

## Media Sosial TikTok sebagai Ruang Baru untuk Ekspresi Keagamaan

Iman Mukhroman<sup>1</sup> Dody S,Truna<sup>2</sup> Ahmad Gibson<sup>3</sup>

<sup>1</sup>(Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)

<sup>2,3</sup>(Program Studi Agama-Agama, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati)

Email: iman.mukhroman@untirta.ac.id. (Email/korespondensi penulis utama)

### Kata kunci :

Living Religion,  
Agama, Media Baru,  
TikTok, Ekspresi  
Keagamaan

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memasuki era society 5.0, dimana agama sebagai living religion sudah bersinergi dengan media baru menjadi digital religion. Media sosial TikTok. menjadi salah satu platform digital yang populer bagi lintas generasi untuk mengekspresikan keagamaannya dengan menggunakan beragam fitur yang menarik pa TikTok Shop. Dengan menggunakan metode literatur review dan analisis isi konten Tiktok, kajian ini mengungkap bahwa kehadiran Tiktok selain menjadi ruang baru untuk mengekspresikan keagamaan juga memunculkan dan tantangan, seperti fanatisme dan penyebaran informasi palsu tentang ajaran agama. Interaksi sensitif antara tiktokers dan keyakinan lain dapat memicu konflik. Penting untuk kemudian mempertimbangkan risiko yang terkait dengan publikasi konten keagamaan di media TikTok, dengan tetap memperhatikan etika dan kaidah living religion yang berlaku di masyarakat

### Keywords :

Living Religion,  
Religion, New Media,  
TikTok, Religious  
Expression

### Abstract

The development of information technology has entered the era of society 5.0, where religion as a living religion has synergized with new media to become a digital religion. TikTok social media. is one of the popular digital platforms for cross-generations to express their religion by using a variety of interesting features on TikTok Shop. Using the method of literature review and analysis of Tiktok content, this study reveals that the presence of Tiktok in addition to being a new space for religious expression also raises and challenges, such as fanaticism and the spread of false information about religious teachings. Sensitive interactions between tiktokers and other beliefs can trigger conflicts. It is important to then consider the risks associated with the publication of religious content on TikTok media, while still paying attention to the ethics and rules of living religion that apply in society

## PENDAHULUAN

Studi agama mencakup berbagai pendekatan yang berakar pada berbagai disiplin ilmu dari ilmu sosial dan estetika semuanya menginformasikan studi media sebagai bidang komunikasi.

Dalam konteks ini, studi agama harus mampu menganalisis ekspresi

keagamaan dalam berbagai media dengan menggunakan pendekatan interpretatif (hermeneutik) dan kritis-historis yang mendominasi disiplin ilmu tertulis dan berorientasi teks (Lundby,2013).

Dalam studi ilmu sosial tentang agama dapat mendekati bagaimana

orang menggunakan media sebagai pengganti atau pelengkap dalam praktik keagamaan mereka. Namun, tidak satu pun dari aspek studi agama ini dapat berkembang tanpa wawasan lebih jauh tentang bagaimana media dan proses komunikasi bekerja dalam masyarakat kontemporer. Demikian pula, kajian media dapat mendekati agama dengan cara yang sama seperti bidang simbolik apa pun di media.

Fisher (2016) menyatakan yang intinya bahwa agama sebagai suatu hal dinamis, yang terus tumbuh dan berkembang, beradaptasi dengan perubahan zaman. Agama bukan hanya dianggap sebagai seperangkat dogma ataupun ritual, tetapi juga sebagai pengalaman hidup, komunitas, identitas dan praktik sehari-hari, yang tentunya relevan bagaimana kemudian media baru, seperti media sosial menjadi ruang baru untuk mengekspresikan nilai-nilai ataupun pengalaman keagamaan

Terkait dengan media baru, Lister (2009) menyatakan bahwa istilah *New Media* atau "media baru" digunakan untuk menggambarkan perubahan besar dalam dunia media dan komunikasi sejak akhir 1980-an. Perubahan ini terjadi di berbagai sektor, dari percetakan hingga telekomunikasi. Media baru menandai pergeseran dari

modernitas ke postmodernitas, kontribusi terhadap globalisasi yang semakin intensif, dan transisi dari era industri ke era informasi. Selain itu, media baru juga memengaruhi desentralisasi kekuasaan geopolitik dan menciptakan lanskap teknokultur baru dalam sejarah manusia.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah memasuki era kelima dari revolusi industri. Media agama dalam Era Society 5.0 menunjuk kepada kemampuan umat beragama memanfaatkan syiar agama yang diintegrasikan dengan teknologi komunikasi berbasis kecerdasan buatan. Kondisi ini menimbulkan kualitas dalam pembahasan agama kontemporer yang secara responsif memperhatikan karakteristik masyarakat dalam semua aspek, seperti gender, strata pendidikan, kondisi sosial dan ekonomi.

