

## Identitas Virtual Remaja Muslim Perkotaan dan Pedesaan (Virtual Identity of Urban and Rural Muslim Youth)

Mahfudlah Fajrie<sup>1\*</sup>   
Muhammad Nashrul Haqqi<sup>2</sup>   
Akhmad Pandhu Wijaya<sup>3</sup>   
Agung Nugroho<sup>4</sup> 

<sup>1,2</sup>Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara  
<sup>1,2</sup>Jalan Taman Siswa, Tahunan, Jepara 59451  
<sup>1,2</sup>Tel.: +62(291)595320

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Wahid Hasyim Semarang

<sup>4</sup>Program Studi Teknik Mesin, Universitas Wahid Hasyim Semarang

<sup>3,4</sup>Jalan Menoreh Tengah X No. 22, Sampangan, Semarang 50232

<sup>3,4</sup>Tel.: +62(24)8505680

\*Email: mahfudlahfajrie@unisnu.ac.id

Diterima: 10 Desember 2023

Direvisi: 12 Desember 2024

Diterbitkan: 31 Desember 2024

### Abstrak

Penelitian ini membahas identitas virtual remaja muslim perkotaan dan pedesaan. Metode yang digunakan adalah etnografi virtual, teknik pengumpulan data dengan dokumentasi, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan *cyber religion* antara remaja kota dengan desa tidak jauh berbeda. Para remaja muslim sering mengonsumsi konten-konten atau informasi yang ada di *platform-platform* digital. Bagi remaja muslim kota, kegiatan agama itu tidak menjadi konsumsi publik, tetapi urusan pribadi. Hal ini berbeda dengan remaja muslim di desa yang justru tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memproduksi konten-konten keagamaan karena mayoritas mereka berlatar belakang alumni santri pondok pesantren, sehingga telah memiliki bekal agama yang cukup dan berani memproduksi konten agama. Hal ini juga dilakukan sebagai bentuk syiar atau dakwah Islam sekaligus merepresentasikan diri mereka sebagai remaja muslim. Model *cyber religion* remaja muslim baik kota maupun desa memperlihatkan bahwa identitas keagamaan yang mereka bentuk dan representasikan menunjukkan *liquiditas*. Mereka ingin dikenal sebagai pribadi yang bebas, *fluid*, bahkan untuk kegiatan keagamaan, dan dengan teknologi informasi hal tersebut menjadi lebih mudah dan praktis.

**Kata kunci:** *cyber religion*, identitas virtual, remaja muslim

### Abstract

This research discusses the virtual identity of urban and rural Muslim teenagers. The method used is virtual ethnography, data collection techniques using documentation, interviews and observation. The research results show that *cyber religion* between urban and rural teenagers is not much different. Muslim teenagers often consume content or information on digital platforms. For urban Muslim teenagers, matters of religious activity are not for public consump-

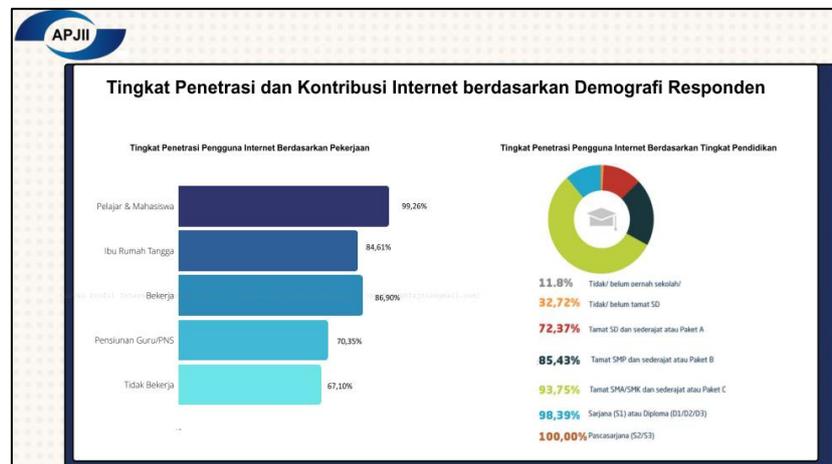


tion, but are instead private matters. This is different from Muslim teenagers in villages, who not only consume but also produce religious content because the majority of teenagers in villages have a background as alumni of Islamic boarding school students, so they already have sufficient religious knowledge, so they have the courage to produce religious content, this is This is also done as a form of broadcasting or preaching Islam as well as representing themselves as Muslim teenagers. From the cyber religion model of Muslim teenagers, both urban and rural, it shows that the religious identity formed and represented by teenagers shows liquidity, where teenagers want to be known as free, fluid individuals, even for religious activities, where with information technology this becomes easier. and practical.

