau tempat ibadah virtual didalam cyber space tidak akan bisa menggantikan tempat ibadah atau suci yang mempunyai dimensi-dimensi yang lebih kompleks khususnya dimensi batin, ruh, kesucian, sakralitas, ketuhanan dan spiritualitas. Terdapat kompleksitas dimensi didalam ruang suci nyata (persaaan, emosi, kegaiban) yang tidak dapat direpresentasikan lewat bit dan bytes melalui teknologi virtual yang terbatas.

Untuk itu dalam menghadapi kenyataan-kenyataan atas fenomena keagamaan yang muncul sebagai akibat dari efek media baru seperti yang digambarkan diatas, maka ada hal yang dianggap penting untuk dijadikan pegangan supaya kita bisa memanfaatkan media dengan bijak. Yaitu memahami bahwa perkembangan tegnologi telah melahirkan media baru, dimana dalam konteks ini media baru bukanlah sebagai sumber referensi tunggal dalam pemahaman agama, akan tetapi media baru merupakan alat bantu kita dalam mengasah dan tambahan referensi atas pengetahuan agama yang kita dapatkan dalam pengalaman nyata. Selain itu, karena sebagian masyarakat menggunakan media sebagai rujukan praktik keagamaan. Agama harus diposisikan sebagai praktik penyembahan pada Tuhan Yang Esa, artinya agama bukan produk budaya. Makna agama ini yang harus dipahami oleh pengguna media.

