

**AGENDA RISET *DIGITAL RELIGION* DARI PERSPEKTIF KAJIAN
MEDIA: SEBUAH TINJAUAN KONSEPTUAL**

***RESEARCHING DIGITAL RELIGION FROM A MEDIA STUDIES
PERSPECTIVE: A CONCEPTUAL REVIEW***

Putut Widjanarko

Paramadina Graduate School of Communication, Universitas Paramadina
Trinity Tower Lt. 45, Jalan H R Rasuna Said Kav C22, Blok IIB,
Jakarta Selatan 12940, Indonesia
putut.widjanarko@paramadina.ac.id

ABSTRACT

This article reviews the conceptual landscape of digital religion studies from the perspective of media studies, aiming to demonstrate the unique contribution of media studies to the development of digital religion theory and research directions. By systematically mapping four major theoretical frameworks—mediatization, mediation, social shaping of technology, and media ecology—this article proposes a synthesis of the relationships among them in shaping two broad categories: approaches that emphasize technological determinism and approaches that emphasize human agency. The conceptual review approach is used to analyze interdisciplinary literature and construct a conceptual map that affirms the position of media theories in explaining religious practices and experiences in digital space. The study results indicate that the media studies framework not only serves as an analytical lens but also as a theoretical foundation for understanding the religious transformations occurring in the digital media era. This article maps six major areas of digital religion research—authority, ritual, identity, community, embodiment, and conceptualization of religion—and identifies two new research directions that are important agendas: (1) exploring hybrid spaces that combine online and offline religious practices, and (2) the ethical and cultural implications of new technologies such as artificial intelligence, robotics, and immersive virtual reality on religious experiences. Thus, this article not only summarizes global theoretical developments but also offers an initial framework for Indonesian researchers to develop media perspectives in the study of digital religion more contextually and reflectively toward the dynamics of local communities.

Keywords: *Digital religion; mediatization; mediation; religious-social shaping of technology; media ecology*

ABSTRAK

Artikel ini meninjau lanskap konseptual kajian agama digital (*digital religion*) dari perspektif kajian media (*media studies*) dengan tujuan memperlihatkan kontribusi khas bidang kajian media terhadap pengembangan teori dan arah riset agama digital. Dengan pemetaan sistematis empat kerangka teoretis utama—mediatisasi, mediasi, *social shaping of technology*, dan ekologi media—artikel ini mengajukan sintesis hubungan di antara keempatnya dalam membentuk dua kategori besar: pendekatan yang menekankan determinisme teknologi dan pendekatan yang menekankan agensi manusia. Pendekatan tinjauan-konseptual (*conceptual review*) digunakan untuk menganalisis literatur lintas disiplin dan menyusun peta konseptual yang menegaskan posisi teori-teori media dalam menjelaskan praktik dan pengalaman keagamaan di ruang digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa kerangka media studies tidak hanya berfungsi sebagai lensa analitis, tetapi juga sebagai landasan teoretis untuk memahami transformasi religius yang terjadi di era media digital. Artikel ini memetakan enam area utama riset agama digital—otoritas, ritual, identitas, komunitas, *embodiment*, dan konseptualisasi agama—serta mengidentifikasi dua arah riset baru yang menjadi agenda penting: (1) eksplorasi ruang hibrida yang menggabungkan praktik keagamaan daring dan luring, dan (2) implikasi etis serta kultural dari teknologi baru seperti kecerdasan buatan, robotik, dan realitas virtual imersif terhadap pengalaman religius. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya merangkum perkembangan teoretis global, tetapi juga menawarkan kerangka awal bagi peneliti Indonesia untuk mengembangkan perspektif media dalam studi agama digital secara lebih kontekstual dan reflektif terhadap dinamika masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Agama digital; mediatisasi; mediasi; religious-social shaping of technology; ekologi media*

1. PENDAHULUAN

Sebagai sebuah bidang kajian ilmiah yang relatif baru, kajian *digital religion* menjadi makin solid dan berkembang sekurangnya dalam sekitar satu-setengah dekade terakhir. Hal ini seiring dengan makin dalam dan luasnya penggunaan dan pengaruh teknologi digital, internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari manusia. Ruang dan fitur-fitur yang disediakan oleh teknologi-teknologi tersebut telah memungkinkan cara interaksi baru yang makin menyatukan dua wilayah yang sebelumnya dianggap terpisah, yaitu dunia “nyata”, yang fisik dan real, dengan dunia “maya”, yang virtual dan tidak real. Praktik dan pengalaman keagamaan, sebagai salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, juga tak pelak lagi mendapati kemungkinan-kemungkinan yang baru.

Kajian *digital religion* (*digital religion studies*) adalah kajian interdisipliner menyangkut bagaimana agama diekspresikan melalui teknologi internet dan platform digital lain dengan melihat makin menyatunya, membaurnya dan kesalingterkaitnya ruang online dan ruang offline. *Digital religion* memandang agama sebagai hal yang dihayati, dipraktikkan, diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari manusia, baik *online* maupun *offline*. Karena itu kajian *digital religion* merupakan pertemuan dari beberapa bidang ilmu seperti kajian media (*media studies*), kajian agama (*religious studies*), sosiologi agama, antropologi sosial, psikologi, ilmu komputer dan teknologi komunikasi, dan lain-lain.

Artikel ini bertujuan menggambarkan bagaimana perspektif bidang kajian media (*media studies*) pada bidang *digital religion* tersebut. Jika artikel Maulana (2022) membahas *digital religion* dari perspektif akademisi kajian agama (*religious studies*), maka artikel ini ditujukan pada khususnya para akademisi dan peneliti yang berlatar belakang ilmu komunikasi pada umumnya, dan khususnya dari tradisi *media studies*. Secara lebih rinci artikel ini akan menguraikan beberapa kerangka teoretis yang berkembang dari bidang kajian media serta metode riset yang bisa diterapkan dalam penelitian *digital religion*. Lebih jauh lagi, pembahasan akan dilengkapi dengan contoh-contoh artikel yang terkait sebagai rujukan, termasuk yang ditulis oleh para akademisi dan peneliti Indonesia. Sebagai salah satu negara berpenduduk mayoritas Muslim di dunia, Indonesia berpotensi menyajikan banyak studi kasus *digital religion* yang unik untuk diteliti. Para peneliti dan akademisi Indonesia bisa memberikan kontribusi yang bermakna pada produksi pengetahuan kajian *digital religion* secara global. Dengan begitu, artikel ini bisa menjadi pijakan awal bagi peneliti dan akademisi untuk merancang agenda-agenda riset mereka dalam kajian *digital religion*.

Untuk memahami keunikan *digital religion* sebagai pendekatan konseptual, ada baiknya ditelusuri perkembangan istilah yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara agama dan Internet. Pada pertengahan hingga akhir tahun 1990-an, muncul istilah *cyber-religion* (agama siber) untuk menggambarkan jenis baru komunitas dan ritual yang timbul ketika orang-orang dan komunitas religius mencoba menerapkan kehidupan spiritual mereka dalam dunia maya (*cyberspace*). Secara umum, *cyberspace* dilihat sebagai ruang yang berbeda dan terpisah dengan ruang fisik yang dialami sehari-hari. Perspektif utopia memandang *cyberspace* sebagai ruang yang membebaskan manusia dari batasan geografis. Sedangkan perspektif distopia melihat *cyberspace* akan memerangkap manusia ke dalam realitas semu dalam layar-layar komputer. Dalam konteks ini, *cyber-religion* menekankan bahwa fenomena keagamaan dan spiritualitas di dunia maya adalah berbeda, dan bahkan terasing, dari agama-agama tradisional (Campbell, 2012; Tsuria & Campbell, 2022).

