

Praktik Cyber Religion Remaja Perkotaan

Akhmad Pandhu Wijaya¹ | Agung Nugroho² | Mahfudlah Fajrie³ | M. Nashrul Haqqi⁴ | Puja Pratama⁵ | Achmad Umar Setyadi⁶ | Virasti Setiani⁷ | Dwi Fania⁸

^{1,5}Teknik Informatika, Universitas Wahid Hasyim Semarang, Indonesia

^{2,6}Teknik Mesin, Universitas Wahid Hasyim Semarang, Indonesia

^{3,4,7,8}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia

Cara Mengutip: Wijaya, A. P., Nugroho, A., Fajrie, M., Haqqi, M. N., Pratama, P., Setyadi, A. U., Setiani, V., & Fania, D. (2023). Praktik Cyber Religion Remaja Perkotaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 208-217. Doi: <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.404>

ARTICLE INFO

Article History

Received : 07 Oktober 2023

Revised : 21 November 2023

Accepted : 28 November 2023

DOI :

<https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.404>

Keywords:

cyber religion;
social media;
urban teenagers

Correspondence Author

Mahfudlah Fajrie
mahfudlahfajrie@unisnu.ac.id

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. CC-BY-SA

ABSTRACT

The emergence of various models of religion in the cyber era has certainly influenced the religious behavior of teenagers in cities. This research seeks to analyze cyber religion practices carried out by Muslim teenagers in the city, by focusing on the use of social media in their religious practices. This research uses an ethnographic method with the supporting method being virtual ethnography. The informants were Muslim teenagers. Data collection techniques use observation, interviews and documentation. The research results show that the practice of cyber religion has become a routine for teenagers, this is done as a form of seeking religious information or knowledge and deepening Islamic teachings, apart from that the practice of cyber religion is also used as entertainment for some teenagers. The digital platforms that are often used are YouTube and Instagram. These two media are popular with teenagers because they are considered to represent the needs and lives of urban teenagers who are mobile, fast and instant, so that for teenagers the most important thing in religious practice is the media and the information. This is what allows anyone to become a figure (da'i) transmitting religious teachings, and can even cause the death of religious figures.

ABSTRAK

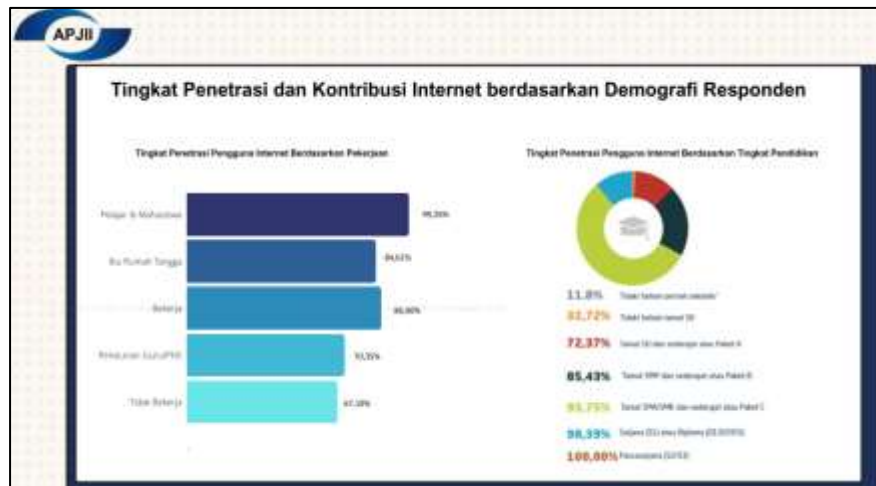
Munculnya beragam model keberagamaan di era cyber ini tentunya mempengaruhi perilaku beragama para remaja kota. Penelitian ini berusaha menganalisa praktik cyber religion yang dilakukan remaja muslim di kota, dengan berfokus pada penggunaan media sosial dalam praktik keagamaannya. Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan metode pendukung adalah etnografi virtual. Informannya adalah para remaja muslim. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik cyber religion sudah menjadi rutinitas para remaja, hal tersebut dilakukan sebagai wujud untuk mencari informasi atau pengetahuan agama dan memperdalam ajaran Islam, selain itu praktik cyber religion juga digunakan sebagai hiburan bagi sebagian remaja. Platform digital yang sering digunakan adalah youtube dan instagram. Kedua media tersebut digemari para remaja karena dianggap merepresntasikan kebutuhan dan kehidupan remaja kota yang mobile, cepat dan instan, sehingga bagi para remaja yang terpenting dalam praktik keagamaan adalah media dan informasinya. Hal inilah yang membuat siapapun bisa menjadi tokoh (da'i) penyampai ajaran agama, bahkan bisa membuat matinya tokoh-tokoh agama.