Pada era society 5.0 platform TikTok telah menjadi *trendsetter* di hampir seluruh stratifikasi masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Pembahasan agama di platform ini membuat konten kreatornya menjadi terkenal dan seolah-olah sejajar dengan ulama-ulama besar lainnya, disamping ketenaran yang didapat juga berdampak secara ekonomis. Apalagi saat ini, ada fitur baru dari platform TikTok, yakni

TikTok Shop. Suatu fitur yang menyediakan para konten kreatornya untuk berjualan atau menawarkan berbagai buku-buku, kegiatan dan program dengan bantuan fitur live streaming yang bisa menarik minat umat beragama dengan algoritma TikTok.

Husna (2022) mengungkap bahwa TikTok menimbulkan polemik di satu sisi, tetapi di sisi lain menjadi peluang untuk membangun popularitas. Karenanya, sikap ekspresi di media sosial sejalan dengan upaya pembentukan identitas diri dan munculnya wacana narsistik.

Terkonstruksinya masyarakat dalam budaya baru, yakni kultur digital, membuat umat beragama lebih banyak menggunakan aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran mereka untuk memahami ajaran dan doktrin keagamaan. Fenomena ini menjadi kebalikan dari cara belajar agama secara konvensional, yakni belajar agama harus dengan seorang guru. Platform ini dapat secara efektif menjadi media syiar yang efektif dan efisien untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang dapat menjangkau masyarakat secara luas.

Pada tahapan berikutnya, masyarakat pengguna TikTok cenderung menjadi fanatik dengan platform ini

ketika interaksi agama menjadi lebih sensitif. Contoh, keberadaan tiktokers yang menyerang keyakinan dan doktrin agama lain, bertujuan menawarkan konsep teologis suatu agama tertentu kepada penganut agama yang berbeda. Sensitifitas lainnya adalah memberikan informasi dan pemahaman mengenai ajaran agama yang berbeda dan memvonisnya salah, kemudian dikaitkan dengan konsekuensi adanya surga dan neraka. Tantangan agama digital ke depan, penggunaan TikTok oleh tiktokers adalah bagaimana menimbang resiko dari efek yang ditimbulkan oleh keberadaan konten-konten keagamaan. Selain itu, bisa juga terjadi kesalahan dalam bentuk ketidaktetapan informasi yang disampaikan sehingga beakibat kepada salahnya praktek keagamaan dan keyakinan terhadap umat agama tertentu.

Kajian ini merujuk pada beberapa penelitian diantaranya, penelitian Silviani (2023) tentang Resepsi Al-Qur'an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yūsuf/12: 4 di Tiktok) menjelaskan bahwa maraknya informasi media sosial yang memperkuat minimnya literasi tafsir. Performasi pengguna media sosial yang lebih didominasi oleh pembacaan teologis dengan cara pandang simplistik mesti

diwarnai oleh penguatan literasi tafsir dan sumber otoritatif agar dimensi ibadah dalam pengamalan al-Qur'an lebih ilmiah dan dapat dikembangkan secara professional. Kemudian penelitian Abidin (2024) menegaskan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan agama, mempromosikan nilai-nilai keagamaan, dan membangun komunitas keagamaan di kalangan generasi era society 5.0. Yang membedakan dengan penelitian tersebut, kajian ini menggunakan pendekatan studi media, khususnya media baru terkait dengan agama digital, relasi keduanya dengan menggunakan kajian literatur, observasi dan wawancara dengan yang mewakili pengguna yang mengekspresikan pengalaman keagamaannya melalui TikTok.

### TINJAUAN PUSTAKA

Yang menjadi kerangka teoritis pada kajian ini selain merujuk pada teori *uses and gratification* terkait bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi khalayak pada media, juga merujuk pada 5 (lima) pendekatan teoretis terhadap agama dalam media baru Knut Lundby dalam Campbell (2013), yang dianggap penting dalam bidang ini. Mereka mungkin sejak awal terlibat dengan apa

yang dalam lingkungan digital saat ini merupakan media lama. Lebih lanjut Lunby (2013) telah membahas sebuah karya penting yang dihasilkan oleh seorang spesialis agama dan media dalam kerangka pendekatan dimaksud, sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 1.1.**  
**Pendekatan dalam Mempelajari Agama di Media Baru**

Pendekatan dalam Mempelajari Agama di Media Baru			
Pendekatan Terhadap Studi Media Dan Agama	Penulis Terpilih	Defenisi Agama	Metodologi
Determinisme teknologi	M.Mohhan	G.K.Chesterton	Filosofis
Mediatisasi agama	S.Hjarvad	P.Boye	Survey
Mediasi makna	S.M.Hoover	C.Geertz	Etnografi
Mediasi bentuk-bentuk sakral	G.Lynch	E.Durkheim	Sosiologi budaya
Pembentukan teknologi secara sosial	H.Campbell	C.Geertz	Studi kasus

Sumber : Campbell (2013)

### METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan tinjauan literatur buku digital religion. Kemudian menggunakan metode analisis isi konten media di Tiktok, Data dikumpulkan melalui konten keagamaan dan wawancara dengan pengguna aktif, yang memberikan wawasan tentang motivasi dan persepsi mereka.