**Keywords:** cyber religion, muslim youth, virtual identity.

## PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada remaja karena kehidupan remaja sebagai *net generation* tidak dapat lepas dari ponsel pintar, bahkan untuk urusan agama. Hal ini berkaitan dengan kehidupan remaja yang sangat familier dengan media sosial, bahkan remaja di perkotaan maupun pedesaan tidak lagi tampak perbedaannya karena telah sama-sama mengenal media digital dan media sosial.



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

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa pengguna internet didominasi oleh kaum pelajar dan mahasiswa dengan tingkat penetrasi sebesar 99,26 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi kaum remaja. Hal inilah yang menjadi dasar penelitian ini. Selain itu, penggunaan internet saat ini telah meleburkan batas ruang dan waktu, sehingga dapat dikatakan tidak ada lagi batas antara kota dan desa, karena selama wilayah tersebut dapat mengakses internet, informasi yang didapatkan para remaja dapat dibilang sama. Hal ini menunjukkan bahwa internet telah menciptakan transformasi budaya.

Implikasi perkembangan teknologi informasi tersebut memunculkan konvergensi media, bahkan menunjukkan keberadaan masyarakat pascamodern jenis baru. Media begitu penting dalam membentuk masyarakat yang demikian, dengan ditandai semakin tergantungnya orang-orang terhadap media sehingga kehidupan mereka sangat dipengaruhi olehnya (Kellner 2013; Setiawan 2016).

Masyarakat saat ini diberikan kemudahan dalam mengakses dan mengunduh informasi dan aplikasi di dalam ponsel pintarnya masing-masing. Hal ini juga dapat dilihat dari perilaku para

remaja tidak hanya dalam hal umum, tetapi juga untuk urusan agama. Mereka memperoleh kemudahan dalam mencari informasi dan belajar agama melalui media-media sosial, terlepas dari informasi yang didapat itu benar ataupun keliru. Fakta ini cukup berbeda dengan era terdahulu ketika remaja yang ingin belajar pengetahuan agama harus datang ke pesantren, masjid, atau lembaga keagamaan dan dibimbing oleh guru agama, ustaz, atau kyai.

Fakta tersebut di atas memberikan perspektif baru tentang media teknologi dan agama, bahkan perkembangan teknologi telah membantu pengembangan agama secara luas. Namun, keterbukaan ini tanpa disadari telah menimbulkan keseriusan konsekuensi pada perubahan pola bagaimana orang membangun dan membentuk agama mereka di ranah digital (*digisphere*).

Perubahan pola masyarakat menuju agama digital ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang oleh Giddens (2003) dikatakan bahwa “dunia lepas kendali akibat adanya pengaruh globalisasi.” Globalisasi bukan hanya nyata, tetapi juga revolusioner, selain memengaruhi tatanan makro juga menyentuh mikro kehidupan manusia. Globalisasi juga tidak terlepas dari persoalan sekularisasi. Globalisasi dan sekularisasi seakan-akan merupakan satu paket yang terjadi di dunia Barat dan Timur (Arifinsyah 2014). Konsekuensinya, ajaran dan dogmatisme agama, termasuk Islam, yang semula sakral sedikit demi sedikit mulai dibongkar oleh pemeluknya, pandangannya telah mengalami perkembangan mengikuti realitas zaman. Agama pada tataran itu pun akhirnya menjadi profan, sehingga sangat tepat jika munculnya modernisasi sering dikaitkan dengan perubahan sosial, sebuah perubahan penting dari struktur sosial, yaitu pola-pola perilaku dan interaksi sosial (Lauer 2003).