Pendahuluan

Penelitian ini menganalisa model *cyber religion* yang dilakukan remaja di kota. Hal ini menjadi menarik karena beragama di era *cyber* telah mengalami perubahan dan pergeseran perilaku baik model beragama maupun pemahaman terhadap agama. Masyarakat di era post-industrial mulai menghadapi gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet dan fitur multimedia. Tidak lebih dari satu dekade, telepon telah berkembang menjadi telepon seluler (*handphone*) yang *mobile*. Teknologi komputer dan sistem yang ditawarkan, kehadiran internet yang memungkinkan para penggunanya menjelajahi ruang dan waktu tanpa batas, kemudian menyatu dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif (Preston, 2001). Fenomena penyatuan atau perpaduan teknologi informasi dan komunikasi, media massa dan media komunikasi konvensional sering disebut konvergensi media. Konvergensi media yaitu penyatuan atau penggabungan berbagai media massa dan teknologi informasi ke dalam satu paket perangkat *gadget* yang memudahkan pemiliknya mengakses berbagai informasi dan tayangan.

Dampak adanya konvergensi media, hampir seluruh masyarakat Indonesia mempunyai gawai (*gadget*) atau dikenal dengan istilah *smartphone*. Kehadiran gawai mampu memenuhi kebutuhan akan informasi dengan sangat cepat, tepat, dan akurat. Selain itu, hal-hal yang dahulu dikerjakan secara manual dan membutuhkan waktu yang lama, kini dengan bantuan gawai semua pekerjaan dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat. Adanya gawai atau telepon seluler yang *mobile* menjadikan perubahan perilaku masyarakat karena menawarkan kemungkinan komunikasi tanpa batas dan kemudahan pemiliknya untuk mengakses berbagai informasi dan tayangan, hal ini karena konvergensi media memadukan perangkat teknologi informasi dengan internet, merupakan langkah revolusioner yang memungkinkan para pengguna gawai (*gadget*) bisa berada pada realitas virtual, menikmati informasi dan tayangan serentak dan meluas.

Berbicara tentang internet, hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02% (APJII, 2022). Penggunaan internet semakin meningkat karena kemudahan mengaksesnya salah satunya dengan menggunakan gawai, sehingga anak-anak remaja dan orang dewasa pun bisa dengan mudah mengakses internet dan di mana saja tempatnya. Bahkan, untuk kegiatan keagamaan pun masyarakat Indonesia tetap membutuhkan dan tidak bisa meninggalkan gawai. Di sisi lain berdasarkan fakta dan statistik, pengguna gawai didominasi oleh usia anak dan remaja (Arif, 2022). Hal ini menjadi sebuah persimpangan dikarenakan anak-anak dan remaja atau yang disebut *net generation* lebih memilih gawai untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, bahkan untuk urusan agama. Hal ini tidak bisa lepas dari kehidupan remaja yang sangat familier dengan media sosial, bahkan remaja di perkotaan maupun pedesaan tidak lagi nampak perbedaannya karena sudah sama-sama mengenal media digital dan media sosial.



Gambar 1. Tingkat Penetrasi Pengguna Internet
Sumber: APJII (2022)

Penelitian ini bertolak dari munculnya fenomena kekinian di masyarakat sebagai implikasi dari perkembangan teknologi informasi, sehingga muncul konvergensi media. Menurut Kellner (2013) membuktikan keberadaan masyarakat pascamodern “jenis baru”. Peran media begitu penting dalam membentuk masyarakat pasca-modern jenis baru yang ditandai dengan semakin tergantungnya orang-orang dengan media sehingga kehidupan mereka sangat dipengaruhi olehnya, terutama para kaum remaja kota yang dalam kesehariannya tidak bisa lepas dengan teknologi. Dibuktikan dengan tingkat konsumsi remaja kota terhadap media sosial (Hatta, 2018). Selain itu, kehadiran teknologi tentunya telah mempengaruhi perilaku remaja dalam keseharian baik di bidang pendidikan, sosial maupun keagamaan (Lauer, 2003).