### PEMBAHASAN

Yang menjadi fokus dalam diskusi dan pembahasan ini terkait dengan bagian ketiga dalam buku karya

Campbell berkenaan dengan Refleksi Tentang Studi Agama Dan Media Baru, yang membahas 4 (empat) bahasan, sebagai berikut :

### **Kerangka Teoritis Untuk Mendekati Agama Dan Media Baru**

Platform tiktok banyak digunakan oleh generasi muda dari kalangan gen Z dan Y. Generasi ini mendominasi komposisi populasi penduduk di Indonesia, yakni mereka yang lahir direntang tahun 1997 – 2012. Gen Z adalah kalangan yang paling akrab dengan perkembangan media sosial. Setiap anak muda dari kalangan ini memiliki motivasi tersendiri dalam menggunakan aplikasi tiktok. Diantaranya, karena alasan mencari hiburan, mengisi waktu senggang, sebagai sarana mengekspresikan diri dan mencari peluang ekonomi yang dimungkinkan dari aplikasi tiktok. Dalam pendekatan teori *uses and gratification*, maka motivasi ini merupakan aktifasi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam perspektif agama media maka kebutuhan ini termasuk kebutuhan beragama, yakni praktek agama kontemporer dan pendalaman atas keyakinan tertentu dalam kultur digital.

Secara teoritis dari beberapa penelitian terkait media agama dalam

TikTok didapati kesimpulan bahwa bisa jadi perilaku beragama kontemporer tidak terpengaruh dari paparan media tiktok karena dampak positif dan negatif dari tiktok bukan semata-mata di pengaruhi oleh aplikasi TikTok sebagai faktor eksternal, tetapi perilaku keagamaan secara lahiriah akan sangat dipengaruhi oleh faktor internal si pengguna, yakni aspek keluarga dan lingkungan. Kesadaran beragama juga dipengaruhi oleh aspek kehidupan lainnya, seperti pandnagannya terhadap Tuhan dalam dunia realitas. Hal ini membuktikan bahwa dasar dari fungsi platform digital, seperti tiktok bukanlah murni sebagai media tranformasi beragama tetapi platform media hiburan.

Artikel yang ditulis Knut Lundby dalam Campbell (2013) menyoroti hubungan antara agama dan media baru, terutama dalam konteks masyarakat kontemporer. Dengan pendekatan ilmiah dari disiplin sosial dan estetika, Ia menganalisis bagaimana ekspresi keagamaan terwujud melalui media digital. Kini, media digital bukan saja berperan sebagai media komunikasi, melainkan juga bisa menjadi media alternatif bagi praktik keagamaan, sehingga individu dan komunitas bisa mengekspresikan dirinya dalam

membangun keyakinan dan membentuk identitas keagamaan. Terkait dengan hal ini Lundby menyatakan lima hal yang menjadi pendekatan teoritis terkait agama dan media, yang dimulai dari determinisme, teknologi, mediatisasi agama, mediasi makna, mediasi bentuk-bentuk sakral dan pembentukan teknologi sosial.

Terkait dengan pendapat Lunby tersebut, trend penggunaan Tiktok di tanah air mengindikasikan bahwa agama digital bisa meningkatkan praktik keagamaan dan membentuk komunitas baru. Meski demikian bisa juga menimbulkan kekhawatiran terhadap klaim kesalahan dalam pandangan teologis tertentu. Platform media digital seperti Tiktok memfasilitasi penyebaran pesan-pesan keagamaan yang relevan dengan isu-isu kekinian, menciptakan dialog antaragama dan antarbudaya, serta menambah pemahaman terkait agama dalam era media baru. Tetapi kemudian menjadi tantangan yang harus dihadapi berkenaan dengan kesahihan informasi keagamaan yang disebarkan oleh individu yang tidak kompeten secara formal. Menjadi penting kiranya untuk bisa memahami bagaimana media baru membentuk praktik dan otoritas keagamaan di era digital saat ini.

Karenanya, perlu pendekatan yang kritis dan holistik untuk mengeksplorasi bagaimana praktik keagamaan beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital yang terus dinamis.

Cara pandang terhadap agama di hampir seluruh belahan dunia kini berubah dan menghadapi persoalan serius selaras dengan perkembangan teknologi agama digital.

Praktek keagamaan dalam dunia digital tidak pernah terprediksi sebelumnya. Ruang-ruang agama digital menjadikan setiap orang dapat menjadi ahli agama yang berdampak kepada terpengaruhnya publik. Dengan simbol-simbol keagamaan yang kuat dan ketat, tayangan dalam media digital keagamaan menjadi daya pikat tersendiri tanpa filter informasi. Pada sisi ini sesungguhnya terjadi keruntuhan otoritas keagamaan tanpa disadari umat beragama itu sendiri.