Namun, di sisi lain, era saat ini memaksa kita untuk memikirkan dan membentuk diri secara terus-menerus agar mampu menghadapi perubahan di sekitar. Hal ini berarti bahwa kita secara rutin harus beradaptasi dengan kesadaran tentang apa yang tengah terjadi, membentuk *self* (identitas) agar senantiasa dapat memahami dan mengantisipasi sejumlah hal yang mungkin terjadi.

Identitas adalah pemahaman kita tentang siapa kita, siapa orang lain, dan bagaimana kita terhubung satu sama lain (Jenkins 2008). Identitas adalah mengenai “*meaning*” (arti), dan “*meaning*” ini lebih dikonstruksikan secara sosial karena identitas merupakan bagian integral dari kehidupan sosial. Identitas mengandung elemen *individual unique* dan *collectively shared*. Sementara itu, Castells (1997) menjelaskan bahwa identitas dapat terbentuk ketika ada internalisasi, sehingga yang memengaruhi identitas adalah pemaknaan aturan-aturan yang ditetapkan oleh institusi. Konstruksi identitas bergantung pada beberapa hal, di antaranya bersumber dari konteks geografis, sejarah, biologis, institusi produktif dan reproduktif, fantasi personal, memori kolektif, kekuasaan dan sisi keagamaan. Akibatnya, dalam era informasi sekarang, selain melahirkan masyarakat jaringan, juga ikut memengaruhi perubahan dalam berbagai bidang termasuk ekonomi, politik, budaya, dan keagamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, perkembangan teknologi dan informasi juga menciptakan perubahan-perubahan identitas, bahkan pembentukan identitas baru, karena hal ini berkaitan dengan identitas yang muncul pada dunia virtual. Bagi sebagian remaja, identitas antara dunia nyata dan virtual bisa saja berbeda-beda.

Isu penelitian terkait identitas marak muncul setelah masifnya perkembangan teknologi, sehingga identitas secara virtual mulai dipertanyakan. Identitas merupakan gambaran diri yang jelas, meliputi sejumlah tujuan yang ingin dicapai, nilai, dan kepercayaan yang dipilih oleh individu

tersebut. Komitmen-komitmen ini meningkat sepanjang waktu dan telah dibuat karena tujuan, nilai, dan kepercayaan yang ingin dicapai, dinilai penting untuk memberikan arah, tujuan dan makna pada hidup (Lefrancois 1993). Hal ini menjadi penting, terutama dalam kehidupan beragama remaja saat ini, yang cenderung lebih banyak menggunakan media daring dan belajar agama secara virtual atau yang sering dikenal dengan istilah *cyber religion*.

Hal tersebut senada dengan hasil penelitian Malik (2021b) yang menunjukkan bahwa masyarakat di era digital saat ini menganggap YouTube sebagai guru agama virtual mereka, orang yang menyampaikan ajaran agama pada media YouTube dianggap guru oleh masyarakat dan tempat bertanya serta berdiskusi. Selanjutnya, penelitian Malik (2021a) secara konseptual menjelaskan bahwa *cyber religion* memberikan peluang aktivis dakwah untuk menegakkan agama Islam dengan menggunakan dunia maya sebagai wadahnya. Karena di era digital ini masjid mulai sepi pengunjung dan kehilangan ruhnya, nasib generasi digital mampu diarahkan ke hal yang positif dengan *cyber religion*.

Maraknya praktik *cyber religion* berimplikasi pada identitas dalam dunia virtual, sehingga bagaimana seseorang membangun atau membentuk identitas virtualnya juga sangat penting untuk dianalisis. Pada era terdahulu identitas seseorang jelas tampak, dapat dilihat, dan dipelajari dengan langsung bertemu, berbicara, dan mengenal kehidupan sehari-harinya, tetapi hal ini berbeda jika identitas tersebut berada di dunia maya. Aktivitas remaja yang sering mengakses internet dan melakukan praktik *cyber religion* tentu memengaruhi pula identitasnya di dunia virtual. Hal ini sangat menarik jika dipelajari, seperti penelitian Nasrullah (2011) yang menjelaskan bahwa pengungkapan identitas muslim di dunia virtual memainkan peran penting terhadap pembentukan identitas diri yang menurut Foucault merupakan pembentukan wacana (identitas) muslim.

