

Cyber Religion dan Respons Keberagamaan Generasi Milenial di Media Sosial @Bimbingan_Islam

Yoshy Hendra Hardiyan Syah

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: yushyhendra@gmail.com*

Acep Aripudin

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: cepirfan@yahoo.com

Dadang Kuswana

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: dadangkuswana5@gmail.com

Abstract

This article discusses the practice of religion in cyberspace and the response of the millennial generation to the social media account @Bimbingan_Islam, as a form of practice of Cyber Religion. The purpose of this study is First, to find out how the world of Cyber Religion is on the YouTube, Instagram, and Facebook platforms @Bimbingan_Islam. Second, to find out how the millennial generation responds in the comments column to posts on religious studies on the Instagram platform account @Bimbingan_Islam. This article uses qualitative research methods using data collection techniques (Literature Review) with a non-participatory virtual ethnographic approach and analysis techniques using Lasswell's communication theory. The limitations of the millennial generation referred to in this article are in the age range of 18 to 34 years. What's interesting in this article is that it displays technological developments, illustrations of information dissemination, the level of popularity of social media, and the spread of religious studies in cyberspace, making it a powerful attraction for the millennial generation to continue to deepen, upgrade, and hone their insights about religion, namely on account @ Bimbingan_Islam, then this article finds a case on the social media account, namely there is a sentence that is inappropriate to be presented to the public by using strong language in broadcasting religious studies through social media.

Keywords: Religion and Media, Religion in Cyberspace, Millennial Generation

1. Pendahuluan

Munculnya media sosial, kini menjadi salah satu bagian terpenting pada kehidupan manusia. Kemajuan teknologi yang semakin pesat, sehingga dapat memudahkan aktivitas manusia dalam melakukan segala sesuatunya, termasuk mengakses kajian keagamaan secara online yaitu dengan menggunakan berbagai *platform* seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan lain-lain melalui ponsel. Gairah generasi milenial dalam mengkaji agama di media sosial telah memperlihatkan begitu banyak peningkatan. Kini, agama dengan segala bentuknya serta fungsinya berpindah kemudian melebur menjadi satu dengan yaitu dunia *cyber* (Abdurrahman, 2020).

Copyright: © 2025. The Author(s).

Saat ini telah banyak diketahui bahwasanya agama telah mengambil peran penting dalam bidang multidisipliner seperti dalam bidang politik, psikologi, filsafat, sosiologi, hingga pada teknologi digital. Hal ini dikarenakan bahwa, telah banyak sekali penelitian yang sudah dilakukan bahwa agama dengan karakternya yang “luwes” atau universal bisa menyentuh seluruh aspek kehidupan. Begitupun hal yang sama dengan media yang bisa menyentuh segala aspek termasuk pada agama. Agama dan media menjadi sebuah satu kesatuan yang utuh, yang mana tidak dapat dipisahkan satu sama lain, sehingga perlu adanya kajian lebih lanjut untuk membaca, membongkar, dan membedah fenomena dari keduanya tersebut, seperti pada *cyber religion* (Malik, 2021).

Cyber religion adalah ilmu keagamaan yang bersumber atau disebar luaskan melalui sarana teknologi melalui perantara media *online* (internet). Ketika membicarakan tentang agama *cyber*, yang mana agama *cyber* ini dapat menjelaskan atau menunjukkan secara jelas bagaimana media baru dan agama saling berkorelasi satu sama lain. Dalam dekade terakhir ini bahwa, telah banyak sekali yang mengkaji perihal tersebut yaitu agama dan media bersatu dalam tampilan (media baru). Hal ini sebagaimana berjalan beriringan dengan semakin maraknya internet dalam kehidupan manusia. Media semakin merajalela terhadap informasi-informasi praktik keagamaan, berbagai hal dan tujuan dari atas apa yang dilakukan oleh umat beragama adalah untuk mengkokohkan atas keyakinan (iman) mereka, serta diekspresikan kembali identitas agama (Budiasa, 2020).

Kemajuan internet, teknologi, dan informasi telah menggeser praktik agama dari ruang fisik (*real religion*) ke ruang digital (*cyber religion*), menciptakan pembaruan dalam penyiaran kajian keagamaan. Perkembangan alat komunikasi dan teknologi membuat *cyber religion* dipandang generasi milenial sebagai bentuk keberagamaan yang lebih keren, sederhana, canggih, mudah dipahami, dan modern. Akibatnya, banyak milenial belajar agama secara daring melalui media sosial. Internet pun menggantikan fungsi tempat ibadah tradisional karena agama kini dapat dikaji kapan pun dan di mana pun, tanpa batas ruang dan waktu. Kemudahan ini mendorong generasi milenial untuk terus memperdalam wawasan keagamaannya. Namun, di tengah maraknya konten keagamaan, tak jarang muncul ungkapan yang tidak pantas disampaikan ke publik. Hal ini memicu beragam respons dari netizen, baik berupa kritik konstruktif maupun komentar negatif karena konten tersebut dinilai tidak sopan dan menyinggung.

Artikel ini secara khusus menyoroti akun media sosial Facebook, YouTube, dan Instagram @Bimbingan_Islam sebagai contoh nyata praktik keberagaman dalam ranah *cyber religion*. Akun ini mempublikasikan konten-konten keislaman dalam bentuk majalah daring dan kajian visual yang populer di kalangan generasi milenial. Di Instagram, @Bimbingan_Islam memiliki 519 ribu pengikut dan telah membagikan 4.440 postingan. Di Facebook, akun ini memiliki 178 ribu pengikut dengan 150 ribu *likes*. Sementara itu, kanal YouTube-nya, *BiASTV*, telah mengumpulkan 26,6 ribu pelanggan dan mengunggah 765 video. Popularitas ini menunjukkan peran strategis akun @Bimbingan_Islam sebagai media pembelajaran agama yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, dengan menyajikan konten visual yang menarik dan efektif dalam menjangkau serta memengaruhi generasi milenial.

Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka (*Literature Review*) dengan pendekatan etnografi virtual yang bersifat non-partisipasi, kemudian teknik analisis yaitu menggunakan teori komunikasi Laswell. Pendekatan etnografi virtual adalah suatu cara yang digunakan dalam melakukan observasi terhadap *user* dengan menggunakan fasilitas internet dan dalam observasi pada artikel ini menggunakan teknik penelusuran observasi yang bersifat non-partisipasi yaitu peneliti memposisikan diri sebagai penonton dan tidak termasuk ke dalam daftar peserta (pengikut) untuk mengamati postingan pada akun Instagram, YouTube, dan Facebook @Bimbingan_Islam (Hine, 2015).

Kemudian dalam artikel ini, untuk mengkaji konsep *cyber religion*, implementasi keberagaman, dan respon generasi milenial dengan menggunakan pendekatan tinjauan analisis deskriptif. Adapun langkah-langkah pada penelitian ini adalah *Pertama*, peneliti mencari sumber yang relevan yaitu berasal dari buku, artikel ilmiah, dan artikel populer (media berita). *Kedua*, peneliti melakukan penelusuran observasi non-partisipasi pada platform Instagram dan Facebook dalam akun @Bimbingan_Islam serta mencari kasus mengenai postingan kajian agama di media sosial tersebut. *Ketiga*, setelah menemukan kasus pada postingannya, kemudian peneliti menghimpun komentar-komentar sebagai bentuk respon kritis generasi milenial terhadap kajian agama yang dibawa oleh akun @Bimbingan_Islam. *Keempat*, setelah seluruh sumber data terkumpul, kemudian peneliti melakukan pereduksian kembali terhadap sumber data yang sudah terkumpul.

Kelima, setelah data-data melalui tahap reduksi, kemudian peneliti menyusun dan menuliskan data-data tersebut dalam bentuk artikel ilmiah ini.

Dalam artikel ini, generasi milenial dibatasi pada rentang usia 18–34 tahun. Peneliti mengategorikan para komentator di akun @Bimbingan_Islam sebagai bagian dari generasi ini karena mereka aktif bermedia sosial, memberikan tanggapan terhadap konten keagamaan, dan berada dalam batas usia tersebut. Fokus kajian artikel ini mencakup: (1) bagaimana representasi *cyber religion* pada platform Instagram dan Facebook @Bimbingan_Islam, (2) bagaimana respons milenial di kolom komentar terhadap konten kajian agama di Instagram, dan (3) bagaimana hasil analisis teori komunikasi Lasswell terhadap postingan tersebut. Penelitian ini bertujuan menjawab ketiga pertanyaan tersebut secara sistematis.

2. Pembahasan

2.1 Implementasi *Cyber Religion* Pada Generasi Milenial Di Indonesia

Kemajuan teknologi digitalis telah berdampak besar pada manusia dalam kehidupan beragama (*cyber religion*), baik dalam kehidupan sosialis maupun agamis. Teknologi digital ini digunakan dalam beragama hanya semata untuk menyiarkan agama itu sendiri baik secara praktis maupun teoritis yang dilaksanakan oleh penganutnya dalam bentuk video, foto, dan tulisan-tulisan terkait aktivitas keagamaannya tersebut, dengan berbekal segala kemudahan-kemudahan yang dihasilkan pada media digital tersebut sehingga memasarkan atau menyiarkan informasi seputar agama dengan sangat cepat, viral, dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Oleh karena itu, berangkat dari perihal tersebut kemudian pada akhirnya melahirkan banyak forum-forum religius, blogger dari seorang tokoh agamawan, bulletin, dan lain-lain yang menawarkan banyak sekali layanan virtual melalui sebuah aplikasi yang terkoneksi dengan smartphone dan laptop (Setiansah, 2015).

Meskipun ini sepertinya nampak paradoks, yang mana agama dalam segala bentuknya serta fungsinya berpindah kemudian melebur menjadi satu dengan dunia cyber. Hubungan yang baru ini yaitu agama dengan media bahwa baik dalam mengubah cara kita dalam menjalankan agama maupun ketika agama dalam mempengaruhi antar budaya dan masyarakat. Agama cyber itu sendiri merupakan suatu kombinasi dalam memediasikan antara keyakinan dengan praktik keagamaan kontemporer terhadap masyarakat modern. Artinya bahwa, agama cyber disini bukan hanya terkait posisi agama itu sendiri di media, akan tetapi juga menjadi sebuah perpaduan diantara seluruh

komponen sosialis dan kebudayaan, yang kemudian mencoba dikorelasikan dengan agama dan seluruh elemen dalam masyarakat jaringan (Ishanan, 2019).

Ketika membicarakan tentang agama *cyber*, yang mana agama *cyber* ini dapat menjelaskan atau menunjukkan secara jelas bagaimana media baru dan agama saling berkorelasi satu sama lain. Dalam dekade terakhir ini bahwa, telah banyak sekali yang mengkaji perihal tersebut yaitu agama dan media bersatu dalam media baru. Hal ini sebagaimana berjalan beriringan dengan semakin maraknya internet dalam kehidupan manusia. Media semakin merajalela terhadap informasi-informasi praktik keagamaan, berbagai hal yang dilakukan oleh umat agama itu sendiri dalam mengkokohkan atas keyakinan mereka, serta diekspresikan kembali identitas agama. Adapun tujuan atas dilakukannya berbagai hal tersebut bahwa tak lain hanya semata ingin membuktikan status afiliasi mereka terhadap agama. Setelah mengetahui uraian-uraian diatas bahwa, pada bagian selanjutnya akan dibahas tentang bagaimana suatu praktik ritus keagamaan yang terjadi dalam dunia *cyber* dengan kacamata ritual keagamaan secara online. Kemudian pembahasan selanjutnya menyerot tentang wujud implemantasi keagamaan dalam dunia *online*.

Adapun penjelasannya sebagai berikut (Arifudin, 2016):

2.1.1 Macam-Macam Media Sosial Yang Digunakan

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa, kini aktifitas keagamaan mengalami suatu perubahan yang drastis, yang mana perubahan ini diikuti dengan perkembangan pada teknologi itu sendiri. Pada zaman modern ini, teknologi semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun secara dinamis. Adapun diantaranya adalah perkembangan pada teknologi komputer. Perubahan pada teknologi komputer tersebut bahwa pada awalnya komputer dikenal sebagai mesin ketik, yang pada zaman dahulu digunakan hanya untuk memproduksi sebuah teks, maka dengan melalui mesin ketik tersebut, manusia dapat menuliskan pemikirannya pada selembar kertas tanpa menggunakan alat tulis seperti pensil atau pena. Namun, seiring berjalannya waktu di beberapa tahun kemudian bahwa, teknologi mengalami perubahan sekaligus berkembang menjadi sebuah alat komputer yang dibekali dengan daya listrik. Kemudian muncul inovasi-inovasi pada alat teknologi komputer. Adapun gambaran perubahan pada teknologi ini secara khusus pada komputer sebagai berikut:

Gambar 1.