Menguatnya informasi dan ajaran keagamaan yang bersifat individual dalam konten-konten media agama menimbulkan gejala mengutak-atik ajaran keagamaan tanpa kompetensi keagamaan. Sayangnya, dalam kalangan berilmu agama masih memegang prinsip untuk tidak menonjolkan keilmuannya. Sehingga para ilmuan agama “kalah” dalam ruang-ruang

publik. Masyarakat saat ini lebih percaya pada konten creator keagamaan dari pada merujuk ulama-ulama dan institusi keagamaan yang sudah teruji.

Agama digital berpotensi rawan terjadi konflik keagamaan. Konflik sesama umat seagama maupun dengan lain agama. Bagaimana praktek bertoleransi dalam agama digital? Hal ini menjadi pertanyaan arus utama dalam agama digital.

Ekspresifitas dalam agama digital seringkali melewati batas etis dan menimbulkan semangat komunitas untuk merendahkan simbol-simbol agama yang berbeda. Hal ini akan menimbulkan polarisasi konflik agama dari dunia maya ke dunia nyata. Potensi konflik dalam agama digital biasanya diawali oleh tahapan aksi virtual sebagai inisiasi awal terhadap awal mula konflik. Padahal isu keagamaan jika masuk dalam wilayah konflik biasanya sulit untuk didamaikan karena sensitifitas pemahaman dan pembelaan terhadap agama. Adapun dampak dari konflik keagamaan sangat panjang dan jarang sekali adanya budaya masyarakat yang bisa mengelola perbedaan dalam konflik agama secara baik. justru sebaliknya, konflik yang sudah terjadi biasanya akan semakin membesar dengan kehadiran respon yang menambah parah

terjadinya konflik, seperti hinaan, intimidasi dan lain sebagainya.

Untuk memahami konflik dalam agama digital maka diperlukan teori konflik untuk memahami bagaimana konflik itu terjadi agar dapat dianalisis sumber, perkembangan konflik dan dampak yang ditimbulkannya. Teori konflik didominasi oleh para sosiolog seperti Max Weber, Karl Mark dan Emil Durheim. Teori konflik memfokuskan diri pada adanya perbedaan kepentingan dan timbulnya rasa ketidakadilan. Teori konflik ini dapat digunakan untuk menganalisis konflik dalam agama digital, yang mana platform dalam media sosial memegang peranan dominan dalam penyebaran pesan dan mempengaruhi publik. Peran dominan ini tentu saja harus dicurigai sebagai bentuk adanya kekuatan kapital dan teknologi dalam kerangka mengambil sisi ekonomis dari peristiwa sedramatis apapun. Disisi lain teori konflik menyoroti adanya perbedaan kepentingan diantara kelompok-kelompok keagamaan yang bertikai dan adanya panggung kekuasaan yang tidak nampak dalam kerangka membangun narasi atau propaganda tertentu.

### **Isu-Isu Etika Dalam Studi Agama Dan Media Baru**

Etika menjadi arus utama persoalan yang muncul dan terus berkembang, baik dalam media mainstream konvensional maupun media digital. Persoalan etika akan berimplikasi terhadap sikap, cara berkomunikasi dan perilaku dalam bermedia. Pada media yang berbasis internet persoalan etika lebih sulit diterapkan, terutama pada ranah konvergensi medianya. Dalam konteks agama digital, etika adalah sebuah keniscayaan dalam perpaduan antara kemajuan teknologi, keyakinan dan praktek keagamaan. Oleh karena itu, konvergensi media tidak bisa dipisahkan dari persoalan etika. Etika dalam tataran normatif di media sosial tidak dibahas secara spesifik, seperti etika dalam hak cipta, etika berinteraksi dan komunikasi serta distingsi problem etika dalam praksis dan pemberitaannya. Pertanyaannya adalah bagaimana penerapan etika dalam visual dan teks secara real time. Apalagi media dalam dunia maya saat ini berkecenderungan untuk berkolaborasi, dimana prinsip-prinsip jurnalisme telah berkembang jauh memasuki trend post modernisme. Artinya, kolaborasi media baru memerlukan perspektif baru tentang etika media baru.

Tidak semua pengguna media sosial paham akan etika digital. Hal ini akan sangat tergantung dari motivasi dan latar Pendidikan serta budayanya. Hal inilah yang kemudian menjadi masalah dalam upaya menciptakan regulasi terhadap etika digital. Diperlukan edukasi adaptif sebagai solusi yang memungkinkan secara massif untuk dipahami oleh semua strata sosial pengguna media sosial. Artinya, aspek etika perlu dikembangkan secara kongkrit dalam bermedsos daripada dijadikan rumusan teoritik, karena disparitas kompetensi dan kapasitas diri dari masing-masing pengguna media sosial. Etika digital mesti menjadi best practice bagi semua pengguna medsos baik sebagai pengetahuan, wawasan dan dasar nilai dalam berinteraksi.