Menimbang beberapa hal tersebut di atas, penulis tertarik melakukan penelitian tentang *cyber religion* dengan fokus orientasi identitas virtual para remaja di perkotaan dan pedesaan. Informan remaja dalam penelitian ini spesifik pada remaja mahasiswa dengan rentang usia 18–25 tahun, dengan fokus remaja perkotaan yang diambil dari mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang dan remaja pedesaan yang diambil dari mahasiswa Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. Kota Semarang digunakan sebagai representasi wilayah perkotaan karena merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah sehingga akses serta infrastruktur serba ada dan mudah, sedangkan Jepara digunakan sebagai representasi wilayah pedesaan karena letaknya yang jauh dari Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah serta bukan wilayah tujuan kerja maupun pelancong untuk berwisata sehingga fasilitas umum masih minim, transportasi kurang memadai, dan infrastruktur belum terbentuk dengan baik. Namun, ketika ditempatkan dalam konteks pembicaraan tentang media digital atau siber, seakan tidak ada pembeda antara kota maupun desa karena akses internet telah menjangkau semua wilayah.

Adanya internet telah memberikan budaya berbeda termasuk dalam ranah agama sehingga kedua wilayah tersebut menjadi menarik untuk dibandingkan dalam sisi penggunaan media siber dalam konteks agama. Secara aksiologis, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang *cyber religion* dan pembentukan identitas virtual remaja muslim dalam arus global mengalami perbedaan karena letak geografis dan kecepatan akses jaringan, ataukah saat ini memang sudah tidak ada lagi pembeda antara kota dan desa karena masyarakat saat ini telah membentuk jaringannya masing-masing.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi desain jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam teks tertulis ataupun tidak tertulis baik dari lisan maupun perilaku dari orang yang dapat diamati (Taylor, Bogdan, & DeVault 2015). Penelitian yang dipilih adalah penelitian kualitatif, yang merupakan metode induktif untuk menemukan atau mengembangkan pengetahuan, menuntut peneliti untuk berpartisipasi dalam menentukan pentingnya atau relevansi fenomena tertentu bagi individu. Penelitian kualitatif dipilih karena lebih peka dan adaptif terhadap peran dan berbagai pengaruh yang muncul di masyarakat, selain itu juga karena peneliti akan berusaha mengeksplorasi atau menggali, mengembangkan atau mendeskripsikan pengetahuan tentang realitas dan keterlibatan teknologi dalam kehidupan yang dialami oleh para remaja muslim baik di perkotaan maupun di pedesaan.

Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual. Kata *etnografi* berasal dari bahasa Yunani *ethnos* yang berarti 'orang' dan *graphein* yang berarti 'tulisan.' Istilah tersebut kemudian dimaknai sebagai jenis tulisan yang menggunakan bahan penelitian lapangan untuk menggambarkan kebudayaan manusia (Spradley 1997). Sementara itu, etnografi virtual adalah metode yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (*users*) saat menggunakan internet. Etnografi virtual juga merepresentasikan implikasi-implikasi dari komunitas termediasi internet (Hine 2000). Prinsip etnografi virtual, menurut Hine (2000), adalah peneliti berada di lapangan virtual, medium interaksi secara virtual, medium komunikasi berkembang sesuai kondisi di lapangan virtual, memahami lokasi dan konektivitas antar pengguna, memberikan batasan, situasi sementara, menggambarkan artefak budaya parsial, keterlibatan penuh dalam interaksi termediasi, komunikasi virtual dan kehadiran entitas dan prinsip virtualitas.

Penelitian ini berfokus pada identitas remaja. Identitas pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu identitas personal (pribadi) dan identitas kolektif (kelompok). Karena penelitian ini berfokus pada identitas virtual, berarti identitas dalam penelitian ini adalah identitas produk persinggungan antara diri dengan teknologi, sehingga dapat dikatakan bahwa masyarakat saat ini adalah "masyarakat jaringan" (*network society*) karena masyarakatnya telah akrab dengan teknologi informasi, khususnya internet dan telah menjadi sebuah kebudayaan dalam kehidupan sehari-hari. Istilah *masyarakat jaringan* dimunculkan oleh Castells (2004), yang identitasnya bersifat kolektif karena pemaknaan individu melewati batas ruang dan waktu serta berada dalam sebuah jaringan. Oleh sebab itu, penelitian ini relevan jika menggunakan etnografi virtual.

