



Pergeseran Otoritas Keagamaan di Ruang Publik Virtual X (Twitter)

Husnul Muttaqin
UIN Sunan Ampel Surabaya
husnulfiker@uinsa.ac.id

Abstract. The social media platform X (Twitter) has evolved into a virtual public space extensively utilized by its users to discuss various issues, including religion. This phenomenon presents an intriguing subject for investigation, particularly concerning the resurgence of traditional religious authority into the virtual public sphere and the influential capacity of social media algorithms to direct and shape users' religious perspectives. This research examines the shift in religious authority within the virtual public space of social media platform X (Twitter). Qualitative research methods will be employed in this inquiry. The study utilizes data crawling techniques facilitated by an application built using the Python programming language to define the research scope. The study yields several noteworthy findings. Firstly, the emergence of traditional religious authority appears to facilitate the proliferation of more open and substantive religious discussions within the virtual public space. Secondly, the emergence of two novel types of authority within the virtual public space, namely anonymous human authority and impersonal non-human authority. Anonymous human authority derives its legitimacy from social media reputation, while impersonal non-human authority manifests in the form of social media algorithms capable of influencing and shaping religious perspectives through the mechanism of creating algorithmic circles.

Keywords: religious authority, anonymous authority, non-human authority, algorithmic circles

Abstrak: Platform media sosial X (Twitter) berkembang menjadi ruang publik virtual yang banyak digunakan penggunanya untuk

membicarakan berbagai persoalan, termasuk agama. Fenomena ini menarik untuk diteliti terutama dalam kaitannya dengan kembalinya otoritas keagamaan tradisional ke ruang publik virtual dan kekuatan algoritma media sosial yang memiliki kemampuan mempengaruhi dan mengarahkan pandangan keagamaan pengguna media sosial. Metode penelitian kualitatif akan digunakan dalam kajian ini. Penentuan batasan wilayah penelitian dilakukan dengan bantuan *data crawling* melalui aplikasi yang dibuat dengan bahasa pemrograman python. Penelitian ini menemukan beberapa hal yang menarik. Pertama, kemunculan otoritas keagamaan tradisional tampaknya membantu mendorong berkembangnya diskusi-diskusi keagamaan di ruang publik virtual yang lebih terbuka dan substantif. Kedua, kemunculan dua jenis otoritas baru di ruang publik virtual, yaitu *anonymous human authority* dan *impersonal non-human authority*. *Anonymous human authority* memperoleh otoritasnya dari reputasi di media sosial. Sementara *impersonal non-human authority* berwujud algoritma media sosial yang memiliki kemampuan mempengaruhi dan menentukan pandangan keagamaan melalui mekanisme penciptaan *algorithmic circle* (lingkaran algoritma)

Kata Kunci: otoritas keagamaan, otoritas anonim, *non-human authority*, lingkaran algoritma

Pendahuluan

Penelitian ini mengkaji pergeseran otoritas keagamaan di ruang-ruang diskusi virtual, khususnya di platform X yang sebelumnya dikenal dengan Twitter.¹ Pergeseran otoritas ini menarik terutama jika dikaitkan dengan perkembangan terbaru dalam dunia teknologi informasi (media sosial). Teknologi personalisasi yang dikembangkan media sosial melalui algoritmanya mampu mengubah wajah kehidupan manusia. Dalam konteks teknologi personalisasi media sosial inilah, kajian tentang pergeseran otoritas keagamaan di ruang publik virtual menjadi menarik.

Di era digital, agama dihadapkan pada tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika sosial dan budaya yang dipengaruhi oleh teknologi informasi. Penyesuaian ini melibatkan interpretasi ulang atas teks-teks suci

¹ Untuk selanjutnya, tulisan ini akan menggunakan kata X dan Twitter secara bergantian untuk menyebut platform media sosial yang sama. Kata Twitter masih dipakai karena masih banyak digunakan oleh *netizen* untuk menyebut platform X yang kini dimiliki oleh Elon Mask.

dan penyesuaian ritual keagamaan untuk memastikan relevansi agama di era digital.

Agama telah mengalami setidaknya dua gelombang besar perubahan selama era modern. Perubahan pertama terjadi ketika proses industrialisasi merambah hampir seluruh dunia. Agama mengalami transformasi yang radikal seiring dengan perubahan masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern industrial, yang memengaruhi setiap aspek kehidupan manusia, termasuk agama.

Proyek rasionalisasi yang terjadi bersamaan dengan proses industrialisasi dan modernisasi secara langsung menghadirkan tantangan bagi tradisi agama yang cenderung lebih mengedepankan dogma dan sifatnya yang adikodrati daripada ide-ide rasional dari ajarannya. Agama dipaksa untuk melakukan proses rasionalisasi serupa terhadap ajarannya agar tidak ketinggalan zaman dan kehilangan pengikutnya. Lebih dari itu, agama juga harus masuk dalam situasi persaingan bebas dengan ide-ide non-agama yang memiliki cara tersendiri dalam mendefinisikan dunia kehidupan.

Peter L. Berger menyoroti dilema ini. Menurutnya, menghadapi situasi pluralistik semacam ini, para pemeluk agama menghadapi pilihan yang sulit. Sebagian pemeluk agama mungkin memilih untuk menolak beradaptasi, bertahan di balik struktur sosio-religius yang ada, dan tetap mempertahankan objektif-objektif lama sejauh mungkin seolah-olah tidak ada perubahan yang terjadi. Namun, menurut Berger, pilihan ini tidaklah cukup rasional dan tidak akan memiliki kekuatan yang cukup untuk bertahan menghadapi serbuan gelombang modernisasi.²

Berger mengusulkan pilihan kedua yang lebih mungkin dilakukan: lembaga-lembaga agama harus beradaptasi dengan situasi yang ada dengan ikut masuk dan bermain dalam persaingan pluralistik ide-ide keagamaan dan non-keagamaan, dan mengatasi sebanyak mungkin masalah penalaran dengan memodifikasi produk keagamaan sesuai dengan permintaan konsumen.³

Situasi pluralistik agama ini kemudian mengalami proses radikalisisasi saat dunia mengalami revolusi baru di bidang teknologi informasi yang kemudian dikenal dengan revolusi industri 4.0. Ini adalah gelombang perubahan besar kedua yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan pada agama dan keberagamaan. Perubahan ini terutama dipicu oleh kemampuan teknologi informasi, khususnya teknologi digital, dalam mengubah realitas dan definisi atas realitas.

Pada era digital, manusia tidak hanya berhadapan dan hidup dalam realitas yang bersifat fisik, tapi juga realitas yang berbentuk citra yang tidak

² Peter L. Berger, *Langit Suci, Agama sebagai Realitas Sosial (The Sacred Canopy : Elements of a Sociological Theory at Religion)*, trans. oleh Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), 180–81.

³ Berger, 180–81.



ditemukan eksistensinya di dunia nyata tetapi dianggap nyata oleh individu. Inilah yang kita sebut sebagai realitas virtual. Realitas baru ini memiliki beberapa karakteristik: simulasi, interaktivitas, artifisial, immersi, kehadiran jarak jauh, dan komunikasi jaringan.⁴ Menghadapi karakteristik realitas yang berbeda ini, agama dituntut untuk menyediakan definisi yang memadai agar tetap mampu menjaga relevansinya dengan dunia kehidupan manusia.

Salah satu perubahan besar yang terjadi dalam interaksi agama dengan dunia *cyber* adalah proses radikalisi demokrasi agama. Pengungkapan pandangan-pandangan relijiusitas seolah menemukan surga kebebasannya. Hampir-hampir tak ada yang dapat membatasi ekspresi relijiusitas di dunia *cyber*. Salah satu penyebab fenomena ini adalah absennya otoritas tradisional di awal-awal perkembangan media sosial. Pandangan keagamaan di dunia virtual tampaknya berada di luar kendali otoritas keagamaan tradisional. Di dunia nyata, kendali tersebut jauh lebih kuat. Bahkan dalam masyarakat Islam tradisional di mana kyai masih memiliki peran sentral, sistem sosial hanya memberi sedikit ruang bagi masyarakat pemeluk agama untuk menyuarakan tafsir-tafsir keagamaan yang berbeda dengan tafsir dari otoritas tradisional yang sepenuhnya dipegang oleh kyai atau tokoh agama. Situasi ini kerap memicu tindakan kekerasan atas nama agama, di mana orang merasa berhak untuk menghakimi kelompok tertentu yang tidak sejalan dengan tafsir resmi yang dianut oleh pemegang otoritas keagamaan.⁵

Hanya saja, radikalisi kebebasan dalam mengemukakan pemahaman keagamaan di dunia virtual ternyata memunculkan paradoks tersendiri. Arena media sosial yang bebas dan terbuka ternyata justru kerap memunculkan polarisasi tajam di antara para pemeluk agama. Keadaan ini terutama dipicu oleh desain algoritma media sosial yang membuat penggunanya berada dalam apa yang oleh Ely Pariser disebut sebagai *filter bubble* yang menggaungkan pandangan-pandangannya sendiri.⁶ Algoritma menggiring pengguna media sosial untuk melihat realitas dan kebenaran dengan model kaca mata kuda,

⁴ Michael Heim, *The Metaphysics of Virtual Reality* (New York: Oxford University Press USA, 1994), 110–16.

⁵ Kasus-kasus kekerasan terhadap pengikut Ahmadiyah berikut menunjukkan dengan jelas fenomena ini: Andrian Pratama Taher, “Kronologi Masjid Ahmadiyah Sintang Diserang: Berawal dari Penolakan,” *tirto.id*, diakses 27 Februari 2024, <https://tirto.id/kronologi-masjid-ahmadiyah-sintang-diserang-berawal-dari-penolakan-gjdc>; Isyana Artharini, “Penolakan terhadap warga Ahmadiyah di Bangka,” *BBC News Indonesia*, 26 Januari 2016, https://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/01/160126_indonesia_ahmadiyah_bangka; Cindy, “Sejarah Konflik Aliran Ahmadiyah di Indonesia,” *medcom.id*, 7 September 2021, <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/ybD4gnAb-sejarah-konflik-aliran-ahmadiyah-di-indonesia>.

⁶ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You* (New York: Penguin UK, 2011).

lurus dan meminimalisir peluang untuk melihat pandangan lain secara lebih rasional.

Di dunia virtual, agama masuk dalam situasi “pasar”. Pandangan-pandangan keagamaan atau ide-ide lainnya kini harus dipasarkan karena tidak ada lagi satu pun otoritas tunggal yang memiliki hak eksklusif untuk menentukan kebenaran. Fenomena ini jelas terlihat dalam perdebatan sengit yang kerap terjadi dalam diskusi-diskusi yang berlangsung di media sosial X (Twitter), sebuah platform *microblogging* yang banyak dipakai untuk mendiskusikan segala persoalan di Indonesia. Di platform ini, perdebatan berlangsung nyaris tanpa batasan apapun. Setiap orang, terlepas dari latar belakang pendidikan agamanya, merasa berhak untuk menyuarakan gagasan keagamaannya dan mengklaimnya sebagai kebenaran.