Dengan maraknya teknologi internet muncul praktik-praktik *cyber religion* dikalangan para remaja, proses pencarian pengetahuan agama dan informasi-informasi keagamaan juga semakin mudah dan instan. *Cyber religion* adalah sebuah fenomena yang menggambarkan pola beragama masyarakat dengan proses visualisasi agama dan budaya. Konsep *cyber religion* memberikan cara untuk mengeksplorasi dan mempertanyakan asumsi dan pemahaman tradisional tentang agama dimana ia terlibat dengan konteks budaya dan teknologi baru yaitu dalam dunia maya dan virtualitas (Bauwens, 2012; Hojsgaard, 2005). Merebaknya praktik *cyber religion* dikarenakan hadirnya internet di kalangan masyarakat dan kemudahan dalam mendapatkannya. Internet menjadi ruang baru dalam berekspresi mengenai keagamaan dan memiliki potensi dalam penyebaran ajaran agama dan aktivitas dakwah. Menjadi menarik ketika beragam bentuk media komunikasi yang memiliki berbagai macam fitur kegunaan dijadikan sebuah peluang oleh sejumlah kalangan remaja muslim untuk kepentingan beragama. Tujuan penelitian ini berusaha mengkaji perilaku beragama para remaja kota saat ini dengan adanya perkembangan teknologi digital yang begitu masif, karena bagaimanapun juga saat ini agama juga telah bertransformasi praktiknya dengan adanya teknologi digital. Sehingga dikenal dengan istilah *cyber religion* atau beragama melalui media *cyber*. Dimana menurut riset Malik (2021) bahwa *cyber religion* memberikan peluang dakwah atau menyebarkan ajaran agama dengan dunia maya sebagai tempatnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam teks tertulis ataupun tidak tertulis baik dari lisan maupun perilaku dari orang yang dapat diamati (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015). Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi, mengingat sifatnya yang *holistic integratif* dan penelitian ini lebih memusatkan pada nilai-nilai, ritual, keyakinan, bahasa, adat istiadat dan tingkah laku sekelompok orang yang berinteraksi dalam lingkungan sosial-ekonomi, religi, geografis dan politik.

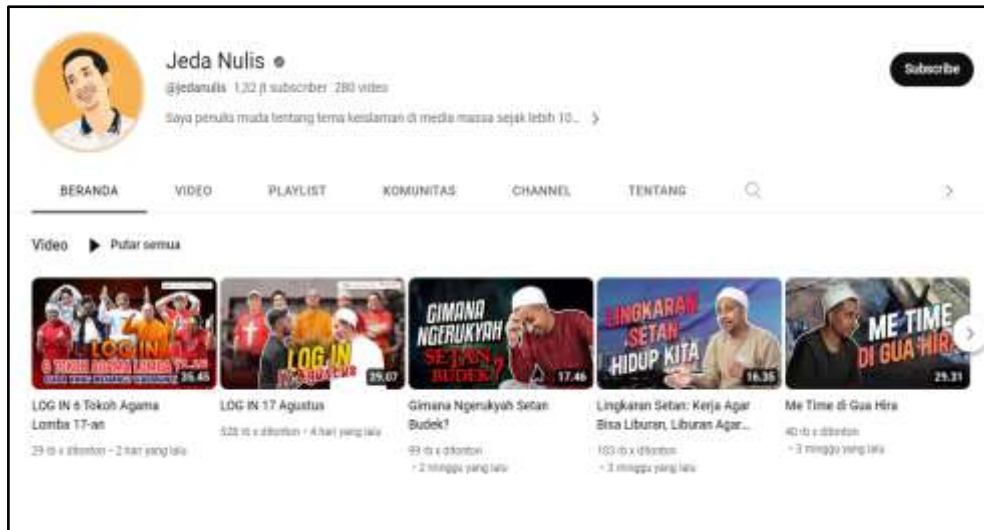
Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang, tepatnya pada Universitas Wahid Hasyim Semarang. Sedangkan informannya adalah para remaja mahasiswa yang beragama Islam. Pemilihan lokasi dengan pertimbangan karena Kota Semarang adalah jantung kota Jawa Tengah dan pusat pemerintahan di Jawa Tengah, selain itu memilih Universitas Wahid Hasyim adalah karena termasuk salah satu perguruan tinggi swasta Islam terbesar di Jawa Tengah. Hal ini menjadi penting karena fokus dalam penelitian ini adalah para remaja muslim kota dan cakap dengan teknologi digital, sehingga jelas dan tepat dalam meneliti terkait praktik *cyber religion*. Teknik menentukan informan menggunakan *snowball sampling* karena jumlah remaja di Universitas Wahid Hasyim yang begitu banyak berkisar di 6000an mahasiswa, sehingga tidak mungkin dapat mencakup kesemua unsur, sehingga informan diambil keterwakilannya saja. Sumber data terdiri dari primer dan sekunder. Data primer didapat melalui informan langsung dengan wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder di dapat dari dokumentasi serta metode etnografi virtual sebagai metode pendukung. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipan, wawancara dan juga dokumentasi. Namun karena pendekatan yang digunakan etnografi sehingga peneliti juga berusaha masuk dalam kehidupan dan kegiatan para informan, agar datanya lebih akurat.