Pada pertengahan 2000-an, istilah *virtual religion* mulai sering digunakan oleh para peneliti dan akademisi (Tsuria & Campbell, 2022). Istilah ini menekankan pada sifat lingkungan daring (*online*) atau ruang digital yang berbeda dengan ruang luring (*offline*). Tapi kata virtual sudah lebih dikaitkan dengan istilah *virtual reality* (VR), yaitu teknologi untuk menciptakan pengalaman simulasi (*simulated experiences*) yang seringkali berbeda dengan pengalaman “dunia nyata”. Teknologi “virtual reality” ini banyak sekali dipakai dalam *game-game* elektronik dalam pelbagai jenis. Karena itu salah satu asumsi tersirat dalam istilah *cyber-religion* adalah keagamaan dan spiritualitas yang tumbuh di dunia maya adalah bentuk religiusitas yang “kurang lengkap” atau bernilai lebih rendah dibanding versi asalnya yang bukan dari dunia maya (Tsuria & Campbell, 2022).

Pada masa itu, Helland (2000) menawarkan kerangka konseptual yang lain, yaitu kategorisasi *religion-online* dan *online-religion*. *Religion-online* merujuk kepada fenomena ritual atau praktik keagamaan daring yang utamanya berdasarkan pada praktik-praktik atau sumber *offline*. Dalam lingkup ini misalnya bagaimana otoritas keagamaan memodifikasi ritual-ritual mereka karena tiadanya batasan ruang dan waktu di dunia digital, memangkas struktur otoritas keagamaan karena siapa pun bisa merujuk ke informasi di dunia maya dan bukan pada sumber otoritas lokal, dan lain-lain. Dengan kata lain, *religion-online* bersifat *top-down*, karena merujuk lebih kepada bagaimana struktur formal agama mengadopsi dan memanfaatkan dunia virtual. Sebaliknya, *online-religion* bersifat *bottom up*, dengan merujuk pada bentuk-bentuk praktik partisipatif dan ritual individual yang muncul karena adanya lingkungan digital. *Online*

religion adalah proses partisipatif, di mana individu-individu mengembangkan, mengadaptasi dan memodifikasi praktik keagamaan mereka pada wadah teknologi internet yang bersifat egaliter dan tanpa hirarki. Individu-individu ini kemudian bisa membentuk komunitas-komunitas yang bisa jadi menjadi alternatif komunitas formal keagamaan (Helland, 2000).

Belakangan kemudian Siuda (2021) mengembangkan kategori Helland (2000) tersebut dengan memasukkan kategori agama, yaitu agama tradisional (*traditional religion*) dan agama inovatif (*innovative religion*). Agama tradisional adalah agama-agama yang sudah ada sejak dulu, yaitu seperti Islam, Kristen, Hindu, dan Budha. Sedangkan agama inovatif adalah gerakan agama-agama baru, kultus (*cult*), orang-orang yang mengaku diri sebagai nabi, dan semacam itu. Dengan pengembangan itu, Siuda menunjukkan empat kategori yaitu (1) *online-traditional religion*, (2) *online-innovative religion*, (3) *traditional religion-online*, dan (4) *innovative religion-online*.

Pada tahun 2010-an, kajian tentang agama dan internet serta konteks digital lain mulai disebut sebagai kajian *digital religion* (Campbell, 2012; Tsuria & Campbell, 2022). Hal itu ditandai dengan diselenggarakannya beberapa konferensi internasional, penerbitan buku-buku, serta proyek-proyek penelitian yang menyematkan istilah *digital religion* pada kegiatan-kegiatan itu. Pada masa sebelumnya, kajian agama media digital sekadar meneliti “digitalisasi agama”, yaitu bagaimana media digital telah membuat pemeluk dan institusi agama beradaptasi dan mengubah pemahaman mengenai tradisi, otoritas dan otentisitas keagamaan. *Digital religion* menunjukkan bahwa fase tersebut sudah dilewati, dan mengalihkan perhatian lebih dalam pada peran dan sumbangan dunia digital pada wilayah keagamaan. Hal ini seiring dengan makin dalam dan luasnya penggunaan media digital dalam keseharian kehidupan manusia, di mana batas antara ruang offline dan online makin pudar. *Digital religion* bisa dipahami sebagai cara dan bentuk baru praktik serta pengalaman agama yang didapat melalui media dan budaya digital. Secara lebih pendek, Campbell (2012, hlm xx) merumuskan bahwa *digital religion* adalah “ruang teknologis dan kultural yang muncul ketika kita membicarakan bagaimana ranah religius *online* dan *offline* telah membaur menyatu”. Jadi konsep *digital religion* menjadi semacam jembatan yang menghubungkan dan memperluas praktik dan ruang keagamaan *online* dengan konteks religius *offline*, dan begitu pula sebaliknya dari ranah *offline* ke ranah *online*. Dengan begitu *digital religion* mempertimbangkan sekaligus karakter budaya *online* (seperti interaktivitas, konvergensi, *user-generated content*, dan lain-lain) dan karakter tradisional agama-agama (seperti pola ritual, kepercayaan, dan hal-hal yang secara historis terikat pada komunitas keagamaan) (Campbell, 2012; Tsuria & Campbell, 2022).

2. METODE PENELITIAN

Untuk memahami perkembangan dan arah sebuah bidang ilmu, para akademisi melakukan penelitian dengan *literature review* (tinjauan-literatur) sebagai metodologi penelitian untuk melakukan sintesis dan abstraksi lebih lanjut dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Metoda tinjauan-literatur yang dilakukan dengan baik akan mendorong pengembangan teori serta membuka agenda-agenda penelitian berikutnya (Hulland, 2020; Reese, 2023; Snyder, 2019). Beberapa penulis menyusun jenis-jenis metoda penelitian tinjauan-literatur, seperti *systematic review*, *semi-systematic review*, *integrative review*, *conceptual review*, *theoretical review*, *narrative review*, *hermeneutical-phenomenological review*, dan lain-lain (Efron & Ravid, 2019; Elsbach & van Knippenberg, 2020; Hulland, 2020; Snyder, 2019).