Perkembangan pada Teknologi Komputer dari masa ke masa



Sumber: <http://plsbersinergi.blogspot.com/2012/12/sejarah-komputer.html#>

Gambar tersebut menjelaskan bahwasanya, tidak butuh waktu yang lama, kemudian pada akhirnya teknologi komputer tersebut berkembang dengan sangat cepat, dalam waktu yang singkat. Namun, perubahan tersebut bukan hanya perubahan dalam bentuk fisik pada teknologi komputer tersebut, melainkan juga dibarengi dengan mempengaruhi perubahan pada struktur kehidupan manusia itu sendiri. Kemudian pada zaman modern saat ini bahwa, bukan hanya teknologi saja yang berkembang, melainkan juga berkembangnya serta memudahkan dalam mengakses informasi yang terkini, baik informasi tentang agama, pendidikan, dan segala fenomena-fenomena pada realitas. Kemudian perangkat komputer tersebut dibekali dengan fitur-fitur yang menggiurkan, sehingga segalanya menjadi sangat membantu aktivitas manusia. Adapun berikut ini yang menggambarkan perkembangan teknologi melalui sistem kolaborasi antara hardware dan software.

Gambar 2.

Kolaboratif Hardware dan Software



Sumber: <https://fairuzelsaid.wordpress.com/2010/03/10/sistem-informasi-internet-dan-aplikasi-web/>

Gambar tersebut menjelaskan bahwa, bagaimana cara kerja perangkat hardware dan software ketika berkolaborasi dalam memajukan teknologi. Berkat adanya

kolaborasi tersebut, maka baik informasi yang di terima maupun di kirim menjadi sangat mudah. Sebagaimana informasi-informasi yang telah dibuat, maka dalam waktu yang singkat bisa dinikmati oleh khalayak publik di seluruh dunia. Kemudian terkait perihal diatas bahwa, dapat kembali dilihat bagaimana ilustrasi penyebaran informasi yang beredar dalam waktu yang cepat dan singkat.

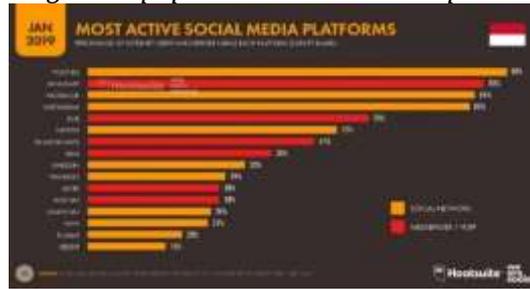
Gambar 3. *Ilustrasi Penyebaran Informasi*



Sumber: <https://radarrepublik.com/berita/detail/penyebaran-informasi-tidak-akurat>

Gambar tersebut menjelaskan bahwasanya, penyebaran informasi yang beredar dalam waktu yang cepat dan singkat dari suatu individu kepada individu yang lain. Maka, sangat perlu sekali sikap kewaspadaan dan sikap bijaksana dalam mengupdate informasi-informasi yang beredar. Oleh karena itu, diantara sekian banyak informasi-informasi yang beredar dengan menggunakan serta memanfaatkan kemajuan teknologi ini sebagai wadah penyebaran, begitupun termasuk dengan informasi-informasi yang berbau agama. Pada zaman modern kini, telah banyak sekali orang yang mulai aktif dalam bermedia sosial untuk menyiarkan segala sesuatu yang berbau agama, termasuk praktik ritus keagamaan. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa, praktik-praktik dalam beragama adalah salah satu wujud ritual pada agama-agama tertentu yang dilakukan oleh umatnya. Jika kembali meninjau historis cara menyiarkan praktik agama atau mendengar informasi kajian keagamaan, dahulu dengan cara langsung yaitu di tempat peribadatan, namun belakangan ini hal itu berubah yaitu dengan cara yang tidak langsung yaitu menggunakan media sosial karena dianggap lebih mudah dan simple serta lebih cepat populer. Adapun tingkat popularitas di media sosial pada masyarakat Indonesia dapat disaksikan datanya dalam gambar berikut:

Gambar 4. Tingkatan popularitas media sosial pada masyarakat Indonesia

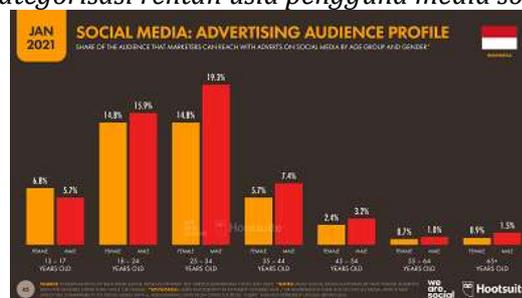


Sumber: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Gambar tersebut menjelaskan bahwa, masyarakat Indonesia terhitung cukup banyak sekali media sosial yang diakses. Yang mana, media sosial tersebut dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu berwarna kuning sebagai *social network* dan warna merah sebagai media sosial yang berbasis pesan (*messenger*). Kategorisasi dalam media sosial tersebut, pemisahan tentu bukanlah berangkat tanpa adanya alasan khusus, namun juga karena berdasarkan fungsinya. Adapun terkait *social network* bahwa, *social network* adalah suatu sistem dalam struktur sosial yang mencakup baik individu maupun kelompok. Oleh sebab itu, media sosial tersebut dapat menyatukan, mempermudah, serta mempererat hubungan tali silaturahmi. Maka, tak heran bilamana media sosial tersebut dapat menghubungkan siapa pun di seluruh dunia. Sedangkan pada *social messenger* bahwa, media yang digunakan untuk mengirim pesan singkat yang berupa tulisan, gambar, dan video dengan didukung jaringan internet.