Hasil dan Pembahasan

Media sosial yang dikenal dan digemari kalangan remaja di Kota Semarang berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi dengan *rating* tertinggi yaitu youtube, kedua instagram, tiktok, website dan di urutan terakhir adalah facebook. Hal ini berdasarkan hasil survey dan wawancara dengan beberapa informan remaja kota. Hal ini diperkuat berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yang mengatakan bahwa youtube menjadi media sosial yang paling diminati para remaja, terutama untuk konten keagamaan, karena dianggap memiliki durasi video yang lebih panjang sehingga informasi yang didapatkan utuh tidak sepotong-potong, selain itu kemudahan dalam mengakses youtube juga menjadi pertimbangan penting bagi para remaja.

Menurut informan lain dari beberapa remaja mahasiswa, mengatakan bahwa youtube memiliki beberapa kelebihan dalam memberikan informasi kepada khalayak terkait konten keagamaan, dimana seseorang ketika menonton video youtube bisa langsung melihat si penceramah (da'i) dan juga bisa langsung mendengarkan suaranya, sehingga informasi keagamaan tersebut mudah dipahami dan dimengerti oleh para remaja, selain itu meminimalkan kesalahfahaman dari informasi yang didapat melalui youtube. Berbeda dengan informasi-informasi yang didapat melalui media instagram maupun tiktok yang hanya sepenggal atau sepotong video saja, sehingga bisa menimbulkan *missunderstanding* dan *misscommunication*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yakni Salma, Andhika dan Ferdy yang menyatakan bahwa media youtube dapat memberikan wawasan dan pengetahuan lebih, ketika kita benar-benar menyimak ulasan materi yang disampaikan di video tersebut, youtube membuat orang tertarik karena tidak hanya suara tetapi juga dilengkapi gambar (audio visual), sehingga jika ada materi yang tertinggal atau kurang faham bisa diputar kembali. Sebagai contoh, beberapa informan menyukai konten youtube Habib Jafar yang sering menyajikan bintang tamu dengan tokoh agama lain, sehingga remaja menyukai dakwahnya yang mengupas berbagai sudut pandang terhadap agama Islam maupun agama lain. Di youtubanya konten disajikan dengan metode diskusi, tanya jawab dengan netizen dengan *tagline* 'pemuda tersesat' sehingga pembahasan konten lebih komprehensif, rata-rata informan menonton youtubanya dengan durasi 15 menit sampai 30 menit". Konten dari youtube Habib Jafar banyak ditonton dan disukai oleh kalangan remaja karena dianggap cocok untuk kaum milenial dan generasi Z, penggunaan bahasa yang santai dan menggunakan bahasa-bahasa gaul remaja dan gaya penyampaian yang fleksibel membuat dakwah melalui *chanel* youtube Habib Jafar dengan nama 'Jeda Nulis' ini mudah dipahami oleh kalangan remaja muslim.



Gambar 2. Chanel Youtube Habib Jafar (Jeda Nulis)

Sumber: Youtube Jeda Nulis (2023)

Para remaja yang menggemari konten-konten keagamaan pada media youtube digunakan sebagai bahan untuk memperdalam pengetahuan agama dan memahami ajaran agama Islam. Selain itu beberapa remaja kota lebih menjadikan informasi dari konten-konten keagamaan yang ada di youtube sebagai bahan hiburan dikala waktu senggang. Seperti hasil wawancara dengan salah satu remaja bernama Aji yang menyatakan bahwa dia suka nonton youtube sholawatannya Habib Zainal Abidin, dan merasa terhibur sehingga suka dengan konten-kontennya. Bahkan Aji menonton sholawatannya sekitar 3 sampai 4 jam. Sama hal nya dengan Laela yang menyukai youtube terutama chanelnya Habib Ali Zainal Abidin, karena mudah diakses, dan yang disukai dari youtubenya Habib Ali Zainal Abidin adalah dalam menyampaikan dakwahnya, beliau juga merupakan pemimpin grup Hadroh Az-Zahir dari Pekalongan yang sangat disukainya. Dan untuk waktu mengakses platform youtube Laela tidak teratur, tergantung kebutuhan dan waktu sehari-hari.

