

DI BAWAH BAYANG-BAYANG MEDIA: Kodifikasi, Divergensi, dan Kooptasi Agama di Era Internet

Irwan Abdullah

Department of Anthropology, Faculty of Cultural Sciences,
Gadjah Mada University, Yogyakarta, Indonesia

E-mail: irwan.fib@ugm.ac.id;

Abstract

*Conventionally the construction of religious knowledge is carried out by the authority / person who has a scientific background and / or skills in the field of religion or the person who gets the legitimacy as a religious teacher, among others called ustadz, kiyai / or tengku. Religious knowledge is top-down because the production of knowledge and the truth of religion is determined by the religious elite so that the public becomes the object of religious. The new media era has changed the tendency of religious education by opening public participation in the production of religious knowledge. Religion becomes the object of daily conversation with diverse and contestative meanings, no longer absolute and elitist. The shift of the center of religious knowledge to the public has brought fundamental implications on the development of religion itself, with the occurrence of *aqidah* siltation, religious divergence / and co-optation of religion. The center of power shifts from the religious elite to the media that is present within the framework of political economic interests.*

Key words: religion, contestative, religious knowledge, media, interests

1. Pendahuluan

Penemuan internet telah memungkinkan komunikasi yang lebih konvergensif dengan unsur-unsur teks, grafis/ foto, suara, dan video secara online yang membedakannya dengan pola komunikasi konvensional. Komunikasi pun menjadi murah, mudah/ meluas/ tak terbatas ruang/ dan terbuka (lihat Foust, 2011). Perkembangan media ini meluas masuk ke dalam berbagai relung kehidupan/ sebagaimana telah dibayangkan oleh Marshall McLuhan sejak awal 1960-an, seperti lahirnya pasar online, kampanye online/ hingga kehidupan keagamaan yang menggunakan internet dalam berbagai fungsi dan sifatnya. Aguilar menunjukkan bahwa media digital merupakan sumber yang menghadirkan agama dalam berbagai dimensinya (Aguilar, 1017), walaupun tidak jarang terjadi penolakan penggunaan internet bagi tujuan agama karena dianggap internet mengandung ancaman norma-norma sosial agama dan otoritas pemimpin agama (Campbell, 2011).

Penggunaan internet dalam komunikasi agama merupakan tanda

penting dari lahirnya kekuatan baru dalam kehidupan umat beragama karena mengubah tidak hanya metode enkulturasi agama dalam berbagai dimensinya (pengetahuan/ nilai dan praktik)/ tetapi juga mengubah kesadaran publik tentang hubungan agama dengan manusia serta menempatkan agama sebagai "objek" yang boleh dipertanyakan keabsahannya. Media membuka ruang informasi terbuka/ fleksibel/ dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan baru, memperluas dunia sosial/ dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas (Poster, 2001). Media online menyebabkan terjadinya perpindahan pusat distribusi agama ke media sekaligus membuka ruang publik semakin luas untuk terlibat dalam produksi pengetahuan agama. Namun demikian, satu hal yang tidak dapat dihindari seperti dikatakan Hjarvard, media mengandung bahaya atas sifatnya yang memaksa logika media atas agama (Hjarvard, 2011). Tulisan ini menganalisis implikasi pergeseran mode komunikasi agama terhadap manusia dan kebudayaan

apakah media dapat menjadi jalan bagi lahirnya otoritas manusia dalam produksi pengetahuan agama.

Partisipasi publik dalam produksi pengetahuan agama terseret ke dalam logika media yang menjadikan kebenaran agama bersifat deterministik, tidak partisipatif dan kontestatif, karena setiap media memikul beban ideologis. Tiga argumen menunjukkan kecenderungan ini. Pertama, proses kodifikasi yang meringkas agama dalam simbol-simbol, seperti bahasa, gambar, suara, dan visual. Kedua, proses divergensi yang membuka ruang perdebatan secara meluas sehingga mempersulit menemukan suatu titik spiritualitas. Ketiga, proses kooptasi agama yang menyebabkan agama terperangkap dalam kuasa makna yang tidak membebaskan pencarian kebenaran. Ketiga proses tersebut menjadi pokok bahasan tulisan ini dalam kerangka pemahaman tentang *positioning* agama dalam dunia yang terus berubah oleh kekuatan penggerak yang mengobjektifikan subjek. Sebelum tiga proses tersebut dibahas, pada bagian berikut digambarkan bagaimana kecenderungan keterlibatan agama dalam media.