Berdasarkan gambar tersebut, menunjukkan platform Instagram, Youtube, dan Facebook masuk kedalam nominasi 5 besar platform yang sering diakses atau digunakan. Maka tak heran, bilamana orang-orang Indonesia banyak yang memiliki akun platform tersebut. Berdasarkan hasil survei pada tahun 2019 menunjukkan bahwa media sosial paling banyak atau didominasi penggunaannya oleh generasi milenial. Adapun data tersebut dapat dilihat melalui gambar berikut:

Gambar 5. Kategorisasi rentan usia pengguna media sosial tahun 2021



Sumber: <https://www.iimers.com/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2021/>

Gambar tersebut menjelaskan bahwa, berdasarkan data diagram tersebut terdapat dua jenis golongan usia yang mencapai posisi tertinggi diantara posisi yang lain dalam tingkat akses media sosial. *Pertama*, pada diagram yang rentang khususnya pada usia 18 tahun hingga 24 tahun. *Kedua*, pada diagram yang rentang khususnya pada usia 25 tahun hingga 34 tahun. pada rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun masih dalam kategori generasi milenial. Kemudian berdasarkan data di beberapa tahun terakhir ini bahwa, di Indonesia media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial untuk sarana praktik keagamaan adalah media sosial Facebook (FB) dan Instagram (IG). Hal tersebut bukan semata-mata terjadi tanpa adanya sebab. Maka tingginya jumlah akses terhadap kedua media sosial tersebut yang digunakan oleh generasi milenial, sehingga memicu pengguna lain untuk berlomba-lomba dalam kebaikan serta memanfaatkan media sosial tersebut.

Kemudian berdasarkan data dari *NapoleonCat* bahwa, pengguna platform Instagram di Indonesia tahun 2023 menempati posisi kedua setelah platform Facebook, yang mana pergerakan pengguna platform Instagram di Indonesia mencapai 94.541.900 juta pengguna, adapun buktinya sebagai berikut:

Gambar 6. *Pengguna Instagram di Indonesia*



Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>

Berdasarkan laporan data dari *NapoleonCat* mengungkapkan bahwasanya, Instagram menjadi platform yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan berbagai macam latar belakang rentang usia, mulai dari usia 13 tahun hingga 65 tahun keatas. Maka sudah tidak asing lagi bahwa, media Instagram adalah media yang paling cocok dan efektif untuk berdakwah di era digital ini dalam sosial media. Fenomena maraknya pengguna Instagram mulai dimanfaatkan baik untuk hanya sekedar mengeskpresikan diri kepada orang lain (bercerita), berkomunikasi, berpolitik, bahkan

hingga berdakwah menggunakan media sosial tersebut sebagai alat yang sangat efektif dalam menyiarkan kajian keagamaan.

Dengan berbagai tawaran variasi konten-konten dan isu-isu, adapun isu yang menjadi banyak peminatnya dalam media sosial IG dan FB tersebut adalah isu tentang agama. Oleh sebab itu, dengan isunya yang populer yaitu dalam mendakwahkan agama secara online (digital) sehingga menjadi dasar pilihan platform utama bagi generasi milenial. Dengan rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun ini, terhitung sebanyak 144,30 juta pengguna internet yang didominasi oleh generasi milenial atau sekitar 50% penduduk di Indonesia. Kemudian pengguna internet pada rentang usia 35 tahun hingga 54 tahun terhitung sebanyak 30%. Sedangkan pengguna internet pada rentang usia 12 tahun hingga 17 tahun terhitung sebanyak 20% (Bohang, 2018). Adapun terkait media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial, diantaranya platform Facebook, Youtube, Instagram, dan Twitter.

Adapun terkait pembagian kategorisasi generasi milenial, generasi milenial terbagi menjadi tiga bagian, diantara berikut: *Pertama*, mahasiswa. Seseorang yang berusia 18 tahun hingga 25 tahun. Pada rentang usia tersebut, awalnya smartphone digunakan untuk belajar atau mengerjakan tugas, namun ketika sudah beranjak dewasa smartphone beserta platform medsos tersebut digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. *Kedua*, pekerja. Seseorang yang berusia 25 tahun hingga 31 tahun. pada rentang usia tersebut. pada rentang usia ini kebanyakan menggunakan smartphone beserta platform medsos tersebut digunakan untuk bekerja sekaligus untuk hiburan agar lebih asyik lagi untuk menjalani pekerjaannya di kantor. *Ketiga*, keluarga. Seseorang yang berusia 32 tahun hingga 40 tahun. Pada rentang usia tersebut, sebenarnya mereka juga bagian dari produk era reformasi pada tahun 1998 dan mereka juga pernah mengalami masa transisi, transisi teknologi analog beralih ke teknologi digital.

Berdasarkan uraian diatas bahwa, dalam artikel ini yang menjadi titik fokus atau batasan artikel adalah generasi milenial pada mahasiswa. Karena, mahasiswa bukan hanya dianggap sangat aktif dalam bermedia sosial, melainkan juga dianggap sangat ekspresif ketika menunjukkan aktivitas-aktivitas keberagamaan di media sosial. Dengan berbagai macam konten-konten yang menemaninya di media sosial mereka tersebut. Sehingga berkat mahasiswa tersebut, kemudian pada akhirnya para mahasiswa memberikan supportnya kepada tokoh agama atau kepada seorang admin akun keagamaan tertentu dalam platform media sosial mereka dengan memberikan "like,

share, dan komen". Adapun pembahasan lebih lanjut dan lebih rinci, sebagaimana yang akan dibahas dalam sub-bab selanjutnya yaitu akun media sosial yang di follow.