Fenomena ini jelas berbeda secara signifikan dengan kultur Islam tradisional, di mana hanya beberapa otoritas yang dianggap sah untuk menafsirkan agama. Dunia maya atau *cyberspace*, tidak ada satu pun yang memiliki hak eksklusif untuk menjadi otoritas dalam menafsirkan ajaran keagamaan. Situasi pluralistik ini membuat diskusi menjadi lebih terbuka.

Absennya otoritas keagamaan formal tradisional juga mendorong terjadinya proses penguatan privatisasi dalam pemahaman keagamaan. Di ranah virtual, seseorang bisa dengan mudah mencela pandangan keagamaan orang lain, tetapi tidak bisa memaksa mereka untuk mengubah keyakinan mereka. Agama menjadi lebih sebagai urusan personal.

Fenomena privatisasi agama ini sebenarnya telah menjadi perhatian Robert N. Bellah sebagai bagian dari perkembangan modernitas, jauh sebelum era media sosial. Pencarian makna, di era modern, melampaui batasan institusi keagamaan formal. Bahkan, menurut Bellah, banyak orang yang menganggap remeh kewajiban doktrin ortodoks. Gagasan bahwa keyakinan pribadi lebih penting daripada kesepakatan mainstream kini diterima secara luas.⁷

Pluralisme pandangan keagamaan yang berkembang dalam diskusi-diskusi di platform X (Twitter) sebagai ruang publik virtual semakin berkembang karena tidak ada yang bisa menghalangi orang untuk mencari pengetahuan keagamaan dari berbagai sumber yang tersedia. Fenomena ini menciptakan apa yang Kuntowijoyo sebut sebagai generasi muslim tanpa masjid⁸, yang kini muncul sebagai generasi muslim yang belajar agama dari sumber-sumber anonim di dunia maya.

Di dunia maya, setiap orang memiliki otoritas untuk menentukan pemahaman keagamaannya sendiri. Fenomena inilah yang ingin diteliti secara

⁷ Robert N. Bellah, *Beyond Belief: Menemukan Kembali Agama (Esei-esai tentang Agama di Dunia Modern)* (Jakarta: Paramadina, 2000), 66–67.

⁸ Kuntowijoyo, *Muslim Tanpa Masjid*, 2 ed. (Bandung: Mizan, 1998).



mendalam dalam penelitian ini. Penelitian ini makin menarik melihat perkembangan terbaru yang akhir-akhir ini banyak kita saksikan di media sosial, termasuk X (Twitter), yaitu bergabungnya kembali otoritas-otoritas tradisional keagamaan dalam persaingan mendefinisikan pemahaman keagamaan bersama “lawan-lawan” yang kerap memiliki bekal pengetahuan keagamaan sangat terbatas. Yang menjadi menarik adalah mereka semua, baik otoritas tradisional maupun “lawan-lawannya” harus duduk setara tanpa satupun berhak mengkalim sebagai pemilik kebenaran. Otoritas keagamaan tradisional harus masuk dalam situasi diskusi yang oleh Habermas digambarkan sebagai ruang publik, di mana setiap orang memiliki hak yang sama dan setara dalam menyampaikan klaim-klaim kebenarannya.⁹

Penelitian ini menelusuri bagaimana pergeseran otoritas keagamaan Islam dalam diskusi di ruang-ruang publik virtual media sosial X. Penelusuran ini terutama akan diletakkan dalam konteks masuknya kembali otoritas keagamaan tradisional di media sosial dan pengaruh teknologi algoritma media sosial yang mewarnai dengan sangat signifikan proses-proses diskusi keagamaan di media sosial X. Metode kualitatif akan digunakan dalam penelitian ini. Data-data utama dalam penelitian ini terutama akan dikumpulkan melalui teknik observasi. Dalam prakteknya, observasi akan dilakukan baik secara partisipatif maupun non-partisipatif (*silent reader*). Peneliti, selain berperan sebagai *silent-reader* yang hadir dalam diskusi-diskusi di media sosial X, juga ikut serta sebagai partisipan diskusi.

Otoritas Keagamaan di Dunia Virtual

Penelitian-penelitian seputar otoritas keagamaan di dunia virtual sebetulnya sudah banyak dilakukan, hanya saja, penelitian-penelitian tersebut hampir tak pernah menaruh perhatian pada kehadiran faktor *non-human* dalam kajiannya. Salah satunya adalah artikel yang ditulis oleh Marta Kolodziejaska dan Alp Arat, “Religious Authority Online: Catholic Case Study in Poland”. Artikel ini menyoroti beberapa pokok pikiran penting dalam kaitannya dengan pergeseran otoritas keagamaan di internet. Pertama, pentingnya nilai pengetahuan dan keterampilan dalam menginterpretasikan sumber-sumber religius tradisional. *Informal leader* tidak bisa semata-mata mengimpor pandangan mereka pada orang lain, atau mengharapkan orang lain untuk sepenuhnya setuju atau mengikuti nasihat mereka. Sebaliknya, atmosfer dalam forum diskusi di dunia maya lebih baik direpresentasikan sebagai mendorong pemikiran independen.

⁹ Gagasan Habermas ini dapat dibaca pada buku Francisco Budi Hardiman, *Demokrasi Deliberatif: Menimbang Negara Hukum dan Ruang Publik dalam Teori Diskursus Jürgen Habermas* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009); Jürgen Habermas, *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*, trans. oleh Yudi Santoso (Bantul: Kreasi Wacana, 2015).

Selain itu, Kolodziejska dan Arat menunjukkan adanya beragam pengetahuan yang dihadirkan dalam postingan-forum, mencakup Alkitab, tulisan teologi dari Prancis dan Jerman, serta terjemahan bahasa Yunani untuk mendukung argumen dan memperluas diskusi. Pengetahuan ini dapat membentuk aliansi diskursif di dalam forum diskusi online yang tidak hanya terpaku pada orientasi agama, tetapi juga bisa melampaui polarisasi antara kepercayaan teistik dan ateistik.

Artikel ini juga menyoroti interaksi antara pengguna forum diskusi online yang memanfaatkan strategi berbeda untuk memperkuat argumen mereka. Sebagai contoh, ada pertukaran antara seorang pengguna yang mengutip terjemahan dalam bahasa Polandia dan seorang yang diakui sebagai pakar dalam terjemahan dari bahasa klasik. Ini menunjukkan bahwa tanggapan dan argumen dalam forum dapat disokong oleh pengetahuan khusus dan pengalaman individual.¹⁰

Artikel lain tentang otoritas keagamaan di internet juga ditulis oleh Arnis Rachmadhani dengan judul “Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru: Dakwah Gusmus Di Media Sosial”. Artikel ini membahas tentang bagaimana media baru, seperti internet dan media sosial, mempengaruhi otoritas keagamaan di Indonesia. Menurut Rachmadhani, media baru memberikan ruang bagi munculnya tokoh-tokoh keagamaan baru yang tidak terikat dengan lembaga keagamaan resmi, seperti ustadz selebriti dan dai online. Media baru juga menantang otoritas keagamaan tradisional, seperti ulama, kyai, dan pesantren, yang harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, Media baru menimbulkan pluralitas dan kompetisi dalam ranah keagamaan, yang dapat berdampak positif maupun negatif.

Di satu sisi, media baru dapat meningkatkan literasi dan partisipasi keagamaan masyarakat. Di sisi lain, media baru dapat menimbulkan polarisasi, konflik, dan radikalisasi di antara kelompok-kelompok keagamaan. Sebab itu, artikel ini mengusulkan perlunya regulasi dan etika yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan demokrasi, agar dapat menjadi sarana yang konstruktif dan edukatif bagi masyarakat. Media baru juga membutuhkan kritik dan dialog yang rasional dan toleran dari berbagai pihak, termasuk otoritas keagamaan, akademisi, praktisi media, dan masyarakat sipil.¹¹

¹⁰ Marta Kolodziejska dan Alp Arat, “Religious Authority Online: Catholic Case Study in Poland,” *Religion & Society in Central & Eastern Europe* 9, no. 1 (Desember 2016): 3–16, <https://doi.org/10.20413/rascee.2016.9.1.3-16>.

¹¹ Arnis Rachmadhani, “Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru: Dakwah Gusmus Di Media Sosial,” *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 5, no. 2 (29 Desember 2021): 150–69, <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636>.



Kajian lain yang menarik adalah tulisan Muthohharun Jinan, "New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia" yang dimuat dalam jurnal *Lektur Keagamaan*. Jinan mengungkapkan dampak signifikan dari new media, khususnya internet, dalam mengubah dinamika fundamental kehidupan keagamaan. Perubahan tersebut terlihat jelas dalam pergeseran dari otoritas keagamaan tradisional, seperti ulama, mursyid, guru agama, atau ustad, pemerintah, dan organisasi keagamaan, menuju otoritas keagamaan modern. Dengan melemahnya otoritas keagamaan tradisional yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi melalui new media, otoritas keagamaan beralih ke media-media yang bersifat impersonal, seperti buku, website, blog, dan sejenisnya.

New media menciptakan lingkungan sosial baru yang memungkinkan interaksi spiritual, membangun otoritas baru, dan memberikan legitimasi pada tindakan-tindakan dalam komunitas keagamaan di dunia virtual. Kemajuan dan keterbukaan new media telah mendorong percepatan proses yang Jinan sebut sebagai "peremajaan ulama".¹²

Dalam konteks pembahasan yang lebih luas, penelitian tentang relijiusitas di dunia virtual cukup banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Morten T. Hojsgaard tentang fenomena *Cyber-religion*.

Hojsgaard membagi perwujudan agama dalam dunia cyber menjadi dua model utama: "*religion on Cyberspace*" dan "*religion in Cyberspace*." Model "*religion on Cyberspace*" mengacu pada informasi dan aktivitas keagamaan yang ada dalam dunia maya dan merupakan representasi dari agama, gereja, individu, atau kelompok keagamaan yang juga ada dalam kehidupan nyata. Sebaliknya, model "*religion in Cyberspace*" merujuk pada fenomena munculnya agama-agama yang eksklusif ada dan beroperasi hanya dalam dunia cyber, tanpa keberadaan nyata di dunia fisik.¹³

Dalam konteks "*religion on Cyberspace*," internet berperan sebagai media penyampaian informasi mengenai konten dan kegiatan keagamaan yang telah mapan atau telah didefinisikan oleh tradisi keagamaan di luar dunia maya. Di sisi lain, dalam fenomena "*religion in Cyberspace*" atau yang sering disebut sebagai *cyber-religion*, internet menjadi arena kreatif yang memfasilitasi pembentukan konten dan kegiatan keagamaan baru secara daring.¹⁴

¹² Mutohharun Jinan, "New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia," *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (29 Juni 2012): 181–208, <https://doi.org/10.31291/jlk.v10i1.178>.

¹³ Morten T. Hojsgaard dan Margit Warburg, ed., *Religion and Cyberspace* (New York: Roudledge, 2005), 50.

¹⁴ Hojsgaard dan Warburg, 51.