2. Agama dalam Media

Pergeseran komunikasi agama dari pola transfer pengetahuan yang bersifat tradisional-generik ke komunikasi agama berbasis internet merupakan tanda dari proses perubahan kebudayaan secara

meluas, yang menyangkut ruang partisipasi publik yang terbuka. Sebelumnya publik ditempatkan sebagai objek dalam proses proses komunikasi agama, kemudian menjadi subyek aktif yang terlibat dalam proses produksi pengetahuan agama (Muche, 2010). Makna agama tidak hanya diresepsi tetapi juga dimaknai berdasarkan latar belakang dan juga kepentingan publik sendiri. Pergeseran ini ditandai dengan empat kecenderungan yang sedang berlangsung yang kemudian menghasilkan berbagai akibat.

Pertama, teknologisasi agama di mana penggunaan teknologi mengalami intensifikasi dalam komunikasi agama. Dakwah agama telah dilakukan melalui implikasi dalam berbagai bentuk dan media sosial. Di berbagai tempat dalam berbagai agama, misalnya, meme telah menjadi alat penyampaian pesan agama (Aguila, 2017). Kemajuan teknologi telah memungkinkan pesan-pesan agama ditampilkan dalam bentuk rekaman audio atau audiovisual atau dalam bentuk media sosial yang disebar secara meluas. Bukan saja komposisi pesan agama mengalami kemajuan, tetapi juga kemampuan penyebarannya berkembang pesat. Agama kemudian tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu karena media telah mampu mempersempit jarak dan mempertemukan manusia, pesan, wacana, dan makna yang membentuk suatu lingkungan komunikasi (Hjarvard, 2011).



Gambar 1: Komunikasi dan Pesan Agama secara Online
www. google .com

Kedua, depersonalisasi, suatu kecenderungan komunikasi agama yang berlangsung tidak lagi bersandar pada keberadaan tokoh agama dalam masyarakat, tetapi pada saluran komunikasi dalam berbagai bentuk yang lebih konvergen. Sebelumnya, penyampaian ajaran agama hampir selalu melibatkan tokoh dengan kharisma yang melekat sebagai basis legitimasi di dalam penyebaran agama, Kharisma sang tokoh telah dianggap kata kunci dalam pewarisan nilai. Dengan denukian juga tidak mengherankan jika tokoh itu sendiri telah menjadi pusat orientasi dan menjadi orang yang dipuja dan disembah. Penggunaan media menjauhkan pemeluk agama dari ketokohan dan sekaligus mengubah kepatuhan menjadi suatu gugatan. Tidak jarang keberadaan seorang tokoh dipertanyakan kredibilitasnya, hingga ke pengadilan, sesuatu yang tidak terjadi pada

masa sebelumnya. Seorang Ustadz bisa didakwa atas malpraktik yang dilakukannya atau atas tindakan yang merugikan pihak tertentu. Media telah menyediakan keseluruhan kebutuhan dan memuaskan segala keinginan untuk menegasikan struktur lama.

Ketiga, *disembedded*, proses pergeseran dari agama sebagai sesuatu yang hidup dalam komunitas keagamaan yang tertanam dalam sejarah dan sosiologi masyarakat tercabut dari sistem referensinya. Agama tidak lagi mengakar dalam kehidupan komunitas agama sebagai jawaban atas persoalan komunitas yang menyejarah. Ruang agama yang bersifat fisik dan sosial bergeser ke ruang bahasa yang hadir melalui ikon-ikon yang mengkomunikasikan nilai dalam suatu sistem verbal. Alih-alih menjawab tantangan lokal, agama terlibat dalam wacana global yang merespon isu-isu

makro yang tidak dengan sendirinya memiliki signifikansi lokal. Namun demikian, media membuka ruang luas bagi keterlibatan lokal dalam suatu pembentukan tata nilai global. Tentu saja kecenderungan ini mempertegas lepasnya agama dari kemungkinan rekayasa dan transformasi sosial yang bersifat *day-to-day* dalam lingkungan di mana agama tumbuh dan dipraktikkan.

Keempat, sifat partisipatif dalam proses produksi pengetahuan agama di mana sebelumnya tidak terbuka kemungkinan partisipasi publik seluas itu akibat adanya struktur yang tegas yang membatasi status dan peran berdasarkan legitimasi simbolik. Publik secara sosial dan kultural tidak memiliki dasar legitimasi untuk memproduksi pengetahuan. Media nadir memberikan legitimasi public untuk meresepsi makna-makna dalam komunikasi media dan dapat pula mengkonstruksikan makna-makna baru yang kontekstual, sesuai dengan posisi struktural seseorang.