2.1.2 Platform Sosial Media yang di *follow* (diikuti)

Pada bagian artikel ini bahwa, yang mana kebanyakan platform FB dan IG sebagai wadah dalam mempraktikkan dunia cyber religion. Orang zaman sekarang (generasi milenial) lebih banyak berinteraksi di media sosial, yang mana apa yang dilakukan oleh manusia segala sesuatunya tetap Allah catat dan kelak Allah akan minta suatu pertanggung jawaban atas apa yang diperbuat oleh manusia, termasuk dalam bersosial media yaitu tetap Allah akan hisab. Yang mana, ketika sedang melihat atau menyaksikan suatu postingan yang mengandung unsur "kebaikan" yaitu postingan-postingan tentang dakwah agama, kemudian terdapat suatu keterhubungan (related) bagi manusia, kemudia disebar kembali kepada khalayak publik. Oleh sebab itu, mungkin bagi manusia (generasi milenial) itu nampak bersifat sepele, namun tanpa disadari bahwa mungkin orang lain mendapatkan suatu hidayah karena postingan yang disebar luaskan tersebut. Oleh karena itu, efek dari perbuatan manusia khususnya pada generasi milenial yang turut membantu dalam menyebar luaskan kajian agama di media sosial, maka tanpa disadari bahwa pahala kian bertambah dan perbuatan tersebut dinilai menjadi bagian dari salah satu bentuk amal jariyah bagi sesama.

Hal tersebut begitupun sangat berlaku sebaliknya bahwa, ketika melihat postingan-postingan yang mengandung "keburukan" yaitu postingan yang mengandung kemaksiatan. Adapun contoh konten atau postingannya seperti wanita yang membuka aurat dan berjoget-joget, wanita berjilbab yang berjoget-joget kemudian itu mengundang syahwat bagi laki-laki, wanita yang tidak berhijab kemudian ia berbicara tentang agama, dan lain-lain. Kemudian terkait perihal tersebut disebar luaskan meskipun isi dari postingan tersebut adalah motivasi kebaikan, walaupun niatnya adalah untuk membuat orang kembali bersemangat dalam melakukan kebaikan, akan tetapi perihal tersebut dinilai dalam ikut membantu menyebarkan kemaksiatan. Oleh karena itu, hal seperti ini memang nampak sepele, namun sangat berdampak besar bagi sesama untuk kedepannya.

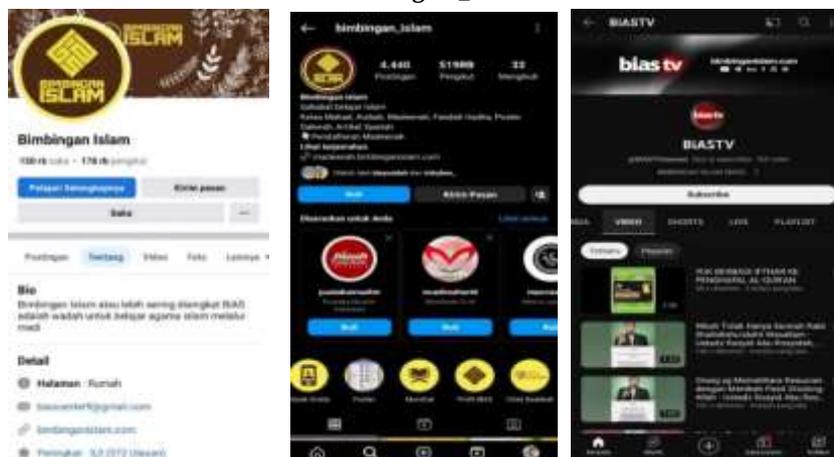
Dari setiap konten atau postingan yang mengandung maksiat tersebut yang kemudian di bagikan, maka dalam hal ini dapat menambah keburukan dan dosa-dosa terhadap sesama. Maka berdasarkan penjelasan diatas, berpandailah dalam bersosial media yaitu gunakan sosial media sebagai sarana kebaikan dan untuk menambah pahala

bagi sesama. Maka jangan sampai, hanya dengan perkara ponsel dan sosial media yang dibalut dengan agama, dapat mengakibatkan yaitu tidak membuat pahala semakin bertambah dan menambah dosa.

Adapun khususnya pada akun FB, YouTube, dan IG yang membuktikan serta mempraktikkan dunia *cyber religion* ini adalah pada akun FB, YouTube, dan IG @Bimbingan_Islam, yang mana penulis menjadikan atau memfokuskan pada akun @Bimbingan_Islam sebagai salah satu contoh kajian praktik dunia cyber religion. Akun @Bimbingan_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial, yang mana pada akun Instragram (IG) @Bimbingan_Islam tersebut sudah mempunyai pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan. Sedangkan pada akun Facebook (FB) @Bimbingan_Islam sudah mempunyai pengikut sebanyak 178 rb dan total jumlah *like* (suka) pada postingannya sebanyak 150 rb *like* (suka). Sedangkan pada akun YouTube, dengan nama channel yaitu BiASTV. Channel BiASTV sudah mengantongi subscriber dengan jumlah 26,6 rb subscriber dengan total jumlah konten video yaitu 765 video.

Artinya bahwa, akun @Bimbingan_Islam ini adalah akun yang sangat populer dengan membekali jumlah pengikut yang tidak sedikit dan reputasi akun yang sangat baik. Adapun akun Bimbingan Islam atau sering disebut BiAS merupakan wadah untuk belajar agama Islam melalui media. Oleh karena itu, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang, sehingga akun @Bimbingan_Islam memberikan tampilan visual yang menarik dalam menyiarkan pesan-pesan yang bernuansa keagamaan. Sehingga menarik perhatian untuk generasi milenial, mengikuti, dan menyukai akun ini. Perhatikan pada halaman beranda di akun Bimbingan Islam, pada gambar di bawah ini.

Gambar 7. Halaman depan media sosial di akun Facebook, Instagram, dan YouTube @Bimbingan_Islam



Praktik agama yang digunakan pada akun ini, terlihat pada seluruh postingan majalahnya baik di YouTube, Facebook maupun Instagram. Akun ini kebanyakan menyorot praktik agama dengan beberapa tema diantaranya tema kesabaran, nasehat-nasehat hidup tentang kebaikan dan keburukan, istiqomah dalam beribadah, kemuliaan dzikir, dan lain-lain. Sebagaimana yang terdapat di beberapa postingan-postingan di bawah ini:

Gambar 8. Tampilan Postingan Kajian Agama di akun @Bimbingan_Islam



Dengan tampilan visualisasi yang didominasi warna kuning dan hitam dengan cover template yang begitu menarik. Kemudian berbagai informasi-informasi agama yang ditawarkan dengan sangat simple. Isi kajian agama yang ditawarkan pada akun ini, kebanyakan informasi isi agama disajikan didalam caption pada postingan-postingannya tersebut, dengan menggunakan bahasa yang lugas menyesuaikan dengan gaya bahasa generasi milenial, serta terdapat sumber referensi kajian agama yang valid seperti kutipan ayat Al-Qur'an dan Hadist.