Metoda yang diterapkan dalam penelitian ini adalah tinjauan-konseptual (*conceptual review*), yaitu pendekatan kualitatif dalam tinjauan-literatur di mana peneliti menjelajahi sebanyak mungkin literatur mengenai suatu perspektif atau teori, lalu menyusun peta konseptual dari penjelajahan itu. Kemudian peneliti tersebut bisa menentukan penulis-penulis tertentu yang dianggapnya paling mewakili peta konseptual tersebut untuk membentuk argumen pemaparan penelitiannya yang bersifat kualitatif (Hulland, 2020). Tinjauan-konseptual berkebalikan dengan *systematic review* yang pada dasarnya memasukkan semua literatur dalam analisisnya dengan pemaparan yang bersifat kuantitatif (Efron & Ravid, 2019; Elsbach & van Knippenberg, 2020; Snyder, 2019). Dalam metode tinjauan-konseptual, peneliti membahas konsep-konsep yang bersaing, atau bahkan berlawanan, dalam bidang kajian yang sedang dianalisis (Efron & Ravid, 2019). Sebuah artikel tinjauan-konseptual bisa menghasilkan sintesis teoretis, bahkan mengembangkan teori baru, dan mengidentifikasi agenda-agenda penelitian pada area yang sebelumnya kurang diperhatikan (Elsbach & van Knippenberg, 2020; Hulland, 2020). Tinjauan-konseptual juga bisa menjadi dasar bagi seseorang untuk menyampaikan gagasan-gagasannya terlebih dahulu sebelum melakukan proyek-proyek penelitian yang lebih luas dan mendalam (Reese, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kerangka Teoretis *Digital Religion*

Lundby & Evolvi (2022) berpendapat bahwa ada empat kerangka teoretis utama yang digunakan oleh para akademisi dan peneliti dalam kajian menyangkut agama dan media digital, seperti ditunjukkan pada Tabel 1. Keempat kerangka teoretis dari bidang *media studies* tersebut

sebenarnya sudah diterapkan pada konteks sebelum merasuknya teknologi digital, internet dan media sosial. Keempatnya kemudian menjadi dasar perkembangan teori yang dipakai dalam konteks zaman kajian agama dan digital media. Tabel 1 juga menunjukkan penggagas atau pencetus utama pada masing-masing kerangka teoretis, serta contoh kajiannya (Lundby & Evolvi, 2022). Keempat kerangka tersebut tidak *mutually exclusive* (sama sekali berbeda satu sama lain), serta tidak memiliki batasan-batasan yang kaku dan tegas. Sebaliknya, keempatnya memiliki irisan bersama yang cukup besar. Karena itu, bukan tidak mungkin sebuah kajian sebenarnya dipengaruhi oleh lebih dari satu kerangka teoretis. Meski begitu, biasanya ada salah satu dari keempat kerangka teoretis secara lebih menonjol dipakai dalam suatu kajian, sehingga bisa diklaim bahwa kajian tersebut masuk dalam kategori yang menggunakan kerangka teori utama tersebut (Lundby & Evolvi, 2022). Tabel 1 juga dilengkapi dengan kajian *digital religion* dalam konteks Indonesia.

Tabel 1. Kerangka Teoretis Kajian Media dan Agama

Kerangka teoretis dari <i>Media Studies</i>	Penggagas/ Peneliti terkemuka	Contoh kajian
Mediatization	S. Hjarvard K. Lundby M. Lovheim	Digitalizing Tibet: a critical Buddhist reconditioning of Hjarvard’s mediatization theory (Grieve, Helland, and Singh 2018)
		Mediatization of Religion: How the Indonesian Muslim Diasporas Mediatized Islamic Practices (Setianto, 2015)
		Digital Communication of ‘Aisyiyah Organization during the COVID-19 Pandemic (Kinanti & Widjanarko, 2023)
		Budaya Partisipasi dan Resistensi Komunitas Keagamaan di Media Sosial (Gafallo et al., 2022)
Mediation	G. Lynch B. Meyer S. Hoover	Augmented graves and virtual Bibles (Hutchings 2016)
		Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia (Nisa, 2018)
		Digital Theology: Sainly Marvels and God-talk on Facebook (Alatas, 2021).
		‘Cadar Garis Lucu’ and the mediated political subjectivity of Muslim women in Indonesia (Dwifatma & Beta, 2024)
Social Shaping of Technology	H. Campbell	Why does the Archbishop not tweet? How social media challenge church authorities (Gelfgren 2015)
		Religious-social shaping of technology approach to internet use by an urban Islamic group in Indonesia (Humeira & Sarwono, 2019)

		The Ethical Implications of AI in Expressing Religious Beliefs Online: A Restatement of the Concept of Religion (Rachmawati et al., 2024)
Media Ecology	M. McLuhan J. Meyrowitz	New media, Wikifaith and church brandversation: a media ecology perspective (Musa and Ahmadu 2012)
		Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority (Solahudin & Fakhruroji, 2020)

Sumber: Diadaptasi dari Lundby & Evolvi (2022)

Lund & Evolvi (2022) juga menegaskan bahwa penyajian kerangka teoretis yang mereka uraikan berasal dari konteks masyarakat dengan pengaruh media yang begitu kuat dalam kehidupan sehari-hari (*media-saturated societies*), seperti di Eropa dan Amerika Utara. Karenanya, mungkin sekali kerangka teoretis ini perlu diadaptasi atau diubah untuk konteks masyarakat lain, dengan juga memasukkan faktor lain dalam masyarakat tersebut, seperti tingkat penetrasi media dan masalah kebebasan berekspresi. Meski begitu, kerangka usulan Lund & Evolvi (2022) tersebut bisa menjadi pijakan awal bagi para peneliti dan akademisi dari pelbagai belahan dunia lain untuk memahami interaksi antara media digital dan agama.

Kerangka Teoretis 1: Mediatization

Teori Mediatization (mediatisasi) menjelaskan bagaimana teknologi dan media baru pada perubahan sosio-kultural masyarakat. Kerangka teoretis ini diajukan misalnya oleh Stig Hjarvard (profesor komunikasi dari University of Copenhagen) dan Knut Lundby (profesor media dan komunikasi dari University of Oslo). Lundby & Evolvi (2022) merumuskan bahwa ada tiga perspektif tentang mediatization, yaitu (1) perspektif kultural, (2) perspektif institusional, dan (3) perspektif material.

Perspektif institusional dalam mediatisasi memandang media sebagai satu institusi sosial yang kemudian berinteraksi dengan institusi sosial lain, seperti politik dan agama (Lundby & Evolvi, 2022). Perubahan sosial terjadi karena adanya hubungan timbal-balik antara media dan institusi-institusi lain dalam masyarakat, di mana “logika” institusi-institusi lain tersebut bertemu dengan logika media. Karena begitu dalam dan berlimpah-ruahnya media dalam kehidupan sehari-hari, maka akan mempengaruhi ajaran-ajaran, praktik-praktik, dan organisasi-organisasi keagamaan. Agama sebagai institusi sosial harus beradaptasi terhadap tak terelakkannya penggunaan media, sekaligus memahami logika media agar mampu beradaptasi sebaik-baiknya. Karena itu mediatisasi agama merambah ke aspek-aspek keagamaan yang luas,

termasuk misalnya penerbitan media-media religius, representasi agama dalam jurnalistik dan media, budaya pop berbasis agama, pergeseran otoritas keagamaan, dan lain-lain.

Di sisi lain, perspektif kultural terhadap mediatisasi menekankan bahwa kehidupan sosial adalah wilayah yang dikonstruksi oleh komunikasi, di mana teknologi baru komunikasi berperan krusial dalam perubahan sosial yang terus-menerus berlangsung (Lundby & Evolvi, 2022). Perspektif ini menghindari konsep “logika media”, yang mengimplikasikan bahwa insitusi sosial harus tunduk kepada logika media. Perspektif kultural menekankan dinamika hubungan antara khalayak dengan logika media. Dengan pemahaman perspektif kultural seperti ini, beberapa kalangan peneliti berpendapat bahwa konsep *mediatization* sama saja dengan konsep *mediation* yang akan diterangkan di bawah ini. Batas kedua konsep memang agak kabur, tetapi bisa ditekankan bahwa *mediation* lebih dipahami sebagai proses-proses komunikasi keseharian, sedangkan *mediatization* lebih luas dengan penekanan kepada perubahan-perubahan media dan melihat media sebagai hal yang meresap jauh dalam kehidupan manusia (Lundby & Evolvi, 2022).