Terkait dengan hal tersebut, Mark D. Johns (2013) menekankan pentingnya etika dalam penelitian, terutama di era digital, dengan mengacu pada sejarah pengambilan keputusan etis yang dipengaruhi oleh peristiwa tragis seperti eksperimen medis Nazi dan Studi Tuskegee. Peraturan etika seperti Kode Nuremberg dan Deklarasi Helsinki muncul untuk melindungi hak-hak individu. Isu etika juga sangat relevan dalam kajian agama dan media baru, terutama ketika praktik keagamaan

dipublikasikan di platform digital. Media sosial telah menjadi platform digital bagi masyarakat untuk mengakses informasi dengan cepat dan mudah (Mukhroman, 2024).

Kemudahan akses ke informasi ini juga berdampak pada terciptanya ruang opini publik yang lebih beragam dan luas terkait dengan agama digital. Publikasi pengalaman keagamaan dapat mengganggu privasi individu dan mendistorsi makna spiritual dari praktik tersebut. . Pembahasan tentang otoritas agama juga perlu diperhatikan, sehingga berbagai perspektif dalam praktik keagamaan dapat terwakili. Dengan demikian, tanggung jawab etis dalam penyampaian informasi keagamaan di media sosial harus menjadi perhatian serius untuk menciptakan lingkungan yang saling menghormati dan toleransi.

### **Teologi Dan Media Baru**

Religiusitas yang ditampilkan dalam platform tiktok adalah internalisasi pemahaman keagamaan seseorang. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang terhadap ajaran agamanya. Agama media adalah platform yang berupaya memperkuat religiusitas dengan komitmen beragama secara internal.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka konsep moral dalam media baru

adalah gambaran visual terhadap pedoman dan perilaku beragama. Konsep moral ini telah bergeser dari platform konvensional yang ingin mencontohkan moralitas dari tauladan seseorang yang dihormati secara langsung. Hal ini tidak mungkin lagi diciptakan karena keshalehan dan keteladanan sekarang didominasi oleh visual platform media sosial. Oleh karena itu pernyataan keagamaan akan lebih cepat dipahami ketika menjadi viral. Jika tidak viral maka pendidikan agama belum tentu dianggap memiliki nilai religiusitasnya. Sesuatu yang viral dalam dunia maya seolah-olah adalah kebenaran yang terlegitimasi oleh keagamaan.

Media baru dengan budaya barunya belum secara presisi menempatkan religiusitas sebagai tumpuan akhlak dan sakralitas didalamnya. Kekuatan viewer dan kemenangan jumlah suara dalam perdebatan di media sosial menjadi ukuran kebenaran. Oleh karena itu penanaman religiusitas pada interaksi budaya baru yang dihasilkan oleh media sosial tidak bisa diletakkan tanggungjawabnya secara otoritatif. Perkembangan platform media sosial dan tanggungjawabnya menjadi otoritas

bisnis yang bersifat global dan berorientasi ekonomi.

Dalam konteks tersebutm Stephen Garner (2013) membahas hubungan antara teologi Kristen dan teknologi, terutama Internet. Ia menekankan pentingnya refleksi teologis yang tidak hanya berakar pada iman, tetapi juga pada dinamika sosial yang berkembang. Umat Kristen kini menghadapi tantangan dalam menavigasi dunia digital, di mana nilai-nilai sosial dan etika sering dipertanyakan. Teologi Kristen berusaha memberikan panduan bagi umatnya dalam berinteraksi dengan teknologi, dengan mempertimbangkan dampak terhadap komunitas dan individu.

Internet dipandang sebagai alat yang bisa menjadi pembebas atau penindas, dan meskipun teknologi memfasilitasi interaksi, pengalaman spiritual tetap bergantung pada kehadiran fisik. Campbell menunjukkan bahwa media baru mengubah cara orang beribadah dan pemahaman mereka tentang spiritualitas. Banyak individu mencari pemahaman lebih dalam melalui platform online. Namun, ini juga menimbulkan tantangan seperti informasi yang tidak akurat.

Di Indonesia, platform seperti TikTok menjadi ruang berdiskusi

tentang isu-isu teologis, yang juga berisiko menyebarkan interpretasi yang kurang tepat. Oleh karena itu, penting bagi komunitas keagamaan untuk memberikan pendidikan yang memadai agar anggota dapat mengevaluasi informasi yang mereka terima. Dengan pendekatan yang tepat, diskusi teologis di ruang digital dapat memperkuat pemahaman dan nilai-nilai agama.