2.1.3 Respon Milenial Terhadap Salah satu Postingan @Bimbingan_Islam

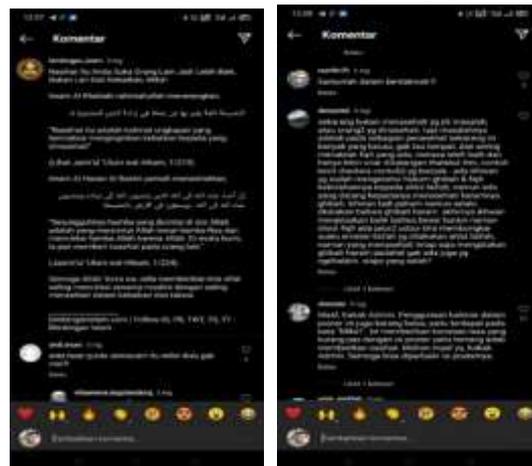
Gambar 9. Salah Satu Postingan Agama Tentang Nasihat Pada Akun IG @Bimbingan_Islam



Akun @Bimbingan_Islam memposting sebuah majalah online di Instagram tentang “Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan, Mikir!” Kemudian terdapat pendapat ulama yang di kutip, yaitu Imam Al-Khattabi rahimahullah dan Imam al-Hasan al-Bashri dalam Kitabnya yang berjudul “*Jami’ul Ulum wal Hikam*”. Imam Al-Khattabi mengatakan bahwa, “*Nasehat merupakan kalimat ungkapan yang mengandung makna menginginkan kebaikan kepada yang dinasehati*”. Sedangkan menurut dan Imam al-Hasan al-Bashri pernah memberikan nasihatnya bahwa, Sesungguhnya hamba yang di cintai di sisi Allah adalah yang mencintai Allah melalui hambaNya dan mencintai hamba Allah karena Allah. di muka bumi, ia pun memberi nasihat pada orang lain. kemudian dalam caption postingan tersebut, ditutup dengan mengatakan bahwa, Semoga Allah SWT memberikan kita sifat saling mencintai sesama muslim dengan saling menasihati dalam hal kebaikan dan takwa.

Akan tetapi, berdasarkan dari sekian banyak apa yang telah dibahas oleh akun @Bimbingan_Islam didalam postingannya, peneliti menemukan masalah yaitu terdapat kasus suatu kalimat yang tidak pantas untuk disajikan kepada khalayak publik, yang mana dengan menggunakan bahasa yang rancu dan kasar dalam menyiarkan kajian agama melalui media sosial, hal ini sangat bersifat sensitif sekali, yaitu seperti pada postingan diatas tersebut. Kemudian muncul suatu komentar-komentar dari para netizen, sebagaimana berikut ini.

Gambar 10. Bukti data (komentar) terhadap Postingan tersebut



Pada dasarnya, dalam melakukan suatu dakwah atau menyiarkan agama baik dalam dunia online maupun *offline* harus dengan menggunakan bahasa yang santun, dengan penuh bijaksana, dengan penuh persuasif, dengan cara yang baik (*al-Ahsan*), tetapi bukan dengan cara yang kasar dan kalimat yang rancu, seperti dalam postingan tersebut. Kemudian setelah postingan majalah online tersebut terbit dan disaksikan oleh

banyak orang (di publikasi), tidak lama kemudian muncul sebuah komentar-komentar dari para netizen yang membuat postingan tersebut menjadi sesuatu yang kurang berkenan di hati netizen. Hal ini dikarenakan bahwa, terdapat kata yang kurang berkenan dalam postingan tersebut yaitu "*Mikir!*", dengan adanya kata tersebut sehingga memunculkan suatu komentar-komentardari para netizen. Adapun kalimat yang dimaksud rancu adalah "*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan*".

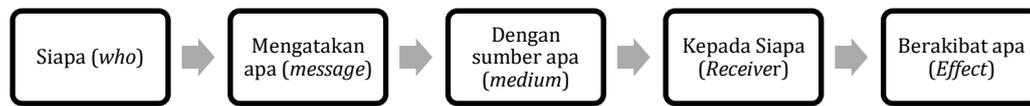
Adapun ungkapan komentar tersebut, sebagaimana yang terdapat pada gambar diatas dan diantaranya berbunyi sebagai berikut: *Pertama*, ungkapan dari @andi.onum bahwa, "*anta buat quote semacam itu mikir dulu gak min?!*". *Kedua*, ungkapan dari @tasrifin70 bahwa, "*Santunlah dalam berdakwah!*". *Ketiga*, ungkapan dari @denyzeeb bahwa, "*sekarang bukan menasehati yang jadi masalah atau orang-orang yang dinasehati, tetapi masalahnya adalah pada sebagian penasehat sekarang ini banyak yang kacau, gak tau tempat, dan sering menabrak fiqh yang ada, merasa lebih baik dan hanya bikin onar dikalangan "thalabul ilmi", contoh kecil diantara contoh-contoh yang banyak, ada ikhwan yang sudah mengetahui hukum ghibah dan fiqh kebolehanannya kepada ahlul bid'ah. Namun ada yang datang kepadanya menasehati haramnya ghibah, ikhwan tadi paham namun selalu dikatakan bahwa ghibah haram. Akhirnya ikhwan menjelaskan balik bahwa benar haram, namun disisi fiqh ada jalur-jalur udzur membongkar suatu amalan bid'ah yang dilakukan ahlul bid'ah, namun yang menasehatinya tetap saja mengatakan ghibah haram padahal gk ada juga ngehalalin. Siapa yang salah?*" *Keempat*, ungkapan dari @sheisdei bahwa, "*Maaf, kakak admin. Penggunaan kalimat dalam poster ini juga kurang halus, yaitu terdapat pada kata "mikir!". Ini memberikan konotasi rasa yang kurang pas dengan isi poster yaitu tentang adab memberikan nasihat. Mohon maaf ya kakak admin. Semoga bisa di perbaiki isi posternya*".