Salah satu penerapan kerangka teori mediatisasi dalam *digital religion* adalah studi yang dilakukan oleh Grieve et al. (2018) mengenai interaksi dinamis antara agama Budha Tibet dengan teknologi media digital. Dijelaskan dalam kajian itu bagaimana upacara keagamaan daring yang dipimpin oleh Dalai Lama memungkinkan orang-orang Tibet diaspora menjalankan praktik-praktik keagamaan di luar tanah air mereka. Agama Budha Tibet menekankan pentingnya kesadaran-diri terhadap tubuh (*mindful awareness of the body*), maka digitalisasi tentu seperti bertentangan dengan praktik-praktik keagamaan. Digitalisasi juga memungkinkan bergesernya otoritas keagamaan. Tetapi, dalam kasus Budha Tibet, digitalisasi justru memperkuat otoritas dan karisma Dalai Lama (Grieve et al., 2018).

Dalam konteks Indonesia, perspektif mediatisasi institusional bisa dilihat pada kajian Kinanti & Widjanarko (2023) tentang bagaimana komunikasi digital organisasi perempuan ‘Aisyiyah di masa pandemi Covid-19. Karena terbatasnya mobilitas orang pada masa pandemi, ‘Aisyiyah mengadopsi logika media dengan memindahkan pelbagai aktivitasnya dalam platform media sosial. Meski belum secara optimal memanfaatkan fitur media sosial, pelbagai kegiatan daring itu dinilai mampu meningkatkan pemberdayaan perempuan serta memperkuat identitas organisasi di mata publiknya. Gaffalo et al. (2022) menunjukkan bagaimana mediatisasi pro-kontra yang sudah sering terjadi dalam perbedaan jatuhnya hari raya Idul Fitri atau Idul Adha. Pengumuman penetapan hari raya Idul Adha tahun 2022 di antaranya ditayangkan pada akun Instagram resmi Kementerian Agama Republik Indonesia yang

kemudian mendorong terjadinya debat dalam fitur komentar, dari yang menerima hingga yang menolak. Analisis terhadap komentar menunjukkan ada empat aspek yang menjadi topik debat, yaitu aspek ajaran agama, sosial, politik, dan kebijakan publik. Sementara itu perspektif mediatisasi kultural terlihat pada kajian Setianto (2015) pada Muslim Indonesia diaspora yang tinggal di Amerika Serikat. Aktivitas media dalam bentuk radio internet dan pengajian *online* memungkinkan para diaspora tersebut menjalankan praktik ritual serta mendapatkan sumber-sumber keagamaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa alih-alih mendorong terjadinya sekularisasi, ketergantungan pada media malah membuat para Muslim Indonesia diaspora tersebut semakin religius.

Kerangka Teoretis 2: Mediation

Teori Mediation (Mediasi) menekankan bahwa media adalah sarana untuk menciptakan dan mencurahkan makna-makna kultural penggunaannya, baik dalam konteks lokal maupun global. Dalam konteks digital religion, titik perhatian utama Teori Mediasi adalah menganggap bahwa media adalah bagian integral dari praktik-praktik religius, ketimbang bagaimana dampak media terhadap agama. Beberapa nama penting dalam penggunaan kerangka teoretis mediasi dalam kajian *digital religion* adalah Gordon Lynch, Birgit Meyer, dan Stewart Hoover (Lundby & Evolvi, 2022).

Lundby & Evolvi (2022) menjelaskan bahwa Gordon Lynch, dengan diilhami pemikiran sosiolog Durkheim tentang agama, menegaskan bahwa setiap agama memiliki keragaman bentuk sakral yang sebagian bisa jadi tidak segera tampak secara langsung sebagai ekspresi keagamaan. Interaksi simbol-simbol, pemikiran, perasaan dan tindakan dari bentuk-bentuk sakral tersebut hanya mungkin dilakukan melalui media. Lewat media bentuk-bentuk sakral tersebut mewujudkan menjadi bentuk-bentuk materialnya (misalnya laman website, meme, program televisi, dan lain-lain), sehingga memungkinkan interaksi dan komunikasi antara bentuk-bentuk sakral tersebut. Dengan pengertian seperti ini, proses mediasi adalah proses yang pasti ada, tak terelakkan (*inevitable*), dalam agama-agama. Dalam masyarakat kontemporer, mediasi tersebut tentu saja banyak menggunakan media digital.

Birgit Meyer menawarkan konseptualisasi mediasi religius yang sedikit berbeda. Menurut Meyer, ada jarak dan ruang antara manusia dengan yang transenden, “Yang di Atas Sana”. Agama menyediakan praktik-praktik mediasi yang menjembatani antara manusia dengan yang transenden tersebut, sehingga memungkinkan manusia meraih, atau bahkan

memproduksi, pengalaman-pengalaman transendental (Lundby & Evolvi, 2022). Praktik-praktik mediasi tersebut bisa berupa patung sembah, gambar, gerakan-gerakan fisik, suara (misalnya musik, nyanyian, mantra, dzikir), hingga teknologi media seperti radio, majalah, hingga media digital seperti laman website, Facebook, Instagram dan lain-lain.

Stewart Hoover, profesor dalam bidang Media Studies dari University of Colorado, Boulder, juga menekankan bahwa hubungan antara agama dengan media bukan tercermin dalam teks media, teknologi atau pun institusi, tetapi media sebagai praktik-praktik mediasi. Dengan menggunakan pendekatan budaya antropolog Clifford Geertz dan pendekatan kajian budaya (*cultural studies*), Hoover mengerucutkan perhatian pada apa yang khalayak atau orang lakukan sehubungan dengan media dalam situasi dan konteks yang cukup luas. Pendekatan ini menegaskan bahwa konteks budaya akan tercermin pada makna-makna praktik-praktik yang terkait keagamaan yang dimediasikan (Lundby & Evolvi, 2022).

Sebagai contoh penggunaan kerangka teoretis mediation adalah kajian yang dilakukan oleh Hutchings (2016) tentang multimedia Bibel bernama “Uncover” dan memorial digital. Hutchings menunjukkan bahwa “Uncover”, yaitu Bibel berbentuk buku cetak yang diintegrasikan dengan serial video virtual untuk memperdalam kandungan kitab tersebut, telah membantu penggunanya untuk meraih pengalaman transenden melalui praktik media yang melibatkan multi-indra. Media digital, dengan demikian, menjadi bagian integral dari praktik dan pengalaman keagamaan keseharian. Hal yang sama terjadi juga dalam memorial digital, yaitu praktik-praktik terkait orang yang meninggal. Misalnya ada yang memasang kode QR di pusara yang jika dipindai akan terhubung memorial digital (yang berisi video, suara, gambar, dan teks) di dunia maya. Selain itu mungkin sekali orang yang wafat itu meninggalkan begitu banyak jejak digital dalam akun-akun media-sosialnya—hal yang memberi dimensi baru bagaimana kita mengenang orang yang sudah meninggal.