Informan atau bisa disebut juga partisipan dalam penelitian ini adalah para remaja muslim yaitu mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang dan mahasiswa Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, serta remaja umum di wilayah Kabupaten Jepara. Mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini sangat bervariasi mulai usia sampai jurusan dan semesternya. Untuk remaja pada Universitas Wahid Hasyim Semarang diambil informan dari Program Studi Sains dan Teknologi, sedangkan dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara diambil mahasiswa dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Selain itu, juga ada beberapa informan remaja yang bukan berlatar belakang mahasiswa, yang diambil secara acak di wilayah Kabupaten Jepara. Hal ini menjadikan data penelitian yang didapatkan lebih menarik, karena karakter mahasiswa bidang sosial humaniora terkadang berbeda jauh dengan karakter mahasiswa bidang eksakta atau sains, bahkan berbeda pula dengan karakter remaja yang bukan berlatarbelakang mahasiswa perguruan tinggi.

Penentuan informan dipilih berdasarkan pertimbangan dan penilaian peneliti bahwa mereka pihak yang baik untuk dijadikan informan, dalam hal ini informan awal adalah ketua kelas pada

semester 6 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, untuk selanjutnya informan dipilih dengan teknik *snowball* berdasarkan hasil pengamatan langsung. Teknik *snowball* merupakan penarikan informan secara bertahap yang semakin lama jumlah respondennya semakin besar. Peneliti tidak menetapkan berapa jumlah informan sehingga jumlah informan terus bergulir sesuai dengan rekomendasi informan-informan yang ditemui lebih awal hingga dirasa menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Namun, penentuan informan juga sesuai kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu tergolong remaja beragama Islam baik laki-laki maupun perempuan, sering mengakses konten-konten agama baik melalui *smartphone*, laptop dan media lainnya.

Hingga akhir penelitian, jumlah informan adalah 41 orang yang terbagi dari unsur remaja Kota Semarang dan remaja dari wilayah Kabupaten Jepara. Selain itu, informan berasal dari jenjang pendidikan yang berbeda, ada dari jenjang perguruan tinggi dan ada pula dari unsur remaja sekolah menengah atas maupun sekolah menengah kejuruan. Selain itu, terkait gendernya juga bervariasi mencakup laki-laki maupun perempuan.

Pengumpulan data menggunakan sumber bibliografis dan dokumentasi, yaitu data-data yang diambil melalui media sosial dan aplikasi-aplikasi pesan seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube yang digunakan para remaja muslim, selain itu untuk memperkuat data, juga dilakukan wawancara dengan beberapa informan secara langsung. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data yang dikenalkan Spradley (1997), secara garis besar analisis datanya sebagai berikut: analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial dan terakhir adalah analisis tema kultural.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas terkait dengan pemaknaan, baik secara personal atau kolektif. Identitas adalah suatu proses menciptakan keterhubungan antara masa lalu dengan masa depan yang akan datang. Memelihara identitas personal dalam kaitannya dengan identitas sosial merupakan kebutuhan utama demi menjaga keamanan. Ancaman kepada integritas agama merupakan ancaman kepada integritas personal (Giddens 1994).

Identitas menjadi hal penting dalam dunia maya, karena bisa saja antara yang tampak di media berbeda dengan kehidupan nyata, dan bahkan bisa saja sama antara keduanya. Hal ini menarik untuk dipelajari seperti apa identitas para remaja muslim di media setelah mereka sering mengkonsumsi materi-materi agama Islam yang banyak tersebar di platform digital.

Memang tidak dapat dipungkiri dalam konteks digitalisasi saat ini telah menciptakan dunia baru yang sering diistilahkan sebagai dunia virtual. Sama seperti dalam kehidupan nyata, setiap individu juga memiliki identitas yang ingin ditampilkan dan memengaruhi interaksi seseorang dengan orang lain dalam lingkungannya, begitu pula dengan identitas dalam kehidupan virtual yang sering disebut sebagai identitas virtual (*virtual identity*) yang dapat menjadikan pembeda antara individu satu dengan lainnya dalam realitas virtual.