2.2 Analisis Teori Komunikasi Lasswell Dalam Postingan Kajian Agama Pada Gambar 9

Model teori komunikasi ala Lasswel. Profesor Harold Dwight Lasswell (1902-1978) adalah seorang ilmuan politik yang terkenal di Amerika Serikat dan sebagai seseorang yang mencetus teori komunikasi. Menurut ia bahwa komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, "*Who, Says What In Which Channel To Whom With What Effect (Siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berefek apa)*". Sehingga dengan definisi tersebut dapat diturunkan menjadi

lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu sumber (*medium*), *source* (komunikator), *massage* (pesan), *reciever* (komunikasi), dan *effect* (efek) (Mulyana, 2000). Adapun model teori Lasswell dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Gambar 11. *Lasswell's Communication Model*



Pertama, Siapa (*Who*). Siapa yang mengirim pesan atau postingan? Pelaku yang mengirim postingan atau pesan adalah akun Instagram @Bimbingan_Islam, yang mana pihak tersebut adalah yang bersangkutan dalam hal menyampaikan pesan, pembuat quotes, memposting tulisan, dan pembuat konten video. Akun @Bimbingan_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Akun @Bimbingan_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial, yang mana pada akun Instagram (IG) @Bimbingan_Islam tersebut sudah mempunyai pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan. Sedangkan pada akun Facebook (FB) @Bimbingan_Islam sudah mempunyai pengikut sebanyak 178 rb dan total jumlah *like* (suka) pada postingannya sebanyak 150 rb *like* (suka). Sedangkan pada akun YouTube, dengan nama channel yaitu BiASTV. Channel BiASTV sudah mengantongi subscriber dengan jumlah 26,6 rb subscriber dengan total jumlah konten video yaitu 765 video.

Artinya bahwa, akun @Bimbingan_Islam ini adalah akun yang sangat populer dengan membekali jumlah pengikut yang tidak sedikit dan reputasi akun yang sangat baik. Adapun akun Bimbingan Islam atau sering disebut BiAS merupakan wadah untuk belajar agama Islam melalui media. Oleh karena itu, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang, sehingga akun @Bimbingan_Islam memberikan tampilan visual yang menarik dalam menyiarkan pesan-pesan yang bernuansa keagamaan. Sehingga menarik perhatian untuk generasi milenial, mengikuti, dan menyukai akun ini.

Kedua, Mengatakan apa (*Message*). Akun @Bimbingan_Islam memposting sebuah majalah online di Instagram tentang "*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan, Mikir!*". Kemudian terdapat pendapat ulama yang di kutip, yaitu Imam Al-Khattabi rahimahullah dan Imam al-Hasan al-Bashri dalam Kitabnya yang

berjudul "*Jami'ul Ulum wal Hikam*". Imam Al-Khattabi mengatakan bahwa, "*Nasehat merupakan kalimat ungkapan yang mengandung makna menginginkan kebaikan kepada yang dinasehati*". Sedangkan menurut dan Imam al-Hasan al-Bashri pernah memberikan nasihatnya bahwa, Sesungguhnya hamba yang di cintai di sisi Allah adalah yang mencintai Allah melalui hambaNya dan mencintai hamba Allah karena Allah. di muka bumi, ia pun memberi nasihat pada orang lain.

Ketiga, Dengan sumber apa (*Medium*). Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, @Bimbingan_Islam menggunakan media Instragram, Facebook, dan Youtube. Namun, pada masalah *gambar 9* bahwa ditemukan dalam sumber platform media sosial Instragram. Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas bahwasanya akun Instragram @Bimbingan_Islam memiliki pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan.

Keempat, Kepada siapa (*Receiver*). Pesan tersebut ditujukan kepada generasi milenial yang sekaligus sebagai bagian dari pengikut (*followers*) akun @Bimbingan_Islam, dengan rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun ini, terhitung sebanyak 144,30 juta pengguna internet yang didominasi oleh generasi milenial atau sekitar 50% penduduk di Indonesia. Kemudian pengguna internet pada rentang usia 35 tahun hingga 54 tahun terhitung sebanyak 30%. Sedangkan pengguna internet pada rentang usia 12 tahun hingga 17 tahun terhitung sebanyak 20%.¹

Adapun terkait pembagian kategorisasi generasi milenial, generasi milenial terbagi menjadi tiga bagian, diantara berikut: (i) Mahasiswa. Seseorang yang berusia 18 tahun hingga 25 tahun. Pada rentang usia tersebut, awalnya smartphone digunakan untuk belajar atau mengerjakan tugas, namun ketika sudah beranjak dewasa smartphone beserta platform medsos tersebut digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. (ii) Pekerja. Seseorang yang berusia 25 tahun hingga 31 tahun. Pada rentang usia tersebut. pada rentang usia ini kebanyakan menggunakan smartphone beserta platform medsos tersebut digunakan untuk bekerja sekaligus untuk hiburan agar lebih asyik lagi untuk menjalani pekerjaannya di kantor. *Ketiga*, keluarga. Seseorang yang berusia 32 tahun hingga 40 tahun. Pada rentang usia tersebut, sebenarnya mereka juga bagian dari produk era reformasi pada tahun 1998 dan mereka juga pernah mengalami masa transisi, transisi teknologi analog beralih ke teknologi digital.

¹ Bohang, "Berapa Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia?"

Kelima, Berakibat apa (*Effect*). Akibatnya adalah muncul komentar-komentar dari para netizen yang membuat postingan tersebut menjadi sesuatu yang kurang berkenan di hati netizen. Hal ini dikarenakan bahwa, terdapat kata yang kurang berkenan dalam postingan tersebut yaitu kata "*Mikir!*", dengan adanya kata tersebut sehingga memunculkan suatu komentar-komentardari para netizen. Adapun kalimat yang dimaksud rancu adalah "*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan*". Pada dasarnya, dalam melakukan suatu dakwah atau menyiarkan agama baik dalam dunia online maupun offline harus dengan menggunakan bahasa yang santun, dengan penuh bijaksana, dengan penuh persuasif, dengan cara yang baik (*al-Ahsan*), tetapi bukan dengan cara yang kasar dan kalimat yang rancu, seperti dalam postingan tersebut.