Dalam konteks Indonesia, penelitian Nisa (2018) menunjukkan bagaimana gerakan keagamaan informal One Day One Juz (ODOJ) menggunakan platform media sosial untuk mendorong kaum Muslim Indonesia membaca Al-Quran secara rutin dan teratur. Aktifitas membaca Al-Quran tersebut bukan hanya saja pada ruang maya, tetapi juga membaca bersama di ruang publik. Penggunaan media sosial yang intens dalam gerakan ODOJ menjadikan media sosial tersebut bukan hanya sebagai ruang dan sarana ekspresi keagamaan bagi partisipan, tetapi juga meningkatkan religiusitas mereka. Sementara itu, penelitian Dwifatma & Beta (2024) menunjukkan bagaimana media sosial menjadi ruang bagi kaum perempuan untuk mengekspresikan identitas kultural, masalah-masalah yang mereka hadapi, dan harapan-

harapan mereka. Sebelum hadirnya media sosial, narasi tentang gambaran tentang perempuan Muslim didominasi oleh penceramah-penceramah laki-laki di masjid, pengajian-pengajian atau seminar publik. Dwifatma & Beta meneliti “Cadar Garis Lucu,” yaitu akun Instagram dibuat oleh beberapa perempuan Muslim Indonesia yang mengenakan cadar dalam kehidupan mereka. Melalui akun ini mereka bertujuan menunjukkan otentisitas mereka, yaitu bahwa mengenakan cadar adalah pilihan penuh kesadaran mereka sendiri. Lebih jauh lagi, akun ini mendorong penafsiran Islam moderat sebagai ekspresi cinta dan pluralitas, serta menjustifikasi mengenakan cadar sebagai salah satu bentuk ekspresi Islam moderat tersebut.

Kerangka Teoretis 3: Social Shaping of Technology

Meskipun ada perbedaan antara teori mediation dan teori mediatization, keduanya sama-sama berfokus pada bagaimana media membentuk praktik-praktik dan institusi-institusi keagamaan. Ada kerangka teoretis lain yang disebut sebagai “social shaping of technology” dan berakar dari bidang ilmu kajian sains dan teknologi (*science and technology studies*, STS). Kerangka teoretis ini menekankan pada bagaimana orang menggunakan teknologi dan “bernegosiasi” dengan teknologi, mencoba menjelaskan hubungan antara teknologi dan pola-pola sosial. Pendekatan “*social shaping of technology*” menekankan pada peran dan potensi tindakan manusia dalam membentuk teknologi melalui pilihan-pilihan yang oleh perancang maupun pengguna teknologi tersebut. Dengan demikian pendekatan ini menentang pendekatan determinisme teknologis (*technological determinism*) yang kurang lebih berpendapat bahwa tindakan manusia diperangkap, dibatasi dan ditentukan oleh teknologi yang digunakannya. Pendekatan ini bisa menerangkan bagaimana dinamika individu dan komunitas—karena alasan ideologis, budaya, atau agama—menolak sebagian aspek teknologi, dan menerima aspek yang lainnya (Lundby & Evolvi, 2022).

Kerangka teoretis ini diterapkan oleh Heidi Campbell, seorang profesor ilmu komunikasi dari Texas A&M University, dalam kajiannya mengenai kelompok-kelompok keagamaan dan menyebutnya sebagai “*religious-social shaping of technology*” (RSST) (Lundby & Evolvi, 2022). Pendekatan RSST berfokus pada bagaimana kelompok-kelompok keagamaan membentuk penggunaan media—utamanya pada media digital. Menurut Campbell komunitas-komunitas keagamaan memiliki ciri khas dalam bernegosiasi dan berinteraksi dengan teknologi media lantaran landasan moral kelompok-kelompok ini, serta latar belakang sejarah dan kultural tempat komunitas-komunitas ini berada. Karena itu RSST menelaah

negosiasi yang dilakukan oleh komunitas-komunitas keagamaan dalam hal berhubungan dengan teknologi dalam empat perspektif (Lundby & Evolvi, 2022). Pertama, sejarah dan tradisi suatu komunitas keagamaan, di dalamnya menyangkut aturan-aturan dari kitab-kitab suci terkait mengenai penggunaan teknologi, serta penggunaan teknologi media terdahulu oleh komunitas tersebut. Kedua, nilai-nilai inti dan pola-pola sebuah komunitas, termasuk nilai-nilai yang tercermin dalam penggunaan media. Ketiga, interaksi dengan teknologi media baru, yaitu menelaah bagaimana suatu komunitas religius menggunakan, menolak, atau menegosiasi penggunaan teknologi media tertentu. Keempat, *framing* dan wacana-wacana tentang teknologi media baru, yaitu strategi komunitas-komunitas keagamaan memaknai penggunaan media, termasuk narasi-narasi identitas menyangkut bagaimana komunitas-komunitas tersebut melihat diri mereka direpresentasi oleh media baru itu. Campbell telah menggunakan keempat perspektif tersebut dengan melakukan penelitian pada komunitas-komunitas Yahudi, Kristen dan Muslim.

Salah satu contoh penelitian dengan menggunakan kerangka teoretis RSST dilakukan oleh Gefgren (2015) tentang debat penggunaan sosial media oleh Uskup Agung Gereja Swedia. Waktu itu ada orang anonim yang membuat akun di Twitter atas nama Uskup Agung, yang kemudian memantik diskusi baik di Twitter maupun blog-blog menyinggung antara lain persoalan mengenai otoritas dan hirarki keagamaan pada lingkungan Gereja dalam konteks media baru dewasa ini. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa bukan hanya keimanan dan tradisi religius yang berperan dalam perdebatan penggunaan teknologi media baru, tetapi konteks sosial juga merupakan aspek penting.

Dalam konteks Indonesia, Humeira & Sarwono (2019) menggunakan pendekatan ini untuk menunjukkan bagaimana Majelis Rasulullah, sebuah kelompok pengajian urban, menegosiasi penggunaan teknologi baru dalam aktivitasnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip dan nilai-nilai yang diyakini kelompok itu mempengaruhi wacana dan keputusan bagaimana teknologi Internet digunakan. Keinginan melakukan interaksi komunikasi yang lebih terbuka dan interkatif mendorong Majelis Rasulullah menggunakan fitur teknologi digital sebagai sarana. Selain itu, untuk mencapai tujuan agar Majelis Rasulullah juga bisa berperan dalam ekonomi, maka diadopsi sistem transaksi online sebagai sarannya. Sementara itu Rachmawati et al. (2024) berpendapat bahwa ajaran Islam yang mendorong tumbuhnya *insan kamil* harus menjadi panduan bagi kaum Muslimin, baik sebagai individu maupun kolektif, dalam pengembangan dan penerapan teknologi AI. Dengan pemahaman keagamaan yang baik

dan penggunaan yang tepat teknologi akan membawa individu-individu pada kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran agama.