Studi yang lebih khusus tentang perkembangan wacana keislaman di dunia maya telah dilakukan oleh Mohammed el-Nawawy dan Sahar Khamis dalam buku mereka yang berjudul *Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourse In Cyberspace*. Penelitian ini memperhatikan perubahan-perubahan baru yang terjadi sehubungan dengan perkembangan wacana keislaman yang dipicu oleh kemajuan teknologi informasi. El-Nawawy dan Khamis menemukan bahwa ruang publik untuk diskusi wacana keislaman berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Topik-topik yang sebelumnya tabu dalam dunia Islam kini dibahas secara terbuka, termasuk suara-suara kelompok keagamaan minoritas yang semakin didengar. Diskusi-diskusi publik tentang berbagai tema keislaman juga muncul dan berkembang secara terbuka dan demokratis di dunia cyber.¹⁵

Sebetulnya penelitian lain seputar otoritas keagamaan di dunia maya sudah cukup banyak dilakukan, tetapi menariknya belum satupun yang mencoba mengaitkannya dengan kemampuan algoritma dalam mengarahkan pengguna internet pada pandangan-pandangan keagamaan tertentu. Sebab itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan ini. Pengaruh algoritma dalam menentukan pandangan pengguna telah banyak menjadi perhatian para pengkaji internet studies, hanya saja kajian ini lebih banyak berkaitan dengan tema-tema politik, seperti yang ditulis oleh Merlyna Lim dalam artikel “Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and The Rise of Tribal Nationalism in Indonesia”.

Lim menulis artikel ini berdasarkan kajian empiris tentang Pemilihan Gubernur Jakarta 2017 (Pilkada DKI). Artikel ini membahas hubungan antara media sosial dan politik elektoral di Indonesia. Menurut Lim, sektarianisme dan rasisme yang diamplifikasi oleh media sosial yang digunakan secara intensif selama kampanye, berkontribusi terhadap meningkatnya polarisasi di antara masyarakat Indonesia. Namun, tidak tepat untuk membingkai kontestasi di antara warga biasa di media sosial dalam oposisi biner, seperti kekuatan demokratis versus antidemokratis, pluralisme versus sektarianisme, atau pemilih rasional versus rasis. Ditandai dengan pemanfaatan relawan, buzzer, dan mikro-selebriti, Pilkada DKI merupakan contoh praktik politik pasca-kebenaran dalam memasarkan merek. Sambil mendorong kebebasan berekspresi, media sosial juga memberdayakan kebebasan untuk membenci, di mana individu menggunakan hak mereka untuk menyuarakan pendapat mereka sambil secara aktif membungkam orang lain. Menyingkap kerumitan hubungan antara media sosial dan politik elektoral, Lim menunjukkan bahwa bentuk saling mempengaruhi antara pengguna dan algoritma menghasilkan pembentukan “*algorithmic enclaves*” yang, pada gilirannya, menghasilkan

¹⁵ Mohammed el-Nawawy dan Sahar Khamis, *Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourse In Cyberspace* (New York: Palgrave McMillan, 2009).



berbagai bentuk *tribal nationalism*. Di dalam *algorithmic enclaves* ini, pengguna media sosial mengklaim dan melegitimasi versi nasionalisme mereka sendiri dengan mengecualikan kesetaraan dan keadilan bagi orang lain.¹⁶

Dalam konteks perkembangan algoritma media sosial inilah penulis meletakkan kajian tentang pergeseran otoritas keagamaan ini. Algoritma media sosial akan sangat banyak pengaruhnya dalam mengubah wajah wacana dan otoritas keagamaan di ruang-ruang publik virtual.

Pergeseran Otoritas Keagamaan di Platform Media Sosial X

X (Twitter) menjadi platform media sosial yang banyak diisi oleh akun-akun anonim. Akun-akun anonim ini kerap muncul dan meramaikan diskusi-diskusi di X, termasuk diskusi keagamaan. Bahkan bagi akun-akun yang memutuskan tidak tampil anonim, twitter menyediakan fitur yang memungkinkan mereka dapat posting secara anonim melalui akun-akun *base*. Akun *base* adalah akun bot yang memberikan ruang bagi akun-akun lain untuk memposting sesuatu melalui akun *base* ini tanpa menunjukkan username akun pengirim (*sender*). Saat diskusi berlangsung di akun *base* pun, pengirim postingan hanya akan disebut sebagai *sender* atau kerap disingkat menjadi *nder* karena mustahil untuk bisa mengetahui siapa sebetulnya akun yang memposting di akun *base* seperti ini.

Tak jarang, akun-akun anonim ini memiliki pengikut yang tidak sedikit. Misalnya akun yang menyebut dirinya @PartaiSocmed. Akun ini memiliki pengikut 500 ribu lebih. Akun-akun seperti ini tak jarang tampil juga dalam diskusi-diskusi keagamaan yang sedang berlangsung di platform X. Seperti yang diposting oleh @PartaiSocmed saat ikut menanggapi ramai-ramai di jagad X membicarakan pernyataan Zulkifli Hasan tentang sebagian pendukung Prabowo (salah satu capres pada pemilu presiden 2024) yang enggan mengucapkan kata “Aamiin” saat sholat karena menghindari penyebutan “Amin” sebagai akronim dari pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar yang menjadi lawan Prabowo pada pilpres 2024.¹⁷

¹⁶ Merlyna Lim, “Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and The Rise of Tribal Nationalism in Indonesia,” *Critical Asian Studies* 49, no. 3 (September 2017): 411–27, <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>.

¹⁷ Beni Jo, “Blunder Candaan Zulkifli Hasan Soal Salat yang Dikaitkan Pilpres,” *tirto.id*, diakses 1 Januari 2024, <https://tirto.id/blunder-ketum-pan-zulkifli-hasan-soal-sholat-penistaan-agama-gTAz> Perlu dipahami konteksnya, akun @PartaiSocmed ini tampak jelas sebagai pendukung (buzzer) pasangan Prabowo-Gibran. Ini dapat dilihat dari postingan-postingan di profil akunnya yang sangat rajin memposting berbagai dukungan pada pasangan Prabowo-Gibran.

@PartaiSocmed memposting ceramah ustadz Abdus Somad sebagai pembenar atas pernyataan Zulkifli yang disebutnya sebagai candaan belaka.¹⁸

Sebelum membahas lebih jauh tentang diskusi seputar pernyataan Zulkifli Hasan ini, perlu dijelaskan bahwa pemilihan tema diskusi ini didasarkan pada *data crawling* yang dilakukan peneliti dengan kata kunci “cara sholat” dengan batasan waktu dari tanggal 01 Oktober 2023 sampai 31 Desember 2023. Kata kunci ini dipilih sesuai dengan tema penelitian yang bertujuan melihat bagaimana pergeseran otoritas keagamaan di dunia virtual. Salah satu aspek penting dari pengakuan terhadap otoritas keagamaan adalah kemampuannya menjelaskan ajaran Islam dengan baik. Pengakuan publik atas pengetahuan agama yang dimiliki seseorang menentukan apakah ia akan dipandang memiliki otoritas untuk berbicara tentang keislaman atau tidak. Kata kunci “cara sholat” dipilih karena dipandang mewakili pengetahuan tentang salah satu ibadah penting (atau bahkan terpenting) dalam Islam, yaitu sholat. Sehingga kata kunci ini diambil untuk melihat bagaimana para pengguna X melakukan berbagai diskusi seputar cara sholat dan peran otoritas dalam diskusi-diskusi ini.

Data Crawling ini berhasil menemukan 507 posting X¹⁹ yang menggunakan kata kunci tersebut. Dari *display* data dalam bentuk *word cloud* (setelah dilakukan *data cleansing*) tampak beberapa tema pembahasan yang banyak dibicarakan oleh pengguna X. Tema diskusi yang menyoal pernyataan Zulkifli Hasan tentang pengucapan “amin” dalam sholat termasuk salah satu tema yang sering dibicarakan publik X. Tema ini muncul dalam bentuk kata kunci “Zulkifli Hasan”, “Zulhas”, “menista agama”, “penista agama”, *zul_hasan*”, “rukun sholat” dan beberapa kata kunci lain.

Selain akun @PartaiSocmed, akun anonim lain yang ikut serta dalam diskusi seputar pernyataan Zulkifli Hasan adalah akun @TxtKQ5 yang juga memiliki cukup banyak pengikut. Akun yang menggunakan nama CELOTEH RECEH saat diskusi berlangsung ini (kini sudah berubah menjadi TXT KQ5) memiliki 55,8 ribu pengikut (saat ini ditulis) dan mengkalim diri sebagai akun yang memposisikan dirinya netral.

Akun @TxtKQ5 ini ikut serta menanggapi pernyataan Zulkifli Hasan tentang bacaan “Amin” dalam sholat dengan menulis “Lah.... Melecehkan Sholat, menistakan agama dan merendahkan Allah SWT kok malah dianggap

¹⁸ #99 [@PartaiSocmed], “Becanda tidak usah dijadiin serius ah! Selera humor kita tidak harus hilang cuma gara2 pilpres. <https://t.co/lyL4v6gp1Y>,” Tweet, *Twitter*, 20 Desember 2023, <https://x.com/PartaiSocmed/status/173736552248065401>.

¹⁹ Jumlah ini bukan berarti jumlah keseluruhan posting X pada rentang waktu tersebut. Jumlah ini didapatkan karena X memang melakukan pembatasan jumlah posting yang bisa *dicrawling*. Tetapi jumlah 512 posting ini dirasa cukup memadai untuk dapat memotret tema-tema pembahasan yang didiskusikan pengguna X mengenai politik identitas.

politik riang gembira... 😊” sambil memposting screenshot berita tentang komentar anak Zulkifli Hasan yang menyebut candaan Ayahnya sebagai pesan politik riang gembira.²⁰

Postingan ini ramai dibanjiri komentar pengguna X lain. Tak kurang dari 147 komentar, 140 repost dan 414 suka didapat dari postingan ini. Sebagian besar komentarnya menyetujui dan memberikan dukungan pada postingan ini. Seperti beberapa contoh berikut:



Tangkap dan Penjarakan Zulkifli Hasan telah Melecehkan dan PENISTA Agama Islam Demi Prabowo, Hal Yg Paling SAKRAL, Mengubah cara Sholat Umat Islam, ZulHas harusnya tak perlu spt itu, soal Prabowo tidak Sholat dan tidak mau Sholat tidak masalah, tapi Jangan Umat Islam di KORBANKAN

8.30 PM · 21 Des 2023 · 30 Tayangan

Akun @azharbtm menyebut Zukifli Hasan sebagai penista Islam karena mengubah cara sholat yang disebutnya sakral. Tentu saja, sebagaimana karakter khas dari penggunaan bahasa politik, bahasa yang digunakan akun @azharbtm ini pun tampak tidak dimaksudkan untuk menghasilkan dialog sehat. Walaupun menyikapi praktik ajaran agama, tetapi ketika masuk di ranah politik, pengguna media sosial cenderung menggunakan bahasa-bahasa ofensif dan jauh dari upaya menciptakan sebuah praktik komunikasi yang bersifat diskursif. Dari hasil *data crawling* bahkan terlihat bahwa akun ini sampai merasa perlu membuat tanggapan yang sama persis pada 19 postingan yang berbeda.