Identitas merupakan interpretasi dari kehidupan seseorang, perilaku, dan pengaruh yang terbentuk dari lingkungan yang dapat menggambarkan seseorang. Identitas virtual dapat dikatakan sebagai tampilan diri seseorang dalam dunia daring dan orang cenderung bebas menentukan dirinya ingin seperti apa dan sebagai apa, sehingga *level of truth* identitas kecil dan dapat berubah-ubah (Kokswijk 2008). Hal ini dapat diistilahkan sebagai *liquid modernity*, yaitu identitas virtual itu bersifat cair dan dapat berubah-ubah (Bauman 2000). Bahkan, hal tersebut

dapat dikatakan sebagai panggung depan dan panggung belakang, karena antara identitas nyata dengan identitas virtual bisa saja sama atau justru berbeda jauh (Goffman 1956).

Identitas virtual memang tidak terlepas dari praktik digitalisasi yang dilakukan oleh para remaja, baik di kota maupun di desa. Dengan adanya internet sudah tidak ada lagi jurang pemisah antara masyarakat di kota maupun desa. Dalam praktiknya, setiap hari para remaja selalu bersinggungan dengan media sosial dan tidak bisa lepas darinya. Hal ini karena remaja memang menjadi bagian digitalisasi yang dibuktikan bahwa remaja tidak dapat meninggalkan ponsel pintarnya dalam kehidupan sehari-hari. Terlepas dari pengaruh negatif maupun positif, tidak semua remaja menjadikan media sosial sebagai sekadar hiburan, tetapi juga sebagai piranti untuk mencari informasi dan pengetahuan terkait agama.

Agama saat ini yang dipahami remaja mengalami pergeseran dari yang dahulu bersifat sakral, sementara saat ini terbuka untuk dipertanyakan, dicari, bahkan dibantah. Oleh sebab itu, banyak remaja melakukan pengecekan, pencarian, dan pendalaman ajaran agama melalui media sosial yang tersebar dalam beragam *platform* digital, atau sering diistilahkan dengan praktik *cyber religion*. Praktik *cyber religion* tidak hanya menjangkiti remaja muslim di kota, tetapi juga para remaja muslim di desa.

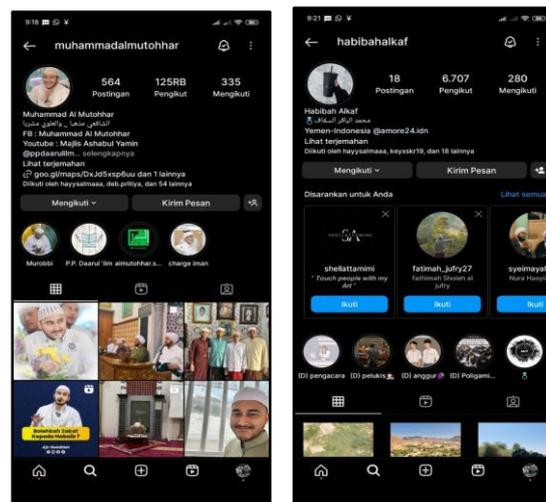
Hasil observasi dan wawancara dengan beberapa remaja muslim menunjukkan bahwa terjadi kesamaan antara remaja muslim di kota dengan di desa dari segi media-media sosial yang digunakan dalam praktik *cyber religion*, yaitu YouTube menjadi *platform* dengan peringkat pertama yang dirujuk dan diminati oleh kedua golongan remaja tersebut. YouTube juga dianggap oleh remaja muslim sebagai media yang menyediakan segala kebutuhan terkait keagamaan, dengan kemudahan mengakses dan menentukan pilihan kanal yang diminati. Hal ini seperti yang disampaikan Malik (2021b) bahwa guru spiritual sekarang tergantikan perannya dengan sosok virtual. Salah satu media daring yang sangat populer menyediakan informasi keagamaan yaitu YouTube yang di dalamnya terdapat banyak konten dakwah keagamaan yang disampaikan oleh dai-dai populer seperti yang diminati para remaja, yakni Hanan Attaki, Adi Hidayat, dan masih banyak lagi. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini *real religion* mulai tergeser dengan *cyber religion*.