Kerangka Teoretis 4: Media Ecology

Kerangka teoretis Media Ecology diinspirasi oleh perspektif kajian media yang dilakukan oleh Marshall McLuhan, yang terkenal dengan ungkapan “*the global village.*” Tapi ungkapan McLuhan yang juga amat terkenal yang bisa dianggap meringkas pendekatan Media Ecology adalah “*the medium is the message*” (McLuhan, 1964), yang menekankan pentingnya medium itu sendiri dalam kehidupan dan budaya masyarakat. Untuk mempermudah, dalam konteks ini ada baiknya memperhatikan perbedaan arti dari kata media dan medium. Media adalah istilah umum bagi semua teknologi yang dibuat oleh manusia yang digunakan untuk memperluas jangkauan, mempercepat dan meningkatkan alur komunikasi. Sedangkan medium merujuk spesifik pada salah satu jenis media: misalnya buku, koran, radio, telepon, film, surel, *website*, dan lain-lain. (Griffin et al., 2019)

Ketika membicarakan media, kita menganggap bahwa konten media itulah yang menyebabkan terjadinya perubahan sikap atau perilaku masyarakat. Kita menganggap bahwa media sekadar kanal untuk menyebarkan konten kepada khalayak. Pendekatan Media Ecology, sebaliknya, menekankan pentingnya medium (bukan kontennya) dalam perubahan itu. Karena itu dalam perkembangannya, pendekatan ini menjurus kepada “teori mengenai medium,” atau Medium Theory. Media Ecology juga sering didefinisikan sebagai kajian *media sebagai lingkungan* dan juga *lingkungan (situasi atau konteks) sebagai media* (Newton, 2008; Scolari, 2012).

Dalam konteks digital religion, Musa & Ahmadi (2012) menerapkan pendekatan Media Ecology ketika membahas bagaimana gereja sebagai institusi beradaptasi dengan teknologi media baru untuk berkomunikasi sekaligus mempertahankan nilai-nilai keimanan. Mereka mengajukan dua perspektif yang mereka sebut “wikifaith” dan “brandversion” untuk menjelaskan fenomena ini. Wikifaith (wiki bermakna “cepat”) merujuk kepada situasi lingkungan yang berubah dan brandversion merujuk kepada kecenderungan gereja mempersepsi diri dan menjalankan aktivitas seperti layaknya sebuah “brand” (merek). Dua karakteristik ini ditandai oleh makin dalam dan luasnya penggunaan media sosial dalam masyarakat, pergeseran otoritas keagamaan, penganut yang menjadi prosumer (sekaligus produsen dan konsumen informasi, budaya populer, serta barang dan jasa) dan lain-lain. Bisa

diperhatikan bahwa Musa dan Ahmadu (2012) tidak membahas konten spesifik dari media tertentu, tapi membahas mengenai perubahan lingkungan, ekologi, yang direspons oleh gereja.

Dalam konteks Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Alatas (Alatas, 2021) dan Solahudin & Fakhruroji (2020) bisa dikategorikan mengarah pada pendekatan Media Ecology, terutama karena kemudian mengajukan sebuah perspektif teoretik mengenai medium yang mereka analisis. Alatas (2021) menganalisis bagaimana anekdot mengenai *keramat* yang menyebar melalui Facebook, yang pada masa-masa sebelumnya penyebarannya dari mulut ke mulut. *Keramat* adalah kejadian-kejadian supernatural yang sering dinisbahkan kepada orang-orang dianggap memiliki pengetahuan batin keagamaan (Islam) atau para wali. Sirkulasi cerita-cerita ini memungkinkan publik Muslim untuk menyetujui, meragukan, mendebat, atau bahkan menolak dasar-dasar teologis *keramat*. Karena itu Facebook tidak sekadar berfungsi sebagai kanal komunikasi saja, tetapi lebih penting lagi adalah medium infrastruktur digital teologi (*digital infrastructure of theology*). Di lain pihak, berdasarkan penelitiannya terhadap praktik-praktik pengajaran Islam pada pelbagai platform media sosial, Solahudin & Fakhruroji (2020) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi medium ruang produksi bagi berkembangnya populisme religius di Indonesia. Melalui aktifitas media sosial, para pendakwah-pendakwah baru muncul, meraih pengaruh pada publik Muslim yang tak terikat secara geografis. Para pendakwah baru ini sering tak terikat dengan, dan bahkan menyaingi, otoritas keagamaan tradisional yang ada sebelumnya. Populisme religius yang dilahirkan dari medium platform digital ini mendefinisikan ulang apa itu identitas, komunitas, dan otoritas keagamaan.

3.2. Area Riset Digital Religion

Berdasarkan tinjauan literatur penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, baik dari ahli-ahli kajian agama (*religious studies*) dan kajian internet (*internet studies*), Tsuria & Campbell (2022) menunjukkan ada enam area utama penelitian digital religion. Keenam area riset kunci itu adalah riset sehubungan dengan: (1) otoritas keagamaan, (2) komunitas, (3) identitas, (4) ritual, (5) *embodiment*, dan bahkan (6) gagasan tentang agama. Di bawah berikut ini adalah penjelasan ringkas mengenai area-area riset tersebut.

Area Riset Otoritas

Salah satu karakteristik utama teknologi internet adalah aspek jaringan yang tidak terpusat dan tidak hirarkis, dan akan mengubah, atau bahkan mengancam, struktur sosial yang berhirarki dan terpusat. Sebaliknya, struktur sosial agama pada dasarnya memiliki hirarki dan

pusat. Karena itu riset area otoritas keagamaan ini menelisik di antaranya mengenai bagaimana otoritas tradisional dalam agama diguncang atau digerus akibat penggunaan teknologi digital. Aspek lain dalam konteks otoritas ini bisa juga tentang bagaimana pemimpin-pemimpin keagamaan mengubah diri dan struktur organisasi keagamaan agar tetap relevan dan mampu mempertahankan otoritas dan legitimasi dalam dunia digital ini. Dengan kata lain, bisa dilihat bahwa internet membawa dua sisi yang saling bertentangan, yaitu bisa merongrong otoritas tetapi juga bisa memberdayakan pemimpin dan organisasi formal keagamaan (Cheong, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

Area Riset Ritual

Ritual sangat berperan penting dalam kehidupan manusia. Agama-agama senantiasa menawarkan ritual untuk dijalankan oleh pemeluknya untuk mengarungi kehidupan di dunia ini. Area riset ritual dalam digital religion menjelaskan bagaimana praktik-praktik ritual keagamaan yang sebelumnya dilakukan pada lingkungan fisik dibawa ke ranah digital. Sebagai contoh adalah riset mengenai sebuah *mobile apps* yang dirancang berisi doa-doa dan informasi keagamaan digunakan oleh pemeluk agama tersebut dalam proses sembahyang sehari-hari (Tsuria & Campbell, 2022).