Maraknya penggunaan aplikasi tiktok disisi lain adalah menyebabkan terjadinya transformasi budaya digital yang terintegrasi dengan nilai-nilai keagamaan. Transformasi digital ini berdampak kepada keseharian kehidupan masyarakat dalam praktek keagamaan. Transformasi ini mendatangkan banyak persoalan dan tantangan, mulai dari Batasan hukum dalam pemaparan konten yang rentan dilaporkan melalui UU ITE, tuduhan penistaan agama, perlindungan data digital, hak cipta, dan kebenaran informasi yang dapat dipercaya. Pada sisi ini ada dua persoalan yang paling prinsip, yakni bagaimana konten tiktok tidak mengintervensi raung privasi dan bagaimana memberikan metode sederhana kepada masyarakat untuk dapat menyaring informasi. Maraknya aplikasi artificial intelligence (AI) dalam era transformasi digital juga menjadi

persoalan tersendiri, yakni masalah objektivitas pertanggungjawaban dan kepercayaan.

Melihat tantangan transformasi digital yang terjadi dalam media sosial membuat etika digital menjadi penting untuk ditempatkan sebagai panduan dalam dunia maya. Etika digital ini dapat menjadi rambu-rambu dalam menjalankan strategi bermedia sosial pada langkah yang lebih jauh, dari pada sekedar memanfaatkannya sebagai media hiburan. Media sosial dapat menjadi peluang ekonomi baru dari potensi yang melekat dari basis internet yang digunakan.

Tingginya perhatian publik terhadap pembahasan teologi di media sosial, diprediksi akan terus menumbuh kembangkan berbabagai aplikasi baru yang dinamis mengikuti perkembangan teknologi informasi. Perkembangan ini akan mengukuhkan budaya digital sebagai satu-satunya produk budaya yang dapat dipahami oleh agama dan penganutnya. Dalam konteks ini media sosial seolah-olah menjadi legitimasi otoritas keagamaan, dan seolah-olah agama adalah produk dari budaya baru. Hal ini menjadi persoalan etika dasar dalam memahami media sosial dan agama. Bahwa Agama adalah sistem keyakinan dan peribadatan yang telah

diatur dan ditentukan oleh sang Pencipta.

Keterkaitan hubungan antara media dan agama begitu kuat. Hubungan ini mesti diletakkan dalam relasi toleransi beragama. Pada dasarnya media adalah sarana berkomunikasi secara kreatif dan inspiratif dalam menampilkan konteks teologis dan praktek agama kontemporer. Sedangkan kepercayaan kepada kesadaran beragama dan batasannya mesti dikembalikan kepada keyakinan agama tersebut berdasarkan kitab suci yang dianut. Etika dasar korelasitas ini menegaskan bahwa agama tidak bersumber dari budaya baru media, tetapi sebagai konten yang dikemas sebagai bagian dari interaksi dan komunikasi antar umat beragama.

Korelasi agama dan media bersifat timbal balik. Revolusi kemajuan teknologi media bertemu dengan watak keagamaan yakni sebuah keyakinan yang dijalankan secara sadar. Sementara watak media baru semakin interaktif dan konvergen. Kedua watak ini secara signifikansi menjadi identitas media baru yang melahirkan dunia baru. Oleh karena itu, indikator utama dalam menilai media baru dan budaya baru adalah kebermanfaatan praktek keagamaan dari adanya jaringan,

informasi dan interaksi. Menurut Truna (2024) bahwa Agama dan keberagaman dalam masyarakat merupakan realitas sosial yang menunjukkan adanya suatu keyakinan dalam masyarakat dan diekspresikan dalam bentuk pemikiran dan aktivitas yang dilakukan oleh pemeluknya baik secara berkelompok maupun sendiri-sendiri. Pengalaman keagamaan memancar dalam perilaku manusia secara empirik sehingga dapat diamati dan dikaji.

### **Pikiran Penutup; Membayangkan religius di dalam dan melalui digital**

Artikel yang ditulis oleh Stewart M.Hoove dalam Campbell (2013) mengungkap trend agama digital yang muncul pasca Musim Semi Arab 2011, yang fokus pada dampak digitalisasi terhadap praktik keagamaan dan spritualitas. Dia mengangkat persoalan terkait peluang dan tantangan yang diberikan oleh ruang digital, seperti potensi praktik keagamaan secara online untuk menantang otoritas keagamaan tradisional dengan membuka interaksi sosial yang serba digital.

Praktik keagamaan secara daring disatu sisi dinilai lebih rendah tingkat praktik keagamaannya, tetapi disisi lain bisa lebih memberikan pengalaman dengan Tingkat spritualitas yang

mendalam. Penting baginya terdapat keberimbangan antara praktik keagamaan secara daring dan luring dengan komunitas. Selain itu perlu kiranya pendekatan kritis terkait dengan dampak dari determinisme teknologi.

Lebih lanjut Hoove menegaskan bahwa media baru berperan penting sebagai ruang pembentukan identitas keagamaan dan mendorong keterlibatan komunitas melalui platform digital seperti media sosial.