Sedangkan Nisa menyatakan bahwasanya dia memilih youtube karena dianggap sebagai media yang relevan untuk menyampaikan dakwah dan bisa diterima semua kalangan serta dapat memberikan pemahaman lebih dalam terkait ajaran agama. Jika sedang menonton dakwah di Youtube Nisa menghabiskan waktu sampai 2 jam. Informan ini sering menonton tokoh Hanan Attaki yang dianggap dapat memberikan motivasi terkait kehidupan anak muda terutama dalam menjalani hidup berdasarkan pedoman ajaran Islam. Sama halnya dengan hasil wawancara Lina yang menyukai konten youtube ustadz Hanan Attaki karena dakwahnya lebih mengarah ke kaum milenial, penyampaiannya menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan penjabaran materinya sangat jelas, jika melalui youtube materi dakwah yang disampaikan bisa jelas dan panjang, berbeda dengan instagram yang cuma berisi point-pointnya saja, sedangkan Lina menghabiskan waktu untuk menonton materi dakwahnya Hanan Attaki kurang lebih 1 jam lamanya.



Gambar 3. Kanal Youtube Hanan Attaki

Sumber: Youtube Hanan Attaki (2023)

Salah satu remaja Putri bernama Linda justru menyukai media youtube karena kontennya lebih lama dan dia bisa menontonnya selama 1 jam hingga 2 jam. Putri dan Linda menyukai konten dr. Fahrurddin Faiz, karena cara penyampaiannya yang sederhana, muatan materi filsafat dan kisah tokoh yang dikolerasikan dengan kehidupan sehari-hari, selain itu suaranya tenang dan nyaman didengar. Sama halnya dengan Pujiati yang lebih memilih media youtube karena kemudahan dalam mengakses video dan logaritma yang sudah terbentuk. Chanel youtube yang disukai adalah Fahrurddin Faiz, dan biasanya dia mendengarkan podcast Masjid Jendral Soedirman tentang *ngaji* filsafat.



Gambar 4. Chanel Youtube Masjid Jendral Soedirman (Fahrurddin Faiz)

Sumber: Youtube Masjid Jendral Soedirman (2023)

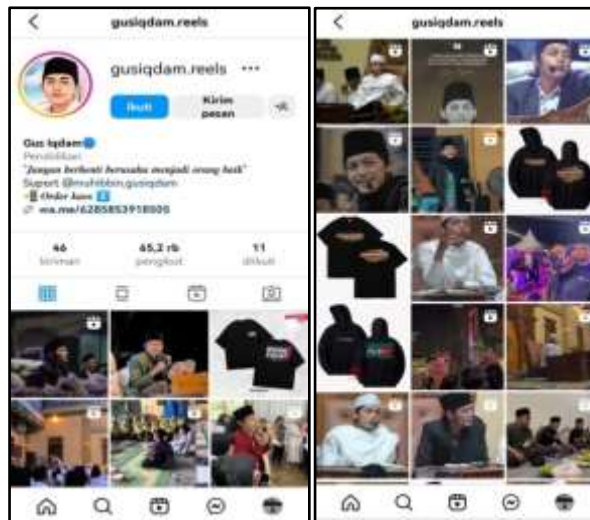
Sedangkan Iqbal dan Latifah mengatakan bahwa youtube digemari para remaja karena memberikan informasi *ter-update*, selain itu youtube bisa menambah pengetahuan tidak hanya terkait agama tetapi semuanya tersedia di platform tersebut dari mulai inspirasi, motivasi, hiburan dan lain sebagainya. Bahkan selain sebagai media pembelajaran youtube bahkan digunakan sebagai bahan pelarian bagi beberapa remaja. Oleh sebab itu para remaja betah berlama-lama untuk menonton youtube karena yang mereka butuhkan semua tersedia di platform tersebut, bagaikan mall yang menyediakan semua kebutuhan hidup, kita tinggal memilihnya saja. Selain beberapa *channel* Youtube di atas yang digemari para remaja, ada pula *chanel* youtubenya Habib Jindan, Quraish Shihab dan Ustadz Adi Hidayat (Adi Hidayat official) dikarenakan dengan menonton *chanel* tersebut remaja merasa diberikan ilmu lebih dan pandangan luas serta bisa memahami lebih dalam tentang ilmu Al-Qur'an dan ilmu agama.

Dari hasil wawancara dan observasi dengan beberapa remaja di Kota Semarang menunjukkan bahwa media youtube menjadi platform yang memiliki rating tertinggi karena diminati kalangan remaja