Hal senada juga ditunjukkan oleh komentar dari akun @UkanLah yang menyampaikan ketidaksetujuannya pada pernyataan Zulkifli Hasan dengan mengaitkannya dengan persoalan akidah dan keimanan.

²⁰ TXT KQ5 🖐️ 🌐 [@TtxtKQ5], “Lah.... Melecehkan Sholat, menistakan agama dan merendahkan Allah SWT kok malah dianggap politik riang gembira... 😊 <https://t.co/i9tSlwACK8>,” Tweet, *Twitter*, 21 Desember 2023, <https://x.com/TxtKQ5/status/1737809948476928219>.



Lah Atok @UkanLah · 21 Des 2023

...

Mbaknya..ini bukan masalah takut nggak takut dilaporkan mb.
Ini masalah aqidah & keimanan sseorang.
Apakah bnr ada seorang muslim yg lbh meninggikan & mencintai prabowo
drpd Allah Ta'ala dan RasulNya Shalallahu 'alaihi wassalam?
Jgn malah sok nantang. Mtang2 sdg dkt dg kkuasaan?



247



Amat jelas bahwa akun @UkanLah memilih berada dalam posisi yang berseberangan atau bahkan memusuhi kubu Prabowo-Gibran yang merupakan pasangan calon presiden pada pilpres 2024. @UkanLah bahkan secara tersirat seolah hendak menyatakan bahwa orang-orang yang membela Zulkifli Hasan sebagai orang yang memiliki persoalan dengan akidah atau keimanan.

Kenyataan bahwa sebagian besar komentar berisi dukungan terhadap postingan ini mengindikasikan bahwa pengaruh algoritma dalam mengarahkan diskusi-diskusi publik di media sosial seperti X tampaknya masih sangat besar, karena berdasar banyak survei, prediksi perolehan suara Prabowo-Gibran sangat besar, jauh mengungguli pasangan Anies-Muhaimin. Tetapi dalam diskusi-diskusi seperti ini yang tampak justru sebaliknya. Komentar-komentar yang muncul sebagian besar berasal dari pendukung Anies-Muhaimin. Ini terjadi akibat algoritma yang menggiring pengguna X untuk lebih banyak melihat posting-posting yang mengkonfirmasi pendapatnya sendiri atau yang oleh Eli Pariser disebut sebagai fenomena *filter bubble*.²¹

Walaupun begitu, tampak jelas fenomena *filter bubble* ini tidaklah berlangsung secara total. Beberapa pendapat yang berbeda juga muncul dalam diskusi ini. Menarik untuk dilihat bagaimana masing-masing pihak yang terlibat dalam diskusi mengemukakan pendapatnya. Berbagai cara dipakai untuk menjustifikasi pendapatnya masing-masing. Salah satu yang sering cara argumentasi yang kerap dipakai dalam diskusi adalah rujukan pada otoritas.

Diskusi-diskusi tentang agama di twitter tak jarang menjadikan otoritas keagamaan tradisional seperti MUI, kyai atau ustadz sebagai justifikasi pendapat dan pandangannya. Model-model seperti ini kita temukan terutama ketika pembicaraan agama syarat dengan berbagai kepentingan politik seperti di atas.

Hanya saja, walaupun diskusi semacam ini penuh dengan kepentingan politik, tetapi penyebutan otoritas-otoritas keagamaan tradisional seperti MUI, kyai, dan ustadz menunjukkan bahwa mereka diyakini masih memiliki

²¹ Eli Pariser menjelaskan secara detail bagaimana algoritma media sosial menciptakan filter bubble dalam Pariser, *The Filter Bubble*.



kekuatan sebagai sumber rujukan keagamaan yang dapat mempengaruhi audien. Itu sebabnya sebagian orang merasa perlu menyitir pendapat otoritas keagamaan tradisional demi kepentingan politiknya. Mengutip pendapat otoritas keagamaan dalam diskusi agama di platform X dapat meningkatkan legitimasi dan kredibilitas argumen. Hal ini karena mereka dianggap sebagai representasi "kebenaran agama" dan dapat membantu meyakinkan audien.

Satu hal yang juga menarik adalah otoritas-otoritas tradisional yang kerap menjadi rujukan dari pendapat-pendapat seperti ini kerap adalah mereka yang juga hadir di media sosial untuk ikut secara aktif menyuarakan gagasan-gagasan mereka melalui dunia maya, terutama media sosial, seperti Ustadz Abdus Somad yang penjelasan videonya disitir dalam salah satu balasan postingan di atas. Ustadz Abdus Somad termasuk salah satu ustadz yang sangat populer di media sosial. Video-video ceramahnya kerap dishare oleh banyak pengguna media sosial dan menjadi viral.

Fenomena ini dapat dianggap sebagai fenomena kemunculan kembali otoritas tradisional untuk kembali merebut power dalam mendefinisikan kebenaran yang sempat menghilang dari jagad media sosial pada awal-awal perkembangannya. Akhir-akhir ini, otoritas keagamaan tradisional banyak yang secara aktif memposting di media sosial sebagai cara untuk mendidik masyarakat. Jika bukan dilakukan secara pribadi, tak jarang postingan-postingan seperti ini juga dilakukan oleh para pengagum atau pengikutnya.

Selain rujukan pada otoritas, klaim-klaim yang mengatasnamakan akal sehat atau nalar rasional kerap juga muncul sebagai justifikasi atas ketidaksetujuannya. Klaim-klaim seperti ini tampak jelas tidak didukung oleh argumentasi yang memadai. Klaim-klaim seperti ini lebih tepat disebut sebagai klaim *pseudo-rational* daripada upaya untuk benar-benar mempromosikan akal budi dan rasionalitas dalam proses diskusi.

Bukan hanya itu, upaya untuk menyitir ajaran agama-pun tidak benar-benar dilakukan secara mendalam, walaupun tema pembicaraan adalah soal agama. Diskusi-diskusinya cenderung dangkal dan tidak didukung oleh pemahaman dan penjelasan tentang ajaran keagamaan secara memadai seperti postingan akun @Satria_Ketjepit ini:



Satria Ketjepit
@Satria_Ketjepit

..

Kaum oportunistis itu bener² murahan, hanya demi kekuasaan, jabatan dan cuan, apapun digadaikan, nalar, akal sehat, kebenaran bahkan sholat pun dibikin candaan, padahal gerakan sholat adalah syariat

Pembahasan tentang tema-tema keislaman juga kerap disampaikan oleh akun-akun anonim yang sudah membangun reputasinya melalui postingan-postingan bertema keislaman dalam jangka waktu yang relatif lama. Akun @diaryhijrah08 misalnya. Akun ini bergabung sejak 2009 dan sudah membuat 31,7 ribu postingan dengan 99,6 ribu *followers* dan hanya mengikuti 90 akun

lain. Postingan-postingannya selalu mendapat *engagement statistic* yang sangat tinggi, seperti postingannya tentang neraka dan malaikat yang berhasil mendapatkan 1 juta tayangan, 24 ribu suka, 6 ribu repost dan 169 tanggapan. Semua tanggapannya pun berisi tanggapan positif.²²

Walaupun para pengikutnya tak pernah tahu siapa sebenarnya pengelola yang menjalankan akun, tetapi tampak jelas dari tanggapan-tanggapan yang muncul bahwa posting-postingannya banyak menjadi rujukan dari para *followersnya*. Berbagai tema diskusi keislaman diposting oleh @diaryhijrah08, termasuk tema-tema tentang tata cara melaksanakan ibadah seperti utas tentang cara sholat taubat yang diposting pada 16 noveber 2023.²³ Lazimnya, yang menjadi rujukan dari pengetahuan-pengetahuan seperti ini adalah para tokoh agama seperti kyai atau ustadz yang sudah dikenal otoritasnya di tengah-tengah masyarakat, tetapi di platform X, sebuah akun anonim pun dipandang memiliki otoritas untuk berbicara tentang tata cara ibadah. Utas tentang sholat taubat ini pun mendapat *engagement statistic* yang sangat tinggi (911 ribu tayang, 18 ribu *likes*, 4 ribu *repost* dan 118 tanggapan). Ini mengindikasikan bahwa akun @diaryhijrah08 memiliki *social impact* yang tinggi pula.

Bandingkan dengan posting di akun @KHMLuqman yang merupakan akun resmi DR. KHM. Luqman Hakim (pengasuh Ma'had Aly Raudhatul Muhibbin Bogor yang juga seorang dosen Tasawuf di Pasca Sarjana UNIRA dan CEO Cahaya Sufi Mag) berikut.²⁴ Postingan yang menjelaskan tentang sholat ghaib ini, sampai saat penelitian ini dilakukan (akhir 2023), “hanya” mendapat 2 ribu *likes*, 408 *repost* dan 61 komentar.

²² Diary hijrah [@diaryhijrah08], “Neraka & 4,900.000.000 Malaikat 🕌 Bacalah agar tidak merugi! <https://t.co/d65uAKkVvA>,” Tweet, *Twitter*, 30 Januari 2024, <https://x.com/diaryhijrah08/status/1752472084637512170>.

²³ Diary hijrah[@diaryhijrah08], “Cara sholat taubat very simple Jangan merasa diri tak punya dosa! A-thread <https://t.co/DuIsJy3pPr>,” Tweet, *Twitter*, 15 November 2023, <https://x.com/diaryhijrah08/status/1724929737867317437>.

²⁴ DR.KHMLuqman Hakim [@KHMLuqman], “Sholat ghaib mestinya dilakukan untuk siapa saja, mereka yang wafat saat ini. Apalagi musim pandemi. Jangan hanya karena ada tokoh yang wafat lalu ramai-ramai sholat ghaib. Ntar kalau seorang petani miskin di kampung yang nggak dikenal, dianggap biasa saja.” Tweet, *Twitter*, 14 Januari 2021, <https://x.com/KHMLuqman/status/1349695012913627136>.



DR.KHM.Luqman Hakim
@KHMLuqman

...

Sholat ghaib mestinya dilakukan untuk siapa saja, mereka yang wafat saat ini. Apalagi musim pandemi. Jangan hanya karena ada tokoh yang wafat lalu ramai-ramai sholat ghaib. Ntar kalau seorang petani miskin di kampung yang nggak dikenal, dianggap biasa saja.

7.29 PM · 14 Jan 2021



61



403



2 rb



7

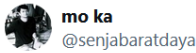


Postingan-postingan akun @KHMLuqman ini memiliki rata-rata *engagement* yang lebih kecil dibanding posting-posting dari akun @diaryhijrah08, walaupun secara jumlah *followers* akun @KHMLuqman memiliki jumlah *followers* yang jauh lebih banyak (197,6 ribu pengikut) dari akun @diaryhijrah08 (99,6 ribu pengikut).