Hoove (2013) menekankan akan pentingnya keseimbangan antara keterlibatan melalui online dan langsung dengan komunitas, serta perlunya pendekatan kritis terhadap dampak teknologi. Lebih lanjut dia menyatakan peran media baru sebagai ruang pembentukan identitas keagamaan yang bisa mendorong peran aktif komunitas melalui platform digital media sosial. Namun, terdapat tantangan etika dan teologis yang harus dihadapi, seperti keaslian dan otoritas keagamaan dalam format digital. Lebih lanjut Hoove khawatir terkait privasi dan kesahihan informasi. Penting baginya peran pemuka agama dan pembuat konten dalam membangun kondusifitas lingkungan yang aman dan informatif. Teks dan visual yang terdapat dalam agama digital menyerukan pada kita

untuk terus mengingatkan agama bisa adaptif dalam era digital saat ini, dengan menekankan nilai-nilai pokok keagamaan tetap terawat, dan praktik keagamaan terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi tanpa menghilangkan substansi ajaran agama yang kita anut.

Saat ini, media baru, seperti media sosial telah menjadi platform yang penting untuk ekspresi keagamaan di ruang digital, yang mendorong konektivitas individu dari beragam latar belakang untuk berperan aktif dalam praktik keagamaan tanpa sekat batas wilayah. Interaksi dan konektivitas yang diberikan oleh platform media sosial seperti, Youtube, TikTok, Instagram, Whatsapp, dan Facebook memberikan fitur-fitur menarik untuk memperkuat komunitas keagamaan dalam mengeksperikan nilai-nilai agama yang dianutnya, dengan berbagi pengalaman, berdiskusi, menciptakan ruang inklusif yang mendorong dialog akan pemahaman antaragama maupun lintas budaya dan agama.

Berkenaan dengan hal tersebut, perlu diantisipasi tantangan yang mengemuka terkait dengan penyebaran informasi yang tidak akurat alias hoax, dengan membangun literasi media bagi para pengguna media sosial. Dengan ini,

diharapkan media sosial bisa berfungsi sebagai alat untuk memperkuat kesetiakawanan antar umat beragama dan membangun Masyarakat yang lebih toleran dalam bingkai moderasi beragama. Untuk itu, penting artinya untuk terus mengeksplorasi relasi agama dan teknologi dalam mengoptimalkan potensi positif dan meminimalkan dampak negatif. Tingkat terpaan media sosial yang tinggi seperti pada TikTok mengindikasikan bahwa teknologi sudah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia di era digital ini, Mulai dari kebutuhan mencari informasi, mengisi waktu senggang, mencari teman, tempat berkreatifitas dan berekspresi, dan membangun potensi ekonomi.

Media sosial telah mengubah perilaku manusia dan lingkungannya. Melalui media digital berbasis internet, interaksi manusia tunduk pada hukum-hukum platform jejaring sosial. Oleh karena itu realitas keagamaan dalam media sosial bersifat *Realitas Augmented* (integrasi dimensi digital dalam dunia nyata).

Realitas augmented ini mencerminkan kemampuan media sosial hadir dimana-mana dan dapat menembus kemana-mana. Keberadaan agama digital karenanya dianggap

sebagai kekuatan dominan. Realitas augmented menjadikan kehidupan manusia di dunia nyata seolah-olah tidak bisa hidup tanpa dunia maya. Sehingga pemenuhan dari kebutuhan dan kepuasan atas sesuatu yang tidak bisa diraih dalam dunia nyata dapat diperoleh dalam dunia maya melalui teknologi dengan segala perintahnya dalam kekayaan fitur media sosial. Keberadaannya media sosial kini dianggap sebagai kekuatan sosial yang utama dalam menyuarakan aspirasi dan ekspresi. Dampaknya adalah terjadinya budaya *technopoly*, suatu budaya yang dikontrol oleh teknologi.

Sebagai perpaduan antara teknologi, keyakinan dan praktek beragama, agama digital juga berpotensi melahirkan agresifitas. Maksudnya adalah pada levelitas tertentu militansi beragama yang terintegrasi dengan platform media sosial, khususnya tiktok dapat melahirkan komunitas yang berpotensi eksplosif dengan berbagai potensi ancamannya. Hal ini disebabkan karena keresahan atas tuduhan kesalahan komunitas agama lain terhadap suatu teologi yang berbeda. Contoh, adanya ancaman baik verbal maupun non verbal yang disampaikan langsung maupun tidak langsung

terhadap konten-konten agama digital tertentu.

Adapun hal yang berkenaan dengan agresifitas dalam agama digital adalah adanya hubungan penggunaan media sosial dengan ketersinggungan tertentu atas pesan maupun informasi praktek dan keyakinan keagamaan yang dianggap salah. Potensi agresifitas dalam agama digital lahir karena media sosial menjadi lebih dominan dan memberikan pengaruh langsung dibandingkan media lainnya. Potensi agresifitas dari agama digital juga disebabkan karena rendahnya pendidikan dan pemahaman terhadap kepercayaan yang dianutnya, sehingga pembelaan terhadap keberadaan atau eksistensi Tuhan menjadi membabi buta. Misalnya respon reaktif ketersinggungan atas pemahaman agama yang dianggap salah dibalas dengan membakar kitab suci melalui media agama digital sehingga menjadi konsumsi publik.