Selain itu ritual bisa juga dipahami dalam konteksnya yang lebih luas, yaitu tindakan-tindakan yang mampu memberi makna, dan untuk meraih, pengalaman batin. Karena itu, selain berkait dengan praktik-praktik dari agama-agama yang ada, ritual bisa terkait dengan praktik-praktik sekular lain. Hal ini bisa dilihat, misalnya, pada kajian-kajian tentang *video game* yang banyak diilhami oleh unsur-unsur keagamaan. Dalam banyak *video game* terdapat hal-hal yang meyangkut kematian, hidup setelah mati, kedukaan, takdir, dan lain-lain. Karakter-karakter dalam *video game* tersebut juga melakukan ritual-ritual dalam alam-buatan digital (Helland & Kienzl, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

Area Riset Identitas

Internet dan media sosial lazim dikaitkan dengan wilayah baru untuk mengkonstruksi dan menegosiasi identitas, baik oleh individu, komunitas, kelompok etnis hingga sebuah bangsa. Karena itu dunia *online* juga menghadirkan tantangan dan peluang dalam konteks identitas bagi agama-agama. Salah satu aspek utama adalah kajian bagaimana individu-individu beragama dan organisasi-organisasi keagamaan mengekspresikan identitas mereka di dunia

daring dan luring. Selain itu, di sisi lain, teknologi media digital memberikan kemungkinan konstruksi dan konsolidasi identitas bagi individu-individu dan komunitas-komunitas yang sebelumnya berserak-serak dipisahkan jarak. Kajian-kajian dalam area ini termasuk misalnya bagaimana sebuah gerakan di media sosial berdasar tagar tertentu ternyata akhirnya menjadi penanda identitas bagi sekelompok penganut agama. Juga misalnya analisis terhadap video-video YouTube yang mempromosikan cara berpakaian yang khas bagi agama tertentu, dan bagaimana narasi identitas tercermin dalam video-video itu. Karena dinamisnya perubahan sosial yang ditimbulkan oleh teknologi media digital, maka adaptasi identitas religius pun bersifat selalu dinamis (Lövheim & Lundmark, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

Area Riset Komunitas

Area riset ini meneliti merebaknya kelompok-kelompok daring dan bagaimana kelompok-kelompok tadi dipandang sebagai sebuah komunitas. Bagi banyak kelompok agama, munculnya komunitas *online* ini menawarkan kemungkinan baru dalam interaksi sosial tetapi pada saat yang sama menggugat cara-pandang lama mengenai apa itu komunitas. Komunitas *online* dan interaksi sosialnya yang cair harus dipandang dalam kaca mata jaringan-jaringan sosial, yang tidak terlalu terpaku pada kedekatan geografis dan ikatan kekeluargaan. Dalam konteks *digital religion*, area riset ini menunjukkan bagaimana komunitas *online* terbentuk dan berfungsi dalam budaya media digital (Campbell & Sheldon, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

Area Riset Embodiment

Dalam *religious studies* dikenal perspektif *embodiment* yang menekankan bahwa praktik-praktik tubuh, ragawi, juga merupakan hal yang penting dalam kajian agama, selain kajian-kajian mengenai ajaran, sejarah pemikiran, dan sejenisnya. Dalam hal ini, peneliti menelaah perbedaan antara tubuh *offline* dan tubuh *online*, dan membahas mana yang nyata (*real*) dan yang maya (*virtual*). Misalnya bisa ditelaah apakah pengalaman pengguna Internet dan tubuh digitalnya (avatar, gambar profil [*profile picture*], deskripsi diri) bisa dianggap otentik dan nyata, dan sejauh mana ruang virtual dapat dianggap sebagai ruang yang nyata (*real*) dan berfungsi sebagai ruang spiritual. Juga bisa dikaji tentang kehidupan-setelah-mati digital, karena para pengguna internet dan media sosial bisa dikatakan “tetap hidup” setelah wafat ditandai dengan jejak-jejak digital selama hidupnya. Dalam konteks video games, *embodiment* sering digunakan untuk memberikan pengalaman religius dan emosional kepada para pemain-

pemainnya—membraurkan perbedaan antara yang nyata dan yang maya (Radde-Antweiler, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

Area Riset tentang Agama

Area riset ini menelaah agama dalam pengertian yang luas, umum dan konseptual, serta interaksinya dengan teknologi media. Misalnya mendiskusikan konsep, batas-batas dan definisi dari *digital religion* itu sendiri, dan apakah pengkategorian *digital religion* adalah sesuatu yang valid. Contoh lain dalam area ini bisa saja tentang bagaimana agama ditampilkan dalam media sosial dengan menganalisis posting atau cuitan dengan tagar #Islam, #Kristen, #Budha, dan lain-lain. Kajian lain bisa mengenai jenis-jenis “agama baru” yang bermunculan di internet dengan prinsip-prinsip keimanan dan praktik ritual sendiri, yang berujung pada pertanyaan mengenai apa definisi agama itu sendiri (Grieve, 2022; Tsuria & Campbell, 2022).

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perkembangan teknologi digital telah mengubah dan membentuk kembali bagaimana individu-individu dan komunitas mengalami, memaknai, dan menjalani aspek religius dalam kehidupan. Karena itulah kajian *digital religion* dalam sekurangnya dua dekade terakhir ini pun berkembang secara dinamis untuk memahami fenomena ini. Wilayah riset *digital religion* pun beragam, yaitu yang berkaitan dengan otoritas, ritual, identitas, komunitas, *embodiment* hingga riset tentang agama itu sendiri.

Digital religion tumbuh menjadi bidang yang semakin interdisipliner yang melibatkan pelbagai bidang seperti kajian media (*media studies*), kajian agama (*religious studies*), antropologi, sosiologi, dan lain-lain. Artikel ini membahas *digital religion* dari perspektif teoretis yang digunakan oleh peneliti berlatar belakang kajian media dan komunikasi. Perspektif teoretis yang dibahas adalah ekologi media, mediatisasi, mediasi dan *social shaping of technology*. Sudah dijelaskan sebelumnya juga bahwa pengelompokan tersebut tidaklah saling meniadakan (*mutually exclusive*), karena dalam praktiknya keempat perspektif teoretik tersebut saling terkait dan tidak tegas batas masing-masing. Meski begitu, dalam banyak kasus artikel-artikel dan kajian-kajian *digital religion* bisa dilihat menekankan lensa teoretiknya pada salah satu dari perspektif teoretis tersebut.

Lebih jauh lagi, dari uraian sebelumnya, keempat perspektif teoretis yang dibahas tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori yang lebih besar. Kategori pertama adalah perspektif teoretis yang menekankan kekuatan media dan teknologi dalam mengatur dan menata

kehidupan religius individu, komunitas maupun institusi keagamaan. Dengan kata lain terdapat kecenderungan determinisme teknologis (*technological determinism*) dalam perspektif teoretis ini. Dari keempat perspektif teoretis yang dibahas sebelumnya, maka ekologi media dan mediatisasi masuk dalam kategori ini. Sedangkan kategori kedua menekankan pada peran agensi (*agency*) dari individu, komunitas atau institusi keagamaan dalam kehidupan religius terkait dengan teknologi media digital. Dalam hal ini individu, komunitas, maupun institusi keagamaan dilihat sebagai pihak yang aktif memberi dan mencipta makna pada dan dalam teknologi yang mereka pilih. Dengan pemahaman seperti ini, maka perspektif mediasi dan *social shaping of technology* masuk dalam kategori kedua.

Selanjutnya sekurangnya ada dua isu utama yang bisa dijelajahi lebih jauh dalam penelitian-penelitian *digital religion*, termasuk di Indonesia. Pertama makin kaburnya batas antara ruang siber dan ruang fisik, ruang virtual dan ruang real, ruang maya dan nyata. Dulu kedua ruang tersebut dialami dan dijalani secara terpisah—atau disebut sebagai dualisme digital (*digital dualism*) (Turkle, 2017). Dengan makin terkoneksi setiap individu kepada jaringan, kedua ruang yang semula terpisah tersebut mengabur batas-batasnya, sehingga sebenarnya menciptakan ruang baru yang disebut *cyberurban-space* (Lim, 2015) atau *third space* (Castells, 2012) (lihat juga Hoover & Echchaibi (2023)). Individu-individu, dengan menggunakan aneka aplikasi media sosial dan *gadget* yang digunakan, lebih sering berada pada ruang daring dan luring pada saat yang sama tatkala menavigasi kehidupan pribadi, sosial, dan religius mereka. Karena itu penelitian-penelitian *digital religion* juga semestinya menekankan kepada ruang religius yang berubah ini.