Keempat kecenderungan tersebut merupakan kekuatan yang membawa pengaruh substansial pada agama dan budaya dalam masyarakat. Tiga akibat mendasar dibicarakan pada bagian-bagian berikut ini yang merupakan manifestasi dari pergeseran yang sedang terjadi.

3. Kodifikasi Agama

Proses kodifikasi meringkas agama menjadi simbol-simbol, seperti bahasa, gambar, suara, dan visual. Melalui simbol-simbol ini agama mengalami reduksi dan simplifikasi di mana suatu kode merupakan pemadatan serangkaian nilai yang dapat melahirkan beragam interpretasi. Makna-makna dari kode itu tidak dapat dibangun utuh karena kode bahasa memiliki sifat mendapatkan realitas ke dalam struktur ikonis dan verbal yang menjadi representasi realitas. Mengakses kode-kode komunikasi ini memiliki risiko salah tafsir dan pendangkalan karena kode dibangun di atas landasan sejarah dan ideologi yang perlu dibongkar,

Pendangkalan agama tidak terhindarkan karena proses popularisasi agama melalui berbagai saluran media yang mentransmisi pesan keagamaan, Agama direpresentasikan dalam bentuk-bentuk populer untuk menjangkau publik yang luas. Popularisasi agama ini membawa agama ke dalam dunia material yang terkait dengan proses konsumsi masyarakat. Agama tidak menjadi *imprissant* dalam tubuh manusia tetapi tampil dalam kode-kode gaya hidup dan hiburan yang mengubah agama menjadi proses konsumsi. Agama dalam hal ini sangat dekat dengan dunia pasar dan perdagangan yang dapat menjebak agama dalam proses komodifikasi. Internet tidak lagi memfasilitasi proses pembelajaran agama, tetapi bergeser menjadi fasilitas pemasaran agama.

Kode-kode agama dalam konteks ini menjadi sulit diakses, dibaca, dan dimaknai sebagai representasi dari pandangan hidup dan moral masyarakat. Selain risiko salah tafsir atas kode bahasa dapat terjadi mengingat kode bahasa memiliki sifat menyembunyikan makna, juga kode agama lebih mengarah pada popularisasi dan komodifikasi agama. Aspek pendidikan yang mengangkat filosofi dan makna agama tidak tercakup dalam perkembangan media.

4. Divergensi Agama

Proses masuknya media membuka partisipasi yang memungkinkan publik terlibat dalam produksi pengetahuan agama, berbeda dengan masa sebelumnya di mana makna dimonopoli oleh elite. Keputusan agama ditentukan sepihak oleh elite yang dilegitimasi oleh budaya atau lembaga pemerintah. Media telah mendekatkan agama pada publik dengan membuka ruang yang luas bagi keterlibatan publik. Perbincangan publik melalui komunitas *netizen*, dalam facebook, tweeter, instagram, memperlihatkan bahwa agama dapat diperdebatkan secara terbuka, bahkan

untuk isu yang sebelumnya tidak dibicarakan secara publik.

Dahulu agama sebagai sesuatu yang diterima apa adanya, namun sekarang agama dapat dipertanyakan, diperdebatkan, bahkan ditolak. Agama berubah bukan lagi sebagai sesuatu yang diterima, tapi diperbincangkan, dan bahkan dikritik. Proses divergensi membuka ruang perdebatan secara mehias sehingga dapat mempersulit menemukan suatu titik spiritualitas yang menjadi basis. Setiap orang atau kelompok memiliki agenda ideologisnya sendiri dan tidak jarang menjadi bagian dari suatu kampanye yang diatur sedemikian rupa yang menyebabkan konfrontasi nilai.

Diferensiasi nilai yang muncul dapat menjadi basis konflik dalam interaksi sosial. Media membawa kebenaran relatif, definisi agama pun bergeser dalam kerangka kebenaran relatif, sesuatu yang diperdebatkan dan dipertanyakan oleh partisipan yang semakin beragam akibat terbuka luasnya ruang pemaknaan. Nilai tidak terbagi karena seperti dikatakan Dahlgren dunia media social cenderung melahirkan getto siber, suatu dunia yang terisolasi yang satu dengan yang lain tidak berkomunikasi apalagi menemukan nilai-nilai bersama (Dahlgren, 2009).

5. Agama Terkooptasi Kekuasaan

Dalam proses pergeseran peran media tampak bahwa agama tidak bebas dari kekuasaan tetapi berada di bawah bayang-bayang kuasa yang melemahkan agama itu sendiri. Dengan kata lain makna-makna agama dikonstruksikan oleh kekuasaan beserta aparatusnya untuk melayani kepentingan ekonomi dan politik. Proses kooptasi agama menyebabkan agama terperangkap dalam kuasa makna yang tidak membebaskan pencarian kebenaran. Publik tidak memiliki cukup otoritas untuk melakukan resepsi sebagai khalayak aktif karena logika media bekerja secara determinatif.