## SIMPULAN

Tinjauan literatur buku *Digital Religion : Understanding Religious Practice in The New Media World* membuka diskursus terkait media sosial telah menjadi ruang baru untuk ekspresi keagamaan, yang mana pengguna media sosial bisa mengekspresikan

keagamaan mereka secara kreatif dan menarik.

Heidi A. Campbell sebagai penyusun juga editor yang menghimpun tulisan dari para pemerhati dan praktisi media dan agama memberikan kerangka untuk memahami terkait media baru dalam pengalaman keagamaan, dengan segala tantangan dan kebermanfaatnya. Baginya menjadi penting artinya pemahaman tentang interaksi antara praktik keagamaan dan teknologi digital, serta kontribusinya terhadap pembentukan komunitas yang harmoni menjadi suatu hal yang harus diwujudkan.

Relasi agama dan media baru dalam praktek keagamaan masyarakat modern bisa ditelisik lebih detil melalui 5 (lima) pendekatan, yakni : determinisme teknologi, mediatisasi agama, media makna, mediasi bentuk-bentuk sakral dan pembentukan teknologi secara sosial. Dalam konteks ini, lima pendekatan tersebut kemudian terkait dengan hal-hal krusial dalam kehidupan manusia, yang mana etika harus menjadi arus utama dalam media digital, meliputi sikap, cara berkomunikasi dan perilaku dalam bermedia. Etika ini pada juga berlaku pada filosofis agama digital yakni media sosial seolah-olah menjadi legitimasi

otoritas keagamaan, dan seolah-olah agama adalah produk dari budaya baru. Padahal Agama adalah sistem keyakinan dan peribadatan yang telah diatur dan ditentukan oleh sang Pencipta.

Ketiadaan etika dalam beragama digital berpotensi menimbulkan agresifitas adanya hubungan penggunaan media sosial dengan ketersinggungan tertentu atas pesan maupun informasi praktek dan keyakinan keagamaan yang dianggap salah. Hal ini dapat menimbulkan konflik dari dunia maya ke dunia nyata yang sulit didamaikan dan berdampak jangka panjang karena sensitifitas persoalan dan isu agama..

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Matori. (2024). Peluang dan Tantangan Media Sosial TikTok dalam Pendidikan Agama Islam pada era Society 5.0. *Jurnal Inspirasi*, 8(1), 1-15.
- Campbell, Heidi A. (2013). *Introduction: The Rise of the Study of the Digital Religion.* In *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. 1st ed., 1–21. London and New York: Routledge.
- Fisher, Mary P. (2016). *Living Religions*. Laurence King Publishing, London.
- Garner, Stephen. (2013). *Theology and The New Media - in " Digital Religion: Understanding Religious Practice in the New Media World"*. edited by Heidi A Campbell Routledge, 1st ed., 1–21. London and New York: Routledge.
- Hoover, Stewart M. (2013). *Concluding thoughts: Imagining the religious in*

- and through the digital - in “ Digital Religion: Understanding Religious Practice in the New Media World”. edited by Heidi A Campbell Routledge, 1st ed., 1–21. London and New York: Routledge.*
- Husna Fathayatul, Dony Arung Triantoro Dan Raudhatun Nafisah. (2022). *Tiktok Islam: Ekspresi Anak Muda, Media Baru, dan Kreativitas Di Masa Pandemi, dalam Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, Volume 4(2)*
- Johns, Mark D. (2013). *Ethical issues in The Study of Religion and New Media - in “ Digital Religion: Understanding Religious Practice in the New Media World”. edited by Heidi A Campbell Routledge, 1st ed., 1–21. London and New York: Routledge.*
- Lister, Martin. (2009). *New Media: a critical introduction, Newyork: Routledge.*
- Lundby, Knut. (2013) *Theoretical Frameworks for Approaching Religion and New Media - in “ Digital Religion: Understanding Religious Practice in the New Media World”. edited by Heidi A Campbell Routledge, 1st ed., 1–21. London and New York: Routledge.*
- Mukhroman, Iman., Ahmad, Ikhsan,, Gumelar, Rangga. (2024). *Pembentukan Opini Publik pada Pemilihan Umum 2024 (Studi Kasus Opini Publik – Survey Elektabilitas Capres-Cawapres 2024 Pasca Debat Pertama). Jurnal Syntax Idea. 6(6).*
- Silviani, Sari., Akbar. (2023). *Resepsi Al-Qur’an di Media Sosial (Studi atas Pengamalan QS. Yusuf/12: 4 di TikTok)”. Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian. 18(1)*
- Truna, Dody S. (2024). *Agama dan Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi. Buku. Gunung Djati Publishing.*