Tentu sebabnya bisa banyak, seperti kemampuan mengemas posting secara menarik, atau segmen audien yang berbeda dan sebab-sebab lain. Hanya saja, yang menarik untuk diperhatikan adalah *engagement* dari audien kedua akun ini memiliki karakter yang berbeda. Pada tanggapan-tanggapan yang muncul misalnya, pada posting @KHMLuqman, tanggapan-tanggapan substantif dan dialogis tampak lebih dominan. Terjadi diskusi di sana, walau tidak selalu diskusi panjang lebar, tetapi secara umum, tanggapan-tanggapan yang muncul pada postingan @KHMLuqman lebih substantif dan diskursif.

Seperti tanggapan dari akun @sejabaratdaya yang mempertanyakan pendapat @KHMLuqman pada postingannya. Bagi @sejabaratdaya tak ada masalah dengan sholat ghaib untuk tokoh tertentu. Ia bahkan menyebut pendapat @KHMLuqman sebagai perilaku *nyinyir*.²⁵ Komentar ini lalu mendapat tanggapan dari pembaca/user lain. Walaupun tampak jelas bahwa akun @sejabaratdaya terkesan tidak tahu atau tak menjadikan status ketokohan @KHMLuqman sebagai pertimbangan penting dalam pendapatnya, tetapi diskusi tetap berlanjut dengan menyertakan aspek substantif sebagai bagian dari argumentasi mereka. Aspek substantif itu tampak misalnya dari tanggapan-tanggapan yang mencoba menunjukkan klaim kebenaran dalam kaitannya dengan budaya sebagai realitas obyektif di masyarakat.

²⁵ mo ka [@sejabaratdaya], “@KHMLuqman ngomong apa sih ni org. semua org berhak menyolatkan jenazah siapapun. knp ramai2 sholat ghaib untuk seorang tokoh dinyinyirin sih... sholat ya sholat aja ikhlas pak.. km ada masalah apa?,” Tweet, *Twitter*, 15 Januari 2021, <https://x.com/sejabaratdaya/status/1349871643431116801>.



mo ka
@senjabaratdaya

ngomong apa sih ni org. semua org berhak menyolatkan jenazah siapapun.
knp ramai2 sholat ghoib untuk seorang tokoh dinyinyirin sih... sholat ya
sholat aja ikhlas pak.. km ada masalah apa?



Septian @Septianedogawa · 15 Jan 2021 ·
Lu yg ngomong apa. Nyinyir di mananya
coba. Kocak lu. Faktanya memang gitu.
Banyak orang yg mau mensholatkan ghaib
karena tokoh tertentu.



mo ka @senjabaratdaya · 16 Jan 2021 ·
nyolatin tokoh tertentu masalahnya dmn?



Septian @Septianedogawa · 16 Jan 2021
Masalahnya bukan karena mensholatkan
tokoh tertentu. Tp seakan2 mentradisikan
shalat ghaib hanya untuk tokoh2 tertentu.



mo ka @senjabaratdaya · 16 Jan 2021
dmn2 org terkenal lebih banyak yg
mengkhurmat drpd yg g terkenal.

ini hukum sosial biasa. di semua budaya

Tanggapan-tanggapan lain juga muncul dengan cara yang interaktif dan dialogis. Sesekali @KHMLuqman memberi jawaban jika ada pertanyaan.

Bandingkan dengan tanggapan pada posting @diaryhijrah08 tentang sholat taubat di atas. Tanggapan-tanggapan yang muncul tampak sebagai sekedar kata-kata afirmatif yang khas generasi z yang sebagian besar hanya terdiri dari 1 sampai 2 kata, seperti “Makasih kak”, “noted”, “MasyaAllah”, “simpen bro”.²⁶ Tanggapan-tanggapan seperti ini selalu mewarnai hampir semua postingan @diaryhijrah08. Tak tampak ada diskusi yang lebih interaktif dan substantif dari audien/*followers* yang memberi tanggapan pada postingannya. Hanya ada 1 atau 2 pertanyaan yang bahkan jarang sekali mendapat jawaban dari @diaryhijrah08 atau audien²⁷ lain.

Pola diskursif juga tampak pada diskusi-diskusi yang berkembang pada postingan-postingan K. H. A. Mustofa Bisri atau yang akrab dipanggil Gus Mus melalui akun @gusmusgusmu. Gus Mus dikenal sebagai secara luas sebagai seorang kyai besar yang sangat dihormati di Indonesia. Pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Leteh Rembang ini juga dikenal sebagai seorang penyair papan atas. Gus Mus termasuk kyai yang sangat aktif di media sosial. Selain di platform X, Gus Mus juga memiliki akun di Instagram dengan nama akun @s.kakung. Akun @gusmusgusmu sendiri sampai saat ini telah memiliki 2,4 juta pengikut dan telah membuat 14,9 ribu posting.

²⁶ Tanggapan lengkapnya dapat dibaca pada postingan ini Diary hijrah[@diaryhijrah08], “Cara sholat taubat very simple Jangan merasa diri tak punya dosa! A-thread <https://t.co/DuIsJy3pPr>.”

²⁷ Kata “audien” dalam konteks media sosial menunjuk pada pengguna yang membaca, mendengarkan dan menonton konten yang dibagikan oleh pengguna lain.



Postingan-postingan yang dibuat oleh @gusmusgusmu selalu mendapat *engagement* yang cukup tinggi. Menariknya, walaupun dalam kehidupan nyata sehari-hari, @gusmusgusmu dikenal sebagai seorang kyai besar, tetapi di platform X, kerap dijumpai komentar-komentar yang menunjukkan perbedaan pandangan dengan sang kyai. Diskusi-diskusi yang berlangsung pada postingan @gusmusgusmu, walaupun, sebagian besar mengafirmasi pandangan @gusmusgusmu, tetapi aspek substantif dan diskursif masih tampak menonjol.

Postingan @gusmusgusmu tentang akhlak misalnya. @gusmusgusmu menulis: “JUM'AT CALL: Kata orang bijak: Akhlak (yang baik) bisa menutupi kekurangan ilmu; tapi banyaknya ilmu tidak bisa menutupi akhlak (yang buruk)”.²⁸ Sebagian komentar afirmatif pada postingan ini tampak jelas tidak sekedar afirmasi buta, tapi dengan menyertakan argumentasi yang substantif. Tentu komentar afirmatif tanpa argumentasi juga dapat kita temukan dengan mudah. Ini karena audiennya memang beragam.



xavier919 @xavierc · 23 Des 2023 ...
Ilmu bisa dipelajari, sdgkan akhlak sulit sekali berubah, bahkan bisa berubah jahat kalo terlena oleh nikmatnya Kekuasaan



MuNaPhZ @munaphz_ID · 23 Des 2023 ...
Kalau kondisinya ilmu juga kekurangan akhlak pun juga buruk, nutupinnya gimana ya yai



Zulfikar Arma @ArmaZulfi · 22 Des 2023 ...
Kata orang bijak: orang cerdas pandai itu boleh salah tapi orang cerdas pandai itu tidak boleh berbohong.



Antasen @Nanang_Antase · 22 Des 2023 ...
Perbandingan saja
Mending berilmu tapi Akhlak yang buruk
Atau
Barakhlak yang baik tapi tak berilmu

Menariknya, walau dalam dunia nyata sehari-hari akan sangat sulit ditemukan sanggahan atau kritikan terhadap kata-kata seorang kyai, apalagi kyai besar seperti Gus Mus, tetapi di platform X, pandangan-pandangan yang berbeda atau komentar-komentar bernada tidak setuju juga mudah kita temukan. Seperti komentar @ZAMHARIBASYIR1 berikut: “Bukannya org berakhlak baik krn berilmu. Berakhlak buruk krn tdk berilmu.” Komentar ini lalu mengundang komentar dari akun lain. Diskusi ini, walau hanya melalui beberapa komentar, tetapi berlangsung secara sehat dan argumentatif. Tanggapan-tanggapan bercorak diskursif seperti ini mudah kita temukan pada postingan-postingan @gusmusgusmu yang lain.

Selanjutnya peneliti beralih ke tema diskusi lain. Kali ini peneliti melakukan *crawling* data X dengan kata kunci Islam politik identitas dengan batasan waktu dari tanggal 01 Oktober 2023 sampai 31 Desember 2023. Kata kunci ini dipilih mengingat bahwa tahun 2023, terutama menjelang akhir

²⁸ A. Mustofa Bisri [@gusmusgusmu], “JUM'AT CALL: Kata orang bijak: Akhlak (yang baik) bisa menutupi kekurangan ilmu; tapi banyaknya ilmu tidak bisa menutupi akhlak (yang buruk).”, Tweet, *Twitter*, 22 Desember 2023, <https://x.com/gusmusgusmu/status/1738009852147053047>.

tahun adalah tahun politik dan pembahasan tentang politik identitas pasti akan menarik perhatian pengguna untuk didiskusikan di platform X. Kata Islam disertakan untuk memastikan bahwa pembahasan tentang politik identitas dilakukan dalam relevansinya dengan tema-tema keislaman.

Data Crowling ini berhasil menemukan 512 posting X²⁹ yang menggunakan tiga kata kunci tersebut. Dari *display* data dalam bentuk *word cloud* tampak beberapa pembahasan yang banyak dibicarakan oleh pengguna X. Peneliti lalu memilih beberapa posting yang relevan dengan tema tentang otoritas.

Posting pertama menyoroti tentang keterlibatan kyai atau tokoh agama dalam mendukung salah satu capres. Salah satu posting yang memiliki *engagement* cukup tinggi adalah posting akun @tvOneNews yang memberitakan tuduhan politik identitas terhadap Anies Baswedan (salah satu capres pada pemilu presiden 2024) karena didukung oleh Ustadz Abdus Shomad atau yang biasa dikenal dengan akronim UAS. Tak kurang dari 1000 komentar membanjiri postingan ini.³⁰ Akun @didisupardi862 memberi komentar dengan menyoroti dugaan keterlibatan kyai dan gus dalam *money politic*. “Kalau Anies dekat pemuka agama Islam, atau pimpinan gereja, atau dengan pemuka entis tionghoa, lantas disebut politik identitas. Kalau 02 pake kyai dan gus yg nyebar uang ke banyak pesantren, @tvOneNews pura2 buta.”³¹

Tanggapan yang mengkritisi perilaku politik tokoh agama seperti ini banyak ditemukan dalam komentar-komentar, baik pada postingan @tvOneNews di atas ataupun dalam berbagai postingan lain yang tersebar di platform X. Tokoh agama seperti kyai, gus atau ustadz, tak lagi dianggap sebagai sosok suci yang selalu benar. Media sosial mendesakralisasi status dan otoritas kekayaan yang dalam kehidupan riil masyarakat kerap diperlakukan sebagai sakral. Kritik dan perbedaan pandangan dengan kyai dalam kehidupan riil sehari-hari, terutama pada masyarakat Islam tradisional, dianggap sebagai perilaku yang tidak bisa dibenarkan, tabu.