Video-video di kanal YouTube yang digemari para remaja di desa adalah ceramah-ceramah keagamaan oleh tokoh seperti Gus Baha. Bagaimanapun, tidak hanya melalui YouTube, para remaja juga masih mau meluangkan waktu untuk hadir secara langsung ke tempat-tempat pengajian yang didatangi oleh tokoh-tokoh agama (dai) favorit mereka. Hal ini berbeda dengan remaja di kota yang mulai tidak tertarik bahkan enggan meluangkan waktu untuk hadir secara langsung karena bagi mereka sama saja dengan melihat di YouTube.



Gambar 2. Kajian Gus Baha yang Diminati Remaja

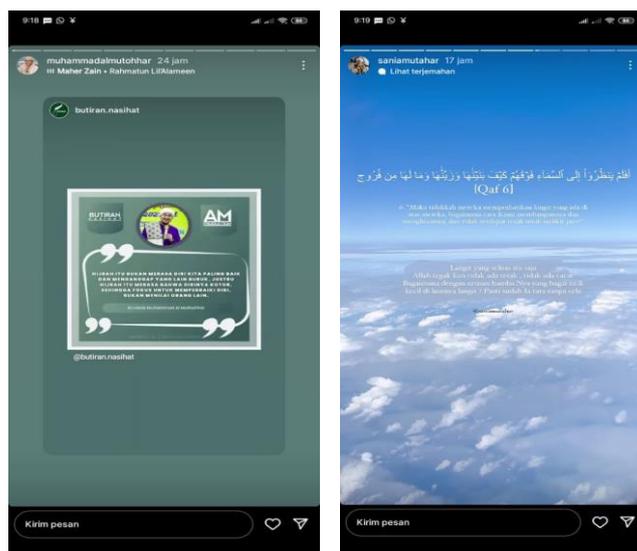
Tidak hanya melalui media YouTube, para remaja muslim juga mengikuti akun-akun Instagram beberapa tokoh agama seperti Habib Muhammad Al-Mutohhar dan Syarifah Sania Assegaf. Tidak berhenti di situ, beberapa remaja di desa juga bergabung pada grup WhatsApp dengan tokoh-tokoh agama yang dijadikan panutan tersebut. Hal ini dilakukan agar para remaja dapat langsung berkomunikasi dengan para tokoh agama tersebut, mendapatkan pamflet-pamflet ajaran Islam, dan mendapatkan informasi terkait perkembangan kajian agama.



Gambar 3. Akun Instagram yang Diikuti Remaja Muslim

Dalam konteks keagamaan, ternyata remaja juga membentuk identitas dalam dunia virtual melalui akun-akun media sosial mereka. Hal ini salah satunya dibuktikan dengan beberapa remaja mengunggah informasi-informasi atau foto-foto kegiatan keagamaannya melalui media sosialnya dengan alasan ikut berbagi informasi agar yang lain juga tertarik mengikuti kegiatan keagamaan yang sedang mereka ikuti. Selain itu, remaja juga sering membagikan di WhatsApp dan Instagram kutipan-kutipan atau pesan-pesan dari tokoh-tokoh agama.

Sama halnya dengan informan Aan dan Husna, informan yang suka membagikan video-video yang diperolehnya melalui akun TikTok dengan alasan agar orang lain juga mengetahui dakwah tersebut. Bagi mereka, membagikan video-video tersebut ke media adalah salah satu bentuk syiar agama atau berdakwah.



Gambar 4. Model Pesan-pesan Agama dan Video yang Sering Dibagikan Remaja

Selain itu, informan Aan yang sering mencari dan mengunduh beberapa video tentang pesan agama (*dawuh-dawuh*) seperti Gus Baha dan mereka membagikan ke akun media sosial yang mereka. Alasan remaja sering membagikan video-video tersebut karena memang sudah diteliti dan sudah diamalkan atau lakukan, juga sebagai niat dakwah supaya orang-orang yang melihat itu mengerti dan mengamalkannya juga.

Berbeda dengan Iqbal yang jarang membagikan pengajian-pengajian atau hal lain terkait pengetahuan agama. Kalau dirasa bagus, ia akan membagikannya, begitu pun sebaliknya. Namun, ketika ada kegiatan keagamaan yang diikutinya, ia tidak begitu antusias mengunggahnya ke media sosialnya.