Kemudian terkait permasalahan tersebut, sebagaimana dalam Islam bahwa telah disinggung dengan tegas dalam Al-Qur'an yaitu Allah berfirman di dalam Surat Al-Nahl ayat 125 bahwa "*Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.*" (QS. Al-Nahl [16]: 125).

Berdasarkan ayat tersebut, sebagaimana Rasulullah SAW mengajarkan bahwa, sebaik-baiknya sikap ketika berdakwah adalah dengan menggunakan sikap yang sangat moderat, penuh bijaksana, dengan bahasa yang santun serta tidak rancu, dengan penuh cinta, dan dengan penuh cara yang halus serta tidak ada paksaan. Maka, seandainya Rasulullah SAW dahulunya berdakwah dengan cara yang kasar, tidak bijaksana, tidak penuh cinta, dan tidak moderat maka hingga saat ini tidak ada pengikut satupun yang bersedia mengikuti ajaran yang dibawa oleh Rasulullah SAW, karena orang-orang pasti akan menjauh dan benci dengan beliau. Akan tetapi, buktinya tercipta banyak pengikut Rasulullah SAW diseluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu, dengan sikap dan metode yang baik dalam berdakwah baik di dunia online maupun *offline* adalah menggunakan cara persuasif, penuh kasih sayang, penuh cinta, penuh kebijaksanaan, dan penuh ketulusan.

3. Kesimpulan

Ketika menyampaikan atau menyiarkan kajian agama di dunia *Cyber Religion* ini memang terkesan sangat mudah, simple, dan canggih, sehingga mampu membuat daya tarik yang dahsyat bagi generasi milenial untuk senantiasa terus memperdalam, mengupgrade, dan mengasah wawasan tentang agama. Namun dalam menyampaikan

kajian agama di media sosial, harus memperhatikan dengan teliti yaitu dalam hal penggunaan bahasa yang santun dalam menyampaikan suatu kajian agama. Apabila dalam menyampaikan kajian agama di media sosial dengan menggunakan bahasa yang kasar, maka akan mengakibatkan permasalahan yang baru didalamnya. Sebagaimana yang terdapat pada akun @Bimbingan_Islam ini sebagai salah satu bentuk praktik dari *Cyber Religion*. Karena di dalam akun tersebut, telah banyak sekali membahas berbagai macam tema kajian, diantaranya seperti tema kesabaran, nasehat hidup, istiqomah dalam beribadah, kemuliaan dzikir, kemuliaan bersholawat, dan lain-lain. Sebagai generasi milenial yang cerdas dan cinta terhadap agama, tentu akan cepat merespon terkait perihal tersebut yang datang dari luar serta harus mengingatkan jika terdapat suatu kesalahan, dan tidak asal telan ketika menerima isi postingan dari akun @Bimbingan_Islam, artinya harus disaring atau dipilah-pilah terlebih dahulu mengenai ilmu yang disampaikan melalui postingan-postingannya yaitu dengan mengambil isinya yang baik, dan campakkan isinya yang buruk.

Referensi

- Abdurrahman, M. S. (2020). *Generasi muda, agama Islam, dan media baru: Perilaku keagamaan gerakan Shift Pemuda Hijrah Bandung*. Jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah, 20(1), 46–63. <https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8713>
- Arifuddin. (2016). Dakwah through internet: Challenges and opportunities for Islamic. *Journal Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3(2), 118–129.
- Bohang, F. K. (2018, 22 Februari). Berapa jumlah pengguna internet di Indonesia? *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia?page=all>
- Brasher, B. E. (2001). *Give me that online religion*. Wiley. <https://doi.org/10.3138/jrpc.11.1.006>
- Budiasa, I. M. (2020). Metode etnografi virtual dalam analisis cyber religion di era digitalisasi. In *Seminar Nasional Ilmu Komunikasi di Era Milenial IHDN* (hlm. 2). Denpasar: IHDN.
- Campbell, H. (2006). Religion and the Internet. *Communication Research Trends: Centre for the Study of Communication and Culture*, 25(1).
- Dawson, L. L. (1998). Anti-modernism, modernism, and postmodernism: Struggling with the cultural significance of new religious movements. *Sociology of Religion*, 59(2), 131–156.
- Denny, F. M. (1985). *Islamic ritual*. Arizona State University.
- Durkheim, E. (1982). *The elementary forms of religious life*. George Allen & Unwin.

- Fakhrurroji, M. (2017). *Dakwah di era media baru: Teori dan aktivisme dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Goffman, E. (1959). The moral career of the mental patient. *Psychiatry*, 22(2), 123–142.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied, and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Hojsgard, M. T. (2005). *Religion and cyberspace*. Routledge.
- Ishanan. (2017). Dakwah di era cyberculture: Peluang dan tantangan. *Komunika*, 9(2), 91–104.
- Malik, H. (2021). Cyber religion dan real religion di tengah masyarakat digital. *Komunika*, 4(1), 63–78. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>
- Manheim, K. (1952). *The problem of generations*. In *Essays on the sociology of knowledge*. Routledge.
- Mayaza, V. (2019). Cyberdakwah sebagai filter penyebaran hoax. *Islamic Communication Journal*, 4(1), 14–25.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Saefulloh, A. (2012). Cyberdakwah sebagai media alternatif dakwah. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 138–160. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>
- Schimmel, A. (1994). *Deciphering the signs of God: A phenomenological approach to Islam*. State University of New York Press Albany.
- Setiansah, M. (2015). Smartphonisasi agama: Transformasi perilaku beragama perempuan urban di era digital. *Komunikasi*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss1.art1>
- Silalahi, J. N. (2018). Tantangan hidup perempuan generasi milenial: “Berkarir atau menikah”. *Sosiologi*, 1(2), 92–100.
- Toni, H., Rolando, D. M., Yazid, Y., & Putra, R. A. (2021). Fenomena cyber religion sebagai ekspresi keberagamaan di internet pada komunitas Shift. *Dakwah Risalah*, 32(1), 56–74. <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i1.11626>
- Ulya. (2013). Ritus dalam keberagamaan Islam: Relevansi ritus dalam kehidupan masa kini. *Fikrah*, 1(1), 195–206.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai tren media dakwah pendidikan Islam di era digital. *Islam Nusantara*, 3(2), 339–356.