²⁹ Jumlah ini bukan berarti jumlah keseluruhan posting X pada rentang waktu tersebut. Jumlah ini didapatkan karena X memang melakukan pembatasan jumlah posting yang bisa *dicrowling*. Tetapi jumlah 512 posting ini dirasa cukup memadai untuk dapat memotret tema-tema pembahasan yang didiskusikan pengguna X mengenai politik identitas.

³⁰ tvOnenews [@tvOneNews], “Anies Lagi-lagi Dituding Lakukan Politik Identitas Gara-gara Didukung UAS, Jual Agama Demi Pilpres 2024?” <https://t.co/wHnvKRYiTz>,” Tweet, Twitter, 15 Desember 2023, <https://x.com/tvOneNews/status/1735797910787498419>.

³¹ tukang kebon [@didisupardi862], “@tvOneNews Kalau Anies dekat pemuka agama Islam, atau pimpinan gereja, atau dengan pemuka entis tionghoa, lantas disebut politik identitas. Kalau 02 pake kyai dan gus yg nyebar uang ke banyak pesantren, @tvOneNews pura2 buta,” Tweet, Twitter, 16 Desember 2023, <https://x.com/didisupardi862/status/1735813911088390287>.

Fenomena ini terjadi karena ketika otoritas tradisional masuk ke media sosial, ia tidak tinggal dan hidup bersama dengan komunitas pengikut riilnya sebagaimana ketika seorang kyai tinggal dalam komunitas pesantren atau tinggal di lokasi yang merasakan langsung otoritas kekayaannya (desa atau lingkungan sekitar tempat tinggal kyai yang lebih luas). Di media sosial, seorang tokoh agama masuk dalam lingkungan sosial dengan tingkat keragaman yang tak terbatas. Ia berada dalam ruang publik virtual di mana siapa saja, dari golongan apa saja, mewakili agama dan pandangan apa saja, dapat masuk dan berinteraksi dengannya tanpa ada batasan.

Situasi sosial yang berbeda ini memunculkan pergeseran otoritas keagamaan yang signifikan. Ketika berada dalam dunia riil, kyai memiliki kedekatan, rasa hormat dan kepercayaan dari komunitasnya. Otoritas keagamaan kyai amat jarang dipertanyakan. Di ruang publik virtual, kyai berada dalam ruang di mana tak semua orang mengenalnya. Ia juga berhadapan dengan orang-orang yang memiliki pandangan berbeda, bahkan berseberangan dengannya.

Keragaman ini membuat diskusi-diskusi yang berlangsung menjadi lebih terbuka dan egaliter. Otoritas kyai yang dalam dunia riil dianggap sakral, tak lagi memiliki cukup *power* untuk mencegah pengguna media sosial memberikan kritik, sanggahan, bahkan cacian pada sosok kyai. Otoritas kyai mengalami desakralisasi ketika masuk ke media sosial. Tentu saja akan tetap ada pengguna yang menaruh rasa hormat atau segan dengan otoritas kekayaan, tetapi bedanya, kali ini sikap seperti ini bukan satu-satunya model yang dipakai orang ketika berinteraksi dengan kyai sebagaimana yang biasa dilakukan oleh komunitas sekitar rumah tinggal kyai di dunia nyata.

Tentu saja karena postingan ini konteksnya pilpres, maka komentar-komentarnya sebagian besar berisi dukungan politik dari pendukung masing-masing capres. Hanya saja yang menarik dalam konteks penelitian ini adalah bagaimana otoritas kekayaan mengalami pergeseran. Tanggapan yang lebih netral juga banyak ditemukan dalam komentar-komentar pada postingan ini. Komentar-komentar seperti ini memiliki aspek substansinya sendiri. Seperti komentar dari akun @sukaborju yang mengajak media untuk lebih adil dan berpandangan luas. Walaupun komentar ini tampak lebih condong sebagai dukungan pada salah satu paslon, tetapi upaya untuk menunjukkan fakta-fakta lain sebagai penguat klaim kebenaran cukup menarik. Ajakan untuk bersikap adil dalam pemberitaan juga menunjukkan bahwa di media sosial, klaim-klaim ketepatan (*rightness*) masih dianggap penting.



jullyyyan(akunkesekiankalinya) @sukaborju · 16 Des 2023

...

Cuekin aja .. bukan cuma amin yg mendapatkn dukungan dr para ulama ...
Paslon 2 dan 3 juga dpt dukungan dr para ulama ... Jgn Krn beda ulama yg
mendukung politik identitas hanya utk amin .. berfikir luas lah dlm menilai ..



265



Yang juga menarik untuk dicermati dari tanggapan-tanggapan pada postingan ini adalah minimnya keragaman pandangan politik audien yang ikut berkomentar. Pengamatan terhadap tanggapan-tanggapan di postingan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mereka adalah pendukung pasangan calon presiden nomor 01 (Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar). Kenyataan ini mengindikasikan bahwa algoritma media sosial belum berhasil menghadirkan keragaman dalam diskusi-diskusi di media sosial. Algoritma menggiring orang untuk hanya berada dalam semacam “komunitas imajiner” media sosial yang hanya berisi orang-orang yang memiliki pandangan yang sama. “Komunitas imajiner” inilah yang oleh Merlyna Lim disebut sebagai *algorithmic enclave*.³²

Mekanisme yang ditanamkan pada algoritma media sosial memungkinkan algoritma untuk menampilkan informasi-informasi yang oleh algoritma diyakini akan disukai oleh user. Dari jejak digitalnya, user akan diidentifikasi oleh algoritma sebagai pendukung salah satu paslon. Ketika sebuah informasi mendapat perhatian dari pendukung paslon 01, maka algoritma akan mencoba menampilkan informasi yang sama pada user lain yang juga diduga kuat sebagai pendukung paslon 01. Mekanisme ini akan menciptakan lingkungan diskusi virtual yang cenderung miskin perbedaan atau keragaman pendapat. Komentar-komentar bernada dukungan pada paslon 01 mewarnai sebagian besar komentar pada postingan @tvOneNews di atas. Fenomena seperti ini dapat kita saksikan pada hampir semua diskusi tentang politik identitas. Algoritma menjadi kekuatan baru yang mengarahkan dan mempengaruhi perilaku serta pandangan user.

Fenomena ini amat menarik untuk dicermati. Algoritma memainkan peran sebagai otoritas baru yang mengarahkan, mempengaruhi, bahkan membentuk perilaku dan pandangan pengguna internet. Algoritma membentuk lingkaran (*circle*) di antara orang-orang yang memiliki pandangan yang sama. Mereka saling menguatkan pandangan user lain yang berada dalam lingkaran algoritma yang sama. Otoritas baru yang bernama algoritma ini beroperasi secara senyap dan tak terlihat (*invisible*). Algoritma bekerja dengan memanfaatkan perilaku digital (membuat konten, memberi komentar, *likes*, *share* atau lainnya) orang lain. Algoritma lalu menempatkan pengguna dengan perilaku digital yang memiliki kemiripan dalam satu lingkaran yang sama.

³² Lim, “Freedom to hate.”

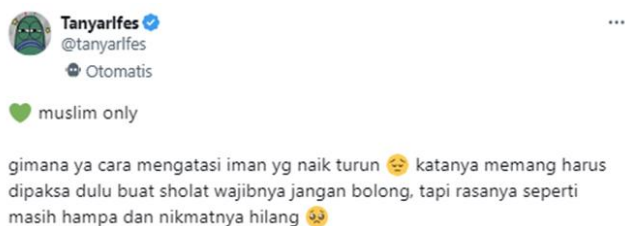


Lingkaran algoritmik (*algorithmic circle*) ini pada gilirannya mengamplifikasi pandangan apapun yang dimiliki oleh setiap “anggota” lingkaran. Melalui mekanisme kerja seperti inilah, algoritma muncul sebagai otoritas baru yang *powerfull*.

Fenomena lain yang tak kalah menarik dari diskusi-diskusi tentang keagamaan adalah kemunculan akun-akun base. Akun base dibuat untuk memberikan ruang bagi pengguna X lain untuk memposting lewat akun ini secara anonim. Pengguna X mengirim pesan melalui *direct message* (DM) ke akun base untuk kemudian akan terkirim otomatis sebagai postingan di akun base ini. Salah satu tanda akun base ini adalah muncul keterangan “Otomatis” di bawah username akun base.

Akun-akun seperti ini memberi ruang bagi siapapun untuk mendiskusikan tema-tema yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan pengelola akun. Agama adalah salah satu tema yang kerap didiskusikan. Yang menarik dari diskusi di akun-akun base ini adalah penanya, atau biasa disebut sebagai *sender* (pengirim posting) yang kerap juga disebut *nder* (akronim *sender*), secara sengaja meminta tanggapan dari pengguna lain secara random. Artinya, *sender* memang sejak awal hendak meminta pengguna lain—dari latar belakang apapun, dengan atau tanpa latar belakang pengetahuan agama yang memadai—untuk memberikan tanggapan atau jawaban dari pertanyaannya.

Contoh akun base adalah akun @tanyarlfes yang sangat populer dan banyak digunakan oleh pengguna X untuk mendiskusikan berbagai hal. *Followers* akun ini mencapai 1,6 juta. Salah satu contoh diskusi tentang Islam yang dikirim oleh *sender* ke akun ini adalah pertanyaan tentang cara mengatasi naik turunnya iman yang dikaitkan dengan konsistensi dalam menjalankan sholat.



Pertanyaan ini mampu mengundang 152 komentar atau jawaban dari user X lain. Tampak jelas dari berbagai jawaban yang dikemukakan tidak ditemukan jawaban dari akun yang dikenal publik memiliki otoritas untuk berbicara tentang pengetahuan keislaman. Rata-rata tanggapan memberi motivasi, nasehat dan jawaban dengan semangat positif. Tampak jelas komentar-komentar pengguna X yang ikut memberikan jawaban menyampaikan pendapatnya dengan keinginan untuk benar-benar membantu *sender* untuk menyelesaikan problem yang dihadapi. Tanggapan-tanggapan seperti ini dapat dikategorikan sebagai diskusi positif atau komunikasi yang

ditujukan untuk mencapai intersubjektifitas. Karakter tanggapan seperti ini sangat umum dijumpai pada berbagai postingan di berbagai akun base.

Otoritas Keagamaan dan Praktik Tindakan Komunikatif di Ruang Publik Virtual X

Algoritma sebagai Otoritas Baru

Agama, terutama di Indonesia, selalu menjadi bagian penting dari praktik-praktik sosial yang berlangsung di tengah-tengah masyarakat, baik di dunia riil, maupun di dunia virtual. Itu sebabnya, meminta masyarakat Indonesia untuk tidak mencampuradukkan antara kepentingan politik dan agama tampak sebagai sebuah seruan yang tak masuk akal dan tidak banyak berguna. Isu-isu seputar politik identitas akan selalu muncul dalam setiap perhelatan politik, terutama pemilihan presiden.