dengan alasan menampilkan bentuk audio visual dengan durasi panjang sehingga penonton bisa menerima informasi secara utuh bahkan bisa diputar kembali sewaktu-waktu dan berulang-ulang. Kemudahan mengakses Youtube juga menjadi pertimbangan penting bagi remaja. Youtube sebagai media sosial yang menyajikan beragam informasi dari keagamaan, pengetahuan, bahkan hiburan. Hal ini yang membuat para remaja bisa berlama-lama menonton youtube dalam sehari dengan durasi 15 menit sampai 5 jam lamanya. Jika dianalisis waktu dalam sehari bisa dihabiskan hanya untuk menonton youtube saja. Selain itu melihat beberapa fungsi dari youtube yang digunakan sebagai media dalam *cyber religion*, para remaja kota tidak hanya digunakan sebagai bahan untuk memperdalam pengetahuan agama Islam dan lebih memahami ajaran Islam, ternyata konten-konten keagamaan Islam juga dijadikan bahan hiburan bagi sebagian remaja muslim. Hal ini menjadi menarik bahwa konten keagamaan yang seyogyanya adalah siraman rohani bahkan petuah untuk manusia berperilaku lebih baik, justru dijadikan tontonan hiburan untuk menghilangkan stres, lelah dan sebagai bahan tertawaan.

Namun di sisi lain, media youtube yang dikonsumsi para remaja, sebagian dari mereka lebih mengutamakan materi yang disampaikan dalam youtube tersebut dibandingkan tokoh penceramahnya atau da'i nya. Jadi siapapun yang menyampaikan materi keagamaan tersebut bagi mereka itu tidak menjadi hal penting bahkan merisaukan, karena yang lebih utama adalah materi keagamaannya. Seperti dalam wawancara dengan beberapa informan remaja di Kota Semarang yang sedang menjadi mahasiswa di Unwahas, bahwasanya yang saya disukai dari konten-konten keagamaan yang ada di media Youtube adalah materi yang disampaikan terutama terkait *quote-quote* (kata-kata bijak atau motivasi) keagamaan. Namun ada pula beberapa remaja yang berpendapat berbeda bahwasanya kalau menonton video keagamaan yang di youtube memang karena tokohnya (da'i) enak dalam menyampaikan materi, jadi tidak hanya tokoh saja tetapi juga gaya penyampaian dan juga materi yang disampaikan, jadi ketiga unsur tersebut penting semua.

Jadi dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa tokoh (da'i), cara penyampaian (metode dan gaya) serta materi dakwah yang disampaikan tetap menjadi tolak ukur para remaja dalam mengkonsumsi media youtube yang mereka gemari. Namun, dari banyak informan remaja di kota lebih memilih tokoh (da'i) sebagai tolak ukur dalam menonton dakwah Islam maupun konten-konten keagamaan Islam melalui media youtube. Selain media youtube, ada pula instagram yang menjadi media kedua paling disukai oleh remaja muslim di Kota Semarang dengan berbagai alasan dan pertimbangan. Seperti dalam hasil wawancara dengan beberapa informan salah satunya Siska yang menyatakan bahwa menyukai instagram karena durasi videonya lebih pendek sehingga tidak gampang membuat bosan, dan menyukai instagramnya Gus Iqdam karena ceramah beliau bisa mengikuti perkembangan anak muda zaman sekarang, biasanya Siska menggunakan instagram sekitar 15 menit sampai 1 jam dalam sehari. Hal ini tentunya berbanding terbalik dengan media youtube yang disukai para remaja muslim karena dianggap menampilkan video berdurasi panjang dan komplis tidak sepotong-potong.



Gambar 5. Instagram Gus Iqdam yang Memiliki Pengikut Kaum Remaja
Sumber: Instagram Gus Iqdam (2023)

Sedangkan Darojatul dan Salma menyatakan bahwa instagram memberikan informasi secara luas. Dengan instagram para remaja bisa mengikuti konten kreator favoritnya, sehingga bisa *update* di beranda instagram. Darojatul dan Salma menyukai Aab elkarimi karena sering mengupas topik yang sedang *trend* dengan sudut pandang Islam melalui narator kritis yang relevan dengan hukum Islam zaman sekarang. Di instagram, Aab membuat konten tidak lebih dari 3 menit namun mampu dibawakan melalui narasi kritis sehingga penonton diajak untuk merenung dan berpikir. Tidak hanya melalui youtube dan instagram, para remaja muslim di kota Semarang juga gemar mencari pengetahuan-pengetahuan agama melalui tiktok, facebook dan website. Namun ketiga media sosial ini tidak menjadi pilihan utama dalam remaja berselancar agama di media. Tik-tok hanya digunakan sebagai hiburan saja, walaupun itu konten-konten agama, sedangkan facebook digunakan sebagian remaja untuk mencari informasi-informasi agama yang sedang viral dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang sedang berlangsung saat ini. Berbeda dengan website yang digunakan remaja muslim untuk mengecek atau memvalidasi kebenaran informasi yang didapatkan melalui media sosial lain, karena informasi yang di dapat melalui website resmi dianggap lebih bisa dipercaya kebenarannya.