Kedua, lebih jauh lagi, adalah perkembangan baru seperti teknologi kecerdasan *Artificial Intelligence (AI)*, teknologi *virtual reality* yang semakin imersif (Metaverse, misalnya), teknologi robotik yang mendefinisikan ulang hubungan manusia dan mesin, dan lain-lain. Teknologi-teknologi baru diyakini akan berperan lebih dalam pada kehidupan umat manusia lebih ketimbang teknologi media sosial saat ini. Perkembangan ini menimbulkan ketegangan etis dan kultural tentang hubungan manusia dengan mesin dan teknologi, yang membawa kepada pertanyaan-pertanyaan makna sejati apa itu hidup, mati, waktu, hingga apa makna manusia (Campbell, 2023).

REFERENSI

Alatas, I. F. (2021). Digital theology: Sainly marvels and God-talk on Facebook. *CyberOrient*, 15(1), 33–58. <https://doi.org/10.1002/cyo2.6>

- Campbell, H. A. (2012). Introduction: The rise of the study of digital religion. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding religious practice in new media worlds* (pp. 1–21). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203084861>
- Campbell, H. A. (2023). The dynamic future of Digital Religion Studies. In M. Freudenberg, F. Elwert, T. Karis, M. Radermacher, & J. Schlamelcher (Eds.), *Stepping back and looking ahead: Twelve years of studying religious contact at the Käte Hamburger Kolleg Bochum* (pp. 217–236). Brill. https://doi.org/10.1163/9789004549319_009
- Campbell, H. A., & Sheldon, Z. (2022). Community. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 71–86). Routledge.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet Age*. John Wiley & Sons.
- Cheong, P. H. (2022). Authority. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 87–102). Routledge.
- Dwifatma, A., & Beta, A. R. (2024). ‘Cadar Garis Lucu’ and the mediated political subjectivity of Muslim women in Indonesia. *Asian Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1080/01292986.2024.2320900>
- Efron, S. E., & Ravid, R. (2019). *Writing the literature review: A practical guide*. The Guilford Press.
- Elsbach, K. D., & van Knippenberg, D. (2020). Creating high-impact literature reviews: An argument for ‘integrative reviews.’ *Journal of Management Studies*, 57(6), 1277–1289. <https://doi.org/10.1111/joms.12581>
- Gafallo, M. F. Y., Iriansyah, A., & Adiansyah. (2022). Budaya Partisipasi dan Resistensi Komunitas Keagamaan di Media Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(1), 17–30. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4902>
- Gelfgren, S. (2015). Why does the Archbishop not tweet? How social media challenge Church authorities. *Nordicom Review*, 36(1), 109–123. <https://doi.org/10.1515/nor-2015-0009>
- Grieve, G. P. (2022). Religion. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (2nd ed., pp. 25–39). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203084861-11>
- Grieve, G. P., Helland, C., & Singh, R. (2018). Digitalizing Tibet: A critical Buddhist reconditioning of Hjarvard’s mediatization theory. In K. Radde-Antweiler & X. Zeiler (Eds.), *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion* (pp. 139–161). Routledge.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Helland, C. (2000). Online-Religion/Religion-Online and virtual communities. In J. K. Hadden & D. E. Cowan (Eds.), *Religion on the Internet: Research prospects and promises* (pp. 205–223). JAI Press.
- Helland, C., & Kienzl, L. (2022). Rituals. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 40–55). Routledge.
- Hoover, S. M., & Echchaibi, N. (2023). Introduction: Media theory and the third spaces of digital religion. In N. Echchaibi & S. M. Hoover (Eds.), *The third spaces of digital religion*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003048190-1>
- Hulland, J. (2020). Conceptual review papers: revisiting existing research to develop and refine theory. *AMS Review*, 10(1–2), 27–35. <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00168-7>
- Humeira, B., & Sarwono, B. (2019). Religious-social shaping of technology approach to internet use by an urban islamic group in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 69–82. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3504-05>
- Hutchings, T. (2016). Augmented graves and virtual Bibles. In T. Hutchings & J. McKenzie (Eds.), *Materiality and the study of religion: The stuff of the sacred* (pp. 85–99). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315604787-6>
- Kinanti, D. N., & Widjanarko, P. (2023). Digital communication of ‘Aisyiyah during the COVID-19 pandemic. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 143–162. <https://doi.org/10.15575/cjik.v7i2.21503>
- Lim, M. (2015). A CyberUrban Space odyssey: The spatiality of contemporary social movements. *New*

- Geographies*, 07, 117–123.
- Lövheim, M., & Lundmark, E. (2022). Identity. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 56–70). Routledge.
- Lundby, K., & Evolvi, G. (2022). Theoretical frameworks for approaching religion and new media. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 233–249). Routledge.
- Maulana, A. M. R. (2022). Agama Digital (Digital Religion) dan relevansinya terhadap Studi Agama Interdisipliner: Sebuah tinjauan literatur. *At-Tafkir*, 15(2), 162–183. <https://doi.org/10.32505/at.v15i2.4821>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill Book.
- Musa, B. A., & Ahmadu, I. M. (2012). New media, Wikifaith and Church brandversation: A media ecology perspective. In P. H. Cheong, C. Ess, P. Fischer-Nielsen, & S. Gelfgren (Eds.), *Digital Religion, Social media and cculture: Perspectives, practices and futures* (pp. 63–80). Lang.
- Newton, J. H. (2008). Media ecology. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication*. John Wiley & Sons.
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 24–43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>
- Rachmawati, F., Maulana, A. M. R., Harefa, R. R., & Zalfaa, N. (2024). The ethical implications of AI in expressing religious beliefs online: A restatement of the concept of religion. *Proceeding International Conference on Religion, Science and Education*, 71–79. <https://sunankalijaga.org/prosiding/index.php/icrse/article/view/1238>
- Radde-Antweiler, K. (2022). Embodiment. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 103–119). Routledge.
- Reese, S. D. (2023). Writing the conceptual article: A practical guide. *Digital Journalism*, 11(7), 1195–1210. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2009353>
- Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory*, 22(2), 204–225. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x>
- Setianto, Y. P. (2015). Mediatization of religion: How the Indonesian Muslim diasporas mediatized Islamic practices. *Journal of Media and Religion*, 14(4), 230–244. <https://doi.org/10.1080/15348423.2015.1116268>
- Siuda, P. (2021). Mapping digital religion: Exploring the need for new typologies. *Religions*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/rel12060373>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2020). Internet and Islamic learning practices in Indonesia: Social media, religious populism, and religious authority. *Religions*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/rel11010019>
- Tsuria, R., & Campbell, H. A. (2022). Introduction to the study of digital religion. In H. A. Campbell & R. Tsuria (Eds.), *Digital Religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd ed., pp. 1–21). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295683-1>
- Turkle, S. (2017). *Alone together: How we expect more from technologies and less from each other*. Basic Books.