Dari data-data yang telah dipaparkan di atas, diskusi-diskusi tentang agama selama berkaitan dengan momen perhelatan politik, seperti pemilihan presiden 2024, selalu tampil sebagai praktik tindakan strategis. Menurut Habermas, tindakan strategis merujuk pada praktik tindakan yang bersifat monologal. Tujuannya adalah mempengaruhi orang lain, bukan menghasilkan pemahaman intersubjektif antara pihak-pihak yang terlibat dalam percakapan. Dalam tindakan strategis, bukan argumentasi rasional yang penting, tapi kemampuan dan keberhasilannya untuk mempengaruhi orang. Bagi pelaku tindakan strategis, kebenaran tidak hendak didialogkan tapi “dipaksakan” kepada orang lain.

Diskusi-diskusi keagamaan, selama dilakukan dalam bingkai kepentingan politik, tidaklah benar-benar menjadi diskusi sehat di mana berlangsung pertukaran ide-ide yang rasional. Klaim-klaim yang disampaikan tidak menampilkan ciri pembicaraan yang rasional. Alih-alih, diskusi seperti ini hanya berisi penegasan posisi politik dengan argumentasi dangkal dan menggunakan bahasa-bahasa yang cenderung emosional. Bahasa-bahasa agama hanya digunakan untuk melakukan *judgment* politik. Dengan kata lain, tipe diskusi seperti ini bukanlah diskusi keagamaan, melainkan pertarungan politik yang menggunakan agama sebagai alat untuk menyerang lawan politik.

Itu sebabnya, dalam diskusi-diskusi seputar agama dengan latar belakang sebuah peristiwa politik, seperti tampak pada “kegaduhan” *netizen* ketika membicarakan tentang komentar Zulkifli Hasan tentang sebagian pendukung Prabowo yang enggan mengucapkan kata “amin” dalam sholat, yang selalu muncul adalah narasi yang bersifat sepihak. Mereka yang terlibat dalam pembicaraan soal ini di platform X tidak hendak memulai sebuah praktik pembicaraan yang bersifat diskursif tetapi lebih sebagai upaya untuk mencari afirmasi dari pandangan-pandangannya sendiri.



Jikapun terdapat komentar-komentar yang berlawanan dengan narasi *mainstream* dalam diskusi yang sedang berlangsung pada sebuah postingan user X, komentar seperti ini juga hampir selalu disampaikan dengan bahasa yang tak kalah ofensif dengan bahasa pada narasi *mainstream*. Dapat diduga, komentar seperti ini pada akhirnya tidak akan mampu menginisiasi sebuah proses diskusi yang sehat. Alih-alih, serangan-serangan dari kubu narasi *mainstream* akan segera membanjiri komentar seperti ini.

Kenyataan ini juga diperkuat dengan mekanisme algoritma yang mengendalikan setiap interaksi di media sosial. Media sosial menggunakan kode-kode algoritma untuk mengidentifikasi setiap user-nya melalui jejak digital yang ditinggalkan user dan kemudian mengelompokkannya dalam kategori-kategori identitas atau karakteristik tertentu. Identitas ini lazimnya terkait dengan beragam hal, seperti kecenderungan belanja, gaya hidup, pertemanan, termasuk identitas politik seseorang, dan tentu saja dengan berbagai aspek kehidupan lain.

Melalui identifikasi inilah, algoritma kemudian mempertemukan para user dalam sebuah lingkungan atau lingkaran algoritmik (*algorithmic circle*) berdasarkan pada kesamaan hasil identifikasi. Peluang dari user-user ini untuk saling bertemu dan berinteraksi di media sosial, termasuk platform X, melalui posting, komentar, tindakan *likes*, *share* dan aktifitas digital lain, jauh lebih besar dibanding peluang untuk berinteraksi dengan user yang berada di luar lingkaran algoritmiknya.

Algorithmic Circle inilah yang membuat diskusi-diskusi di platform X terkait dengan persoalan agama—dengan latar belakang perhelatan politik—selalu berlangsung tanpa dibarengi dengan keragaman pandangan yang cukup untuk dapat melahirkan sebuah praktik diskursus yang sehat dan terbuka. Mereka sejak awal diarahkan untuk hanya berdiskusi dalam lingkaran algoritmiknya sehingga kemungkinan untuk menghasilkan pandangan-pandangan yang beragam menjadi sangat kecil. Tanpa keragaman pandangan, yang ada hanyalah sebuah proses diskusi semu di mana orang-orang yang terlibat diskusi saling mengafirmasi, menguatkan dan mengamplifikasi pandangan masing-masing, bukan menguji klaim-klaim kebenaran, kejujuran dan ketepatan sebagaimana yang dipersyaratkan Habermas dalam sebuah praktik tindakan komunikatif.

Ketika pengguna sudah memasuki *algorithmic circle* maka diskusi tidak lagi signifikan. Ini karena sebagian besar orang berada dalam frekuensi pandangan yang sama. Klaim-klaim kebenaran, kejujuran dan ketepatan memang masih mungkin dikemukakan, hanya saja tidak dengan kepentingan untuk didiskusikan dalam sebuah praktik wacana, tetapi lebih sebagai upaya untuk menguatkan *algorithmic circle*-nya. Praktik seperti ini lebih menunjukkan ciri sebagai tindakan strategis daripada komunikatif. Klaim-klaim dikemukakan bukan untuk melahirkan diskursus tapi untuk meraih tujuan

yang sudah ditentukan sejak awal oleh para pihak. Komentar-komentar yang membanjiri berbagai postingan dalam lingkaran algoritma yang sama lebih sebagai semacam *pseudo-communication*.

Dalam konteks inilah, algoritma media sosial muncul sebagai otoritas baru yang bersifat anonim dan impersonal. Otoritas ini bahkan lebih *powerfull* daripada otoritas tradisional atau otoritas baru lain yang muncul karena reputasi di media sosial. Aspek utama dari sebuah otoritas adalah kemampuan mengarahkan dan mempengaruhi perilaku. Kemampuan ini dimiliki sepenuhnya oleh algoritma dengan cara yang jauh lebih *powerfull*. Selain anonim, otoritas algoritma ini juga bersifat impersonal dan juga—ini yang luar biasa—*invisible*. Impersonal karena tak mewakili siapapun, tak memiliki personifikasi dengan siapapun. Karakter *invisible*-nya makin membuat kekuatan otoritas algoritma dalam mengarahkan dan mempengaruhi perilaku menjadi tak tertandingi oleh otoritas lain. Algoritma mampu mengarahkan perilaku penggunanya tanpa disadari dengan memasukkannya dalam lingkaran algoritmik (*algorithmic circle*) yang sama. Algoritma bahkan memiliki kemampuan untuk mendikte perilaku orang dengan cara yang oleh obyeknya dialami sebagai pengalaman yang menyenangkan. Algoritma mampu menundukkan orang, sementara pada saat yang sama orang tersebut merayakan dengan suka rela dan suka cita penundukan yang ia menjadi korbannya.

Kembalinya Otoritas Keagamaan Tradisional dan Munculnya Otoritas Anonim Berbasis Reputasi Media Sosial

Pada awal-awal perkembangan media sosial, otoritas keagamaan tradisional seperti kyai, ustadz atau tokoh agama lain, tampak absen dari hingar bingar media sosial. Diskusi-diskusi di media sosial tentang tema—tema keagamaan, berlangsung tanpa keterlibatan dan bimbingan otoritas tradisional. Banyak orang memprediksi absennya tokoh agama tradisional akan membuat diskusi-diskusi di media sosial menjadi lebih terbuka dan demokratis. Ini karena otoritas tradisional kerap dipandang terlalu hegemonik dan menghambat munculnya pandangan-pandangan keagamaan yang berbeda. Tetapi tampaknya prediksi ini dalam beberapa konteks tidak selalu terbukti. Diskusi di media sosial yang berlangsung tanpa kehadiran tokoh agama tradisional kerap justru menampilkan wajah yang offensif dan anti-demokrasi. Algoritma media sosial, sebagaimana telah didiskusikan di atas, dituding sebagai biang keladi terjadinya polarisasi di kalangan umat beragama yang makin tajam. Diskusi keagamaan di media justru menjadi lahan subur bagi berkembangnya paham-paham radikal dan intoleran.

Dengan latar belakang seperti inilah, otoritas keagamaan tradisional yang selama ini banyak menyuarakan Islam moderat dan toleran didorong untuk kembali hadir di media sosial dan membimbing masyarakat. Dapat kita



lihat, dalam 5 tahun terakhir, akun-akun yang mewakili otoritas Islam tradisional, seperti kyai atau ustadz, mulai banyak bertebaran di media sosial. Akun-akun ini sebagian dikelola sendiri oleh sang tokoh, sebagian dikelola admin, sebagian dikelola oleh para pengagumnya. Keberadaan akun-akun yang mewakili otoritas tradisional ini memberi warna baru bagi diskusi-diskusi keagamaan yang berlangsung di media sosial, termasuk di platform X.

Ketika otoritas tradisional ikut masuk dan mewarnai diskusi-diskusi keagamaan di media sosial, status ketokohnya tampak masih signifikan bagi para pembaca. Ini tampak dari sebagian besar diskusi pada postingan sang tokoh yang lebih banyak berupa pertanyaan daripada sanggahan. Ini menunjukkan bahwa pembaca masih menaruh kepercayaan pada otoritas pengetahuan keagamaan sang tokoh. Walaupun demikian beberapa diskusi yang lebih variatif juga muncul, termasuk sanggahan atau pendapat yang berbeda dengan postingan sang tokoh agama. Yang menarik, sanggahan-sanggahan seperti ini tidak dipermasalahkan oleh user lain atau sang tokoh sendiri. Diskusi tetap berlangsung secara substantif sebagaimana diskusi yang berlangsung pada postingan-postingan @KHMLuqman yang merupakan representasi virtual dari K. H. M. Luqman Hakim, Mudir Ma'had Aly Raudhatul Muhibbin Bogor.

Menarik untuk dilihat bahwa keragaman pendapat dan diskusi-diskusi yang lebih substantif justru lebih terlihat pada postingan akun yang mewakili otoritas tradisional daripada akun-akun yang mewakili otoritas baru yang muncul di media sosial. Perbandingan antara diskusi di akun @KHMLuqman dan akun @diaryhijrah08 menunjukkan dengan jelas fenomena ini. Kenyataan ini menunjukkan bahwa keberadaan akun yang mewakili otoritas tradisional justru memunculkan iklim diskusi yang positif. Sebaliknya otoritas-otoritas keagamaan baru yang muncul dari reputasinya di media sosial, seperti @diaryhijrah08 justru lebih banyak menggunakan bahasa-bahasa persuasif sehingga aspek keragaman menjadi tidak terlihat. Bahasa-bahasa persuasif adalah bahasa yang banyak dipakai untuk mencapai tujuan tertentu, bukan bahasa yang dipakai untuk menghadirkan dialog. Dalam terminologi Habermas, ini disebut sebagai tindakan strategis. Sementara, tindakan komunikatif dimaksudkan terutama untuk menghasilkan praktik-praktik diskursif, bukan sekedar untuk mencapai tujuan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tindakan komunikatif ini tampak dari diskusi-diskusi yang muncul sebagai tanggapan pada postingan akun @KHMLuqman.