Dari beberapa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di atas, menunjukkan bahwa remaja muslim di kota lebih familier dengan media sosial, bahkan untuk urusan keagamaan sehari-hari, hal ini tidak lepas dari ketergantungan remaja terhadap media sosial (Hatta, 2018). Praktik *cyber religion* dikalangan remaja muslim di kota sudah menjadi kegiatan sehari-hari dan menjadi sebuah komunitas, hal ini seperti yang disampaikan Castells (2004) bahwa era modern dengan teknologi saat ini membuat masyarakat tidak bisa lepas dari jaringan agar saling terhubung dengan komunitasnya. Media sosial yang paling mendominasi dalam praktik *cyber religion* remaja kota adalah platform youtube dan instagram. Youtube dianggap memberikan informasi dan pengetahuan secara utuh karena ditampilkan dengan audio visual dan durasi yang panjang, selain itu dari sisi tokoh agama yang menyampaikan pesan juga didominasi pada tokoh (da'i) muda. Jadi tidak heran apabila remaja saat ini lebih percaya terhadap informasi di youtube bahkan terkadang tidak melihat kredibilitas si penceramah (da'i). Remaja juga lebih menyukai da'i-da'i muda generasi milenial dan Z, dimana bagi mereka adalah sesama orang muda dan segenerasi. Jadi dianggap lebih sesuai pesan yang disampaikan dan mengetahui kehidupan remaja saat ini. Hal ini memperkuat pendapat Rahman (2018) yang menyatakan bahwa tokoh agama (da'i) dalam media sosial seperti youtube menjadi tidak lagi penting untuk dipertanyakan pengetahuan agama dan intelektualitasnya, karena dalam media yang berkuasa untuk memilih adalah penonton atau konsumennya.

Selain digunakan sebagai media untuk mencari pengetahuan dan memahami ajaran agama, youtube dengan konten-konten agamapun digunakan remaja sebagai bahan hiburan. Notabene ajaran

agama yang selama ini dianggap sakral, justru di era *cyber* saat ini dapat beralih fungsi sebagai bahan hiburan, dimana penontonnya bisa tertawa dengan melihat ceramah agama, sehingga yang diambil dari pesan terkait pengetahuan agama tersebut hanya humor-humor atau kelucuannya saja yang menjadi titik point penonton tertarik melihatnya. Walaupun di satu sisi media Youtube juga memberikan andil lebih bagi penyebaran agama Islam dimana dakwah yang dulu dilakukan secara tradisional dari mimbar ke mimbar, namun saat ini bisa dilakukan melalui media online dan sangat digemari para remaja (Annazilli, 2018; Hamdan & Mahmuddin, 2021).

Selanjutnya, ada media sosial instagram yang berada di posisi kedua sebagai media sosial yang digemari oleh remaja muslim kota. Sebagai salah satu platform digital, instagram juga memiliki fungsi sebagai media penyampai pesan, dan hal ini pulalah yang mendasari para remaja kota untuk berselancar pesan-pesan agama melalui instagram, dikarenakan pesan-pesan berupa kata-kata atau kuote-kuote serta video-video yang ditampilkan di instagram berdurasi pendek, sehingga tidak menjenuhkan dan meluang waktu yang begitu lama untuk menyaksikan video ataupun membaca konten-konten agama. Walaupun menurut beberapa informan justru dengan video durasi yang pendek sering membuat orang salah faham dalam mengartikan sesuatu karena hanya melihat atau mendengar sepotong-potong saja. Seperti yang disampaikan Yusuf (2023) bahwa instagram juga memiliki kelebihan dan kekurangan, dimana salah satu kelebihannya adalah informasinya bersifat cepat dan ekonomis, selain itu kekurangannya adalah menimbulkan multitafsir dalam implementasinya. Terlepas itu semua, instagram tetap menjadi media favorit remaja untuk berpraktik *cyber religion* karena dianggap merepresentasikan kehidupan remaja yang serba cepat, instan dan ekonomis.