Media memang dapat membebaskan dirinya dari kontrol agama, tetapi tidak

berhasil membebaskan dirinya dari pengaruh pemilik media yang di Indonesia hampir bisa dipastikan memiliki agenda ekonomi politik. Bergesernya pusat kekuasaan dari elite agama ke media massa tidak serta merta diikuti oleh terbukanya ruang publik bagi pemaknaan realitas. Otoritas publik tidak meningkat karena media memiliki agenda-agenda yang tidak sejalan dengan kepentingan publik. Media tidak mampu keluar dari karakter deterministik yang distrukturkan oleh kekuatan dominatif yang memberi beban pada media untuk beroperasi sesuai *code of conduct*. Dengan karakter ini media tidak mampu menjalankan misi yang membebaskan.

Keterlibatan media dilihat sebagai perluasan dalam komunikasi agama melalui proses mediasi yang tidak sepenuhnya benar karena agama dari yang tadinya dihegemoni oleh lembaga dan tokoh agama, kemudian khalayak terhegemoni oleh media. Seperti dikatakan Hjarvard, agama terseret ke logika media sehingga agama lebih direpresentasikan melalui kode-kode pasar dan hiburan.

6. Simpulan

Tulisan ini telah memperlihatkan bahwa media telah menempatkan agama sebagai objek pembicaraan sehari-hari dengan proses pemaknaan yang beragam dan kontestatif, tidak lagi bersifat absolut dan elitis. Pergeseran pusat pengetahuan agama dari tokoh yang mengkonstruksikan agama secara *top-down* ke tangan publik telah membawa implikasi mendasar pada perkembangan agama itu sendiri. Agama mengalami pendangkalan akibat proses manipulasi dan reduksi agama ke dalam kode-kode bahasa yang memerlukan suatu interpretasi yang kompleks. Pada saat yang sama, dislokasi agama terjadi secara meluas sejalan dengan hilangnya batas-batas di mana syiar agama dijamin keberadaannya. Namun demikian, perubahan pola komunikasi tidak dengan sendirinya membuka kesempatan luas bagi publik untuk menentukan kebenaran agama melalui wacana kontestatif, tetapi

agama seperti dasarnya bersifat deterministik. Pergeseran mode komunikasi agama tidak dengan sendirinya bermakna peningkatan otoritas publik dalam beragama, karena sifat deterministik agama tidak dapat dihindari.

Tatapan ke depan adalah masalah pembebasan agama dari perangkap kuasa untuk memampukan kita merumuskan mode produksi dan distribusi pengetahuan agama konstruktivistik yang memberi ruang kontestatif bagi usaha mencari kebenaran. Media dapat membebaskan umat dari hegemoni tokoh agama dan negara. Pada saat yang sama, media tidak dapat melepaskan ikatan dengan pemilik media yang memiliki kepentingan ideologis. Reformulasi kelembagaan agama dalam desain pendidikan agama kepada masyarakat perlu dilakukan secara seksama untuk membangun suatu independensi pendidikan. Sejalan dengan itu, perlu usaha-usaha sistematis mengatasi pendangkalan akidah, selain merumuskan metode komunikasi keagamaan alternatif yang berbasis pada media baru.

Daftar Pustaka

- Aguilar, G.K., et al. 2017. "Communicating Mixed Messages about Religion through Memes", *Information Communication and Society*, Vol. 20, No. 10, hlm. 1498-1520. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1229004.
- Dahlgren, Peter. 2009. *Media and Political Engagement: Citizens, Communications and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Froust, James C. 2011. *Online Journalism: Principle and Practices of News for the Web*. London: Routledge.
- Hall, Stuart. 2006. "Encoding/Decoding", dalam Durham dan Kellner (ed.) *Media and Cultural Studies: Keywords*. London: Blackwell.
- Hill, T. David dan Krishna Sen. 2000. "The Internet in Indonesia's New Democracy", *Democratization*, Vol. 7, No. 1, hlm. 119-136.
- Hjarvard, Stig. 2011. "The Mediatization of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change", *Culture and Religion*, Vol. 12, No. 2, hlm. 119-135.
- Poster. Mark. 2001. "Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere", dalam David Trend (ed.). *Reading Digital Culture*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Von Mucke, Dorothea. 2010. "Authority, Authorship, and Audience: Enlightenment Model for a Critical Public", *Representation*, Vol. III, No. 1, hlm. 60-87.