Akun-akun seperti @diaryhijrah08 banyak bermunculan di media sosial. Akun-akun seperti ini membangun reputasinya melalui konten-konten yang mereka buat di media sosial. Mereka memposting konten-konten keagamaan dan menarik perhatian banyak user lain. Akun-akun seperti ini kerap berhasil memperoleh *followers* yang sangat banyak. Keberhasilan

membangun reputasi inilah yang membuat mereka kerap menjadi rujukan pengetahuan keislaman di media sosial oleh para pengikutnya.

Sebagian besar akun seperti ini adalah akun anonim. Tidak jelas benar siapa yang berdiri di balik akun-akun seperti ini. Apakah akun-akun seperti ini benar-benar mewakili orang yang memiliki latar belakang pengetahuan agama mumpuni atau sekedar mencomot konten keagamaan dari sana-sini, tidak pernah jelas. Ketidakjelasan itu juga tampak dari komentar-komentar di posting mereka yang jarang berlangsung secara diskursif sehingga tak ada petunjuk yang jelas apakah posting itu keluar dari pikiran orang yang memiliki pengetahuan agama yang mumpuni atau sekedar memposting ulang pengetahuan agama dan sumber lain atau postingan orang lain.

Yang jelas, keberhasilannya untuk membuat postingan-postingan keagamaan dengan bahasa dan kemasan yang menarik mampu mendatangkan banyak followers yang kerap memberi komentar dan reaksi pada postingan mereka. Ini tampak dari *engagement statistic* yang tinggi pada tiap postingan mereka. *Engagement statistic* ini bahkan kerap lebih tinggi daripada postingan-postingan yang berasal dari akun yang mewakili otoritas Islam tradisional dengan jumlah follower yang lebih banyak.

Demikianlah beberapa temuan yang berhasil disimpulkan dari penelitian ini. Harus segera ditegaskan bahwa temuan-temuan di atas tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi mengingat datanya yang masih sangat terbatas. Temuan ini lebih sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa fenomena seperti yang disebutkan dalam penelitian ini terjadi dalam diskusi-diskusi keagamaan di ruang publik virtual dengan penegasan bahwa fenomena lain yang berbeda atau bahkan bertentangan bisa saja terjadi. Dunia media sosial, terutama X, adalah ladang emas data yang hampir-hampir mustahil untuk dapat dikaji secara menyeluruh. Ini karena datanya yang melimpah, baik dari segi volume, kecepatan, maupun variasi data. Oleh sebab itu, penelitian apapun yang dilakukan di media sosial hanya akan memotret sebagian ekspresi kultural atau praktik sosial tertentu saja. Kemungkinan-kemungkinan kesimpulan dan temuan lain masih sangat terbuka luas.

Simpulan

Masuknya otoritas keagamaan tradisional di dunia virtual memberikan warna baru dalam diskusi-diskusi keagamaan di media sosial. Otoritas keagamaan tradisional ini memang mengalami penurunan *power*, tetapi menariknya, justru fenomena inilah yang tampaknya mampu menghadirkan diskusi-diskusi yang lebih terbuka dan konstruktif ketika melibatkan otoritas tradisional di media sosial. Ini karena aspek-aspek substantif dari wacana keagamaan tetap dapat dipertahankan di tengah ruang publik virtual yang terbuka, sehingga praktik-praktik tindakan komunikatif dapat berkembang melalui proses diskusi ini.



Hal yang justru sebaliknya terjadi dalam diskusi-diskusi yang melibatkan otoritas baru yang berupa *anonymous human authority* dan *impersonal non-human authority*. Diskusi-diskusi keagamaan yang berlangsung dan melibatkan *anonymous human authority* tampak bersifat monologal. Amat jarang berlangsung sebuah percakapan yang bersifat diskursif dalam komentar-komentar dari postingan otoritas baru ini. Sementara *impersonal non-human authority* muncul sebagai kekuatan yang jauh lebih *powerfull* daripada otoritas mana pun. Otoritas ini berwujud algoritma yang ditanamkan di media sosial. Algoritma ini berperan layaknya otoritas tersendiri. Ia mampu mempengaruhi, mengarahkan dan menentukan pandangan-pandangan keagamaan pengguna media sosial. Ia bahkan mampu mendikte pandangan keagamaan pengguna tanpa mereka sadari. Melalui penciptaan lingkaran algoritmik (*algorithmic circle*) algoritma media sosial menciptakan dua imajiner baru yang hanya diisi oleh orang-orang dengan pandangan yang seragam. Pada gilirannya, algoritma akan membuat pandangan-pandangan keagamaan pengguna media sosial makin terpolarisasi karena miskin interaksi yang bermakna dengan pandangan lain yang berbeda.

Daftar Rujukan

- #99 [@PartaiSocmed]. “Becanda tidak usah dijadiin serius ah! Selera humor kita tidak harus hilang cuma gara2 pilpres. <https://t.co/lyL4v6gp1Y>.” Tweet. *Twitter*, 20 Desember 2023. <https://x.com/PartaiSocmed/status/1737365522248065401>.
- A. Mustofa Bisri [@gusmusgusmu]. “JUM’AT CALL: Kata orang bijak: Akhlak (yang baik) bisa menutupi kekurangan ilmu; tapi banyaknya ilmu tidak bisa menutupi akhlak (yang buruk).” Tweet. *Twitter*, 22 Desember 2023. <https://x.com/gusmusgusmu/status/1738009852147053047>.
- Artharini, Isyana. “Penolakan terhadap warga Ahmadiyah di Bangka.” *BBC News Indonesia*, 26 Januari 2016. https://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/01/160126_indonesia_ahmadiyah_bangka.
- Bellah, Robert N. *Beyond Belief: Menemukan Kembali Agama (Esei-esai tentang Agama di Dunia Modern)*. Jakarta: Paramadina, 2000.
- Berger, Peter L. *Langit Suci, Agama sebagai Realitas Sosial (The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory at Religion)*. Diterjemahkan oleh Hartono. Jakarta: LP3ES, 1991.
- Cindy. “Sejarah Konflik Aliran Ahmadiyah di Indonesia.” *medcom.id*, 7 September 2021.

<https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/ybD4gnAb-sejarah-konflik-aliran-ahmadiyah-di-indonesia>.

Diary hijrah [@diaryhijrah08]. “Neraka & 4,900.000.000 Malaikat  Bacalah agar tidak merugi! <https://t.co/d65uAKkVvA>.” Tweet. *Twitter*, 30 Januari 2024. <https://x.com/diaryhijrah08/status/1752472084637512170>.

Diary hijrah[@diaryhijrah08]. “Cara sholat taubat very simple Jangan merasa diri tak punya dosa! A-thread <https://t.co/DuIsJy3pPr>.” Tweet. *Twitter*, 15 November 2023. <https://x.com/diaryhijrah08/status/1724929737867317437>.

DR.KHM.Luqman Hakim [@KHM.Luqman]. “Sholat ghaib mestinya dilakukan untuk siapa saja, mereka yang wafat saat ini. Apalagi musim pandemi. Jangan hanya karena ada tokoh yang wafat lalu ramai-ramai sholat ghaib. Ntar kalau seorang petani miskin di kampung yang nggak dikenal, dianggap biasa saja.” Tweet. *Twitter*, 14 Januari 2021. <https://x.com/KHMLuqman/status/1349695012913627136>.

Habermas, Jürgen. *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Diterjemahkan oleh Yudi Santoso. Bantul: Kreasi Wacana, 2015.

Hardiman, Francisco Budi. *Demokrasi Deliberatif: Menimbang Negara Hukum dan Ruang Publik dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2009.

Heim, Michael. *The Metaphysics of Virtual Reality*. New York: Oxford University Press USA, 1994.

Hojsgaard, Morten T., dan Margit Warburg, ed. *Religion and Cyberspace*. New York: Roudledge, 2005.

Jinan, Mutohharun. “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia.” *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (29 Juni 2012): 181–208. <https://doi.org/10.31291/jlk.v10i1.178>.

Jo, Beni. “Blunder Candaan Zulkifli Hasan Soal Salat yang Dikaitkan Pilpres.” *tirto.id*. Diakses 1 Januari 2024. <https://tirto.id/blunder-ketum-pan-zulkifli-hasan-soal-sholat-penistaan-agama-gTAz>.

Kolodziejska, Marta, dan Alp Arat. “Religious Authority Online: Catholic Case Study in Poland.” *Religion & Society in Central & Eastern Europe* 9, no. 1 (Desember 2016): 3–16. <https://doi.org/10.20413/rascee.2016.9.1.3-16>.

Kuntowijoyo. *Muslim Tanpa Masjid*. 2 ed. Bandung: Mizan, 1998.



- Lim, Merlyna. "Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and The Rise of Tribal Nationalism in Indonesia." *Critical Asian Studies* 49, no. 3 (September 2017): 411–27. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>.
- mo ka [@senjabaratdaya]. "@KHM Luqman ngomong apa sih ni org. semua org berhak menyolatkan jenazah siapapun. knp ramai2 sholat ghoib untuk seorang tokoh dinyinyirin sih... sholat ya sholat aja ikhlas pak.. km ada masalah apa?" Tweet. *Twitter*, 15 Januari 2021. <https://x.com/senjabaratdaya/status/1349871643431116801>.
- Nawawy, Mohammed el-, dan Sahar Khamis. *Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourse In Cyberspace*. New York: Palgrave MacMillan, 2009.
- Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. New York: Penguin UK, 2011.
- Rachmadhani, Arnis. "Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru: Dakwah Gusmus Di Media Sosial." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 5, no. 2 (29 Desember 2021): 150–69. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636>.
- Taher, Andrian Pratama. "Kronologi Masjid Ahmadiyah Sintang Diserang: Berawal dari Penolakan." *tirto.id*. Diakses 27 Februari 2024. <https://tirto.id/kronologi-masjid-ahmadiyah-sintang-diserang-berawal-dari-penolakan-gjdc>.
- tukang kebon [@didisupardi862]. "@tvOneNews Kalau Anies dekat pemuka agama Islam, atau pimpinan gereja, atau dengan pemuka entis tionghoa, lantas disebut politik identitas. Kalau 02 pake kyai dan gus yg nyebar uang ke banyak pesantren, @tvOneNews pura2 buta." Tweet. *Twitter*, 16 Desember 2023. <https://x.com/didisupardi862/status/1735813911088390287>.
- tvOnenews [@tvOneNews]. "Anies Lagi-lagi Dituding Lakukan Politik Identitas Gara-gara Didukung UAS, Jual Agama Demi Pilpres 2024? <https://t.co/wHnvKRYiTz>." Tweet. *Twitter*, 15 Desember 2023. <https://x.com/tvOneNews/status/1735797910787498419>.
- TXT KQ5 👉🕒 [@TxtKQ5]. "Lah.... Melecehkan Sholat, menistakan agama dan merendahkan Allah SWT kok malah dianggap politik riang gembira... 🙄 <https://t.co/i9tSlwACK8>." Tweet. *Twitter*, 21 Desember 2023. <https://x.com/TxtKQ5/status/1737809948476928219>.