Pada dasarnya praktik *cyber religion* telah dilakukan para remaja muslim di kota seiring dengan kehidupan mereka sehari-hari yang tidak bisa lepas dengan media sosial. Praktik *cyber religion* dilakukan remaja muslim untuk mencari informasi atau pengetahuan agama, memperdalam ajaran Islam atau pengetahuan-pengetahuan terkait agama serta sebagai hiburan semata. Hal ini memperkuat hasil penelitian Fajrie, Arianto, Surya, & Aminulloh (2023) terkait praktik digital religion yang diantaranya digunakan untuk memperdalam pengetahuan agama, maupun membentuk identitas keagamaannya. Remaja melakukannya dengan berselancar di media sosial yaitu youtube, instagram, tik-tok, facebook dan website. Youtube menjadi media terfavorit para remaja muslim kota karena dianggap menyediakan segala informasi dan pengetahuan agama yang mereka cari. Hasil ini mempertegas penelitian Malik (2021) bahwa youtube menjadi guru agama di era *cyber* seperti saat ini. Begitu pula dengan instagram menjadi media alternatif dalam beragama karena dianggap merepresentasikan remaja yang suka *mobile*, cepat dan instan. Namun di sisi lain, ketika beragama melalui media sosial, para remaja terkadang tidak memperhatikan kredibilitas dan kualitas intelektual sang da'i (tokoh agamanya), para remaja cenderung hanya memilih da'i muda yang dianggap merepresentasikan kaum remaja dan memiliki sifat *friendly*. Hasil penelitian ini menjadi titik novelty dengan penelitian-penelitian sebelumnya dimana berfokus hanya pada santri ataupun remaja, namun penelitian ini menemukan bahwa remaja saat ini lebih cenderung pada sosok da'i-da'i muda.

Penutup

Praktik *cyber religion* dilakukan remaja muslim di kota dengan menggunakan media sosial youtube, instagram, tik-tok, facebook dan website. Namun, sebagian besar remaja lebih memilih platform youtube karena dianggap menyuguhkan semua informasi dan pengetahuan agama serta mudah untuk ditonton dan difahami. Selanjutnya, sebagian dari remaja muslim kota menggunakan instagram sebagai media untuk belajar agama. Praktik *cyber religion* yang dilakukan para remaja berfokus pada pencarian informasi-informasi keagamaan, memperdalam ajaran agama dan juga hiburan. Hal ini membuktikan bahwa remaja muslim saat ini lebih gemar memperdalam ajaran agama melalui platform-platform digital dibandingkan belajar agama melalui ustadz ataupun kyai secara langsung. Walaupun terkadang informasi yang didapat melalui media sosial menimbulkan multi tafsir, tapi bagi remaja itu tidak menjadi permasalahan. Bahkan tokoh agama (da'i) bagi sebagian remaja juga tidak menjadi tolak ukur dalam

menentukan pengetahuan agama, hal ini bisa dikatakan bahwa dalam dunia *cyber* yang terpenting itu adalah media dan pesannya, siapa tokoh penyampainya terkadang tidak menjadi ukuran penting, atau bisa diistilahkan “hidupnya media, matinya da’i”.

Acknowledgment

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Wahid Hasyim Semarang dan LPPM Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yang telah memberikan kontribusi pendanaan dan menjalin kerjasama dibidang penelitian dan pengabdian antar perguruan tinggi. Selain itu terimakasih pula kepada Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara atas kepercayaannya dan kerjasamanya.

Daftar Pustaka

- Annazilli, M. H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Syi'ar*, 18(2), 26–44.
- APJII. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Arif, M. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Jakarta.
- Bauwens, M. (2012). *Spirituality and Technology*.
- Castells, M. (2004). *The Network Society*. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Fajrie, M., Arianto, D. A. N., Surya, Y. W. I., & Aminulloh, A. (2023). Al-Quran Digitalization : Adolescent View on the Value of the Digital Al-Quran Application. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(1), 92–106.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80.
- Hatta, M. (2018). Media Sosial sebagai Sumber Keberagamaan Alternatif Remaja dalam Fenomena Cyberreligion. *Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 22(1), 1–30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1-12044>
- Hojsgaard, M. (2005). Cyber-Religion: On the Cutting Edge between the Real and The Virtual. In M. Hojsgaard & M. Warburg (Eds.), *Religion and Cyberspace* (pp. 50–63). London: Routledge.
- Kellner, D. (2013). Baudrillard, Jean (1929-2007). In *Encyclopedia of Media and Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Lauer, R. H. (2003). *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Malik, H. (2021). Youtube Sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion. *AdZikra: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 12(1), 12–26. <https://doi.org/10.32678/adzikra.v12i1.4548>
- Preston, P. (2001). *Reshaping Communication, Technology, Information and Social Change*. London: Sage Publications Ltd.
- Rahman, F. (2018). The Death of the Da'i: The Autonomization of Religious Messages within Cyberspace. *Ulumuna; Journal of Islamic Studies*, 22(2), 255–276. Retrieved from <https://ulumuna.or.id>
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to Qualitative Research Methods A Guidebook and Resources*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Yusuf, M. (2023). Eksistensi Media Instagram Sebagai Upaya Mewujudkan Nilai-Nilai Dakwah dalam Membangun Peradaban Islam di Aceh. *At-Tanjih; Bimbingan Dan Konseling Islam*, 6(1), 56–70.