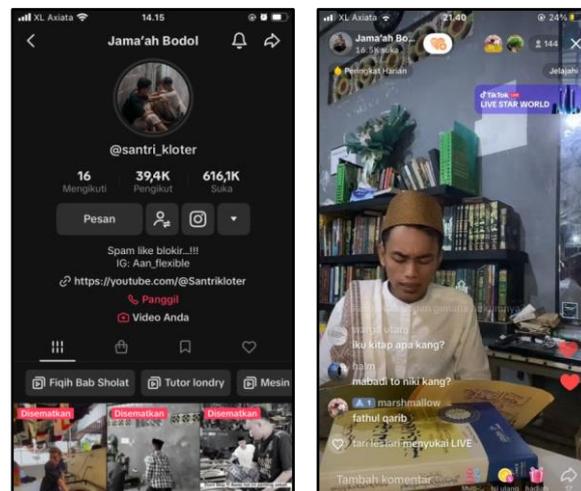
Salah satu informan yakni Zuniar merasa takut jika ingin membagikan beberapa konten terkait pengetahuan agama di media sosialnya. Hal ini karena ia khawatir akan ada beberapa temannya yang tersinggung atau sensitif akan unggahannya. Jadi, informan ini lebih memilih untuk menikmati dan mengetahui konten tersebut untuk diri sendiri. Sementara itu, informan Kholis tidak pernah membagikan tentang konten-konten atau video-video keagamaan justru hanya dimanfaatkan untuk pribadi. Hal ini karena kebanyakan pengetahuan agama yang didapatkan dari video di TikTok baginya bersifat acak dan lebih pada kehidupan kelak sehingga belum bisa dilakukan, tetapi tentunya berkeinginan untuk melakukannya kelak. Namun, ia sering membagikan kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pengajian supaya yang menonton tertarik dan ada keinginan untuk menghadiri atau mengikuti pengajian tersebut. Baginya, mengunggah di *story* media sosial dengan syiar agama.

Hal ini menunjukkan bahwa identitas yang terbentuk bagi sebagian remaja adalah karena komunitasnya. Mereka ingin membagikan kegiatan keagamaan yang diikutinya kepada remaja lain agar mereka dapat bergabung dan menjadi satu komunitas dengannya. Bagi mereka, membagikan dan menyebarkan ajaran agama merepresentasikan identitas keagamaannya. Hal ini seperti yang disampaikan Castells (1997) bahwa dalam masyarakat jaringan saat ini, identitas bersifat kolektif dan salah satunya adalah bentuk *project identity*. Konstruksi identitas sosial terjadi ketika budaya membentuk identitas baru yang mendefinisikan posisi mereka dalam masyarakat dengan para remaja membangun identitas dan mentransformasi struktur sosial agar mereka saling terkait dalam suatu kelompok sosial.

Hasil observasi dan wawancara tersebut juga memberikan bukti bahwa identitas diri dapat terbentuk melalui pengalaman, kepercayaan, dan identifikasi. Pembentukan identitas digunakan untuk mencapai sebuah keputusan tentang tujuan-tujuan yang akan dicapai, nilai-nilai, dan keyakinan-keyakinan (Marcia 1993). Identitas dianggap sebagai konstruksi sosial dalam ranah kajian budaya, sedangkan dalam tradisi budaya Barat, setiap manusia dianggap memiliki sebuah *true-self*, jati diri yang menjadi inti dan esensi seseorang, dan digunakan sebagai patokan bagi orang untuk membangun representasi agar dapat dikenali oleh dirinya sendiri dan orang lain. Ketika esensi tersebut dapat diidentifikasi melalui tanda-tanda selera, kepercayaan, perilaku, dan gaya hidup, ia menjadi identitas (Barker 2004). Pandangan ini kemudian dikenal sebagai esensialisme.

Namun, beberapa informan remaja muslim di kota justru berbeda perilakunya dalam hal penggunaan media sosial. Mereka cenderung tidak pernah membagikan atau mengunggah ulang video-video dakwah atau kutipan-kutipan pesan agama, bahkan momen-momen ketika mereka sedang melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan di akun media sosial mereka, baik itu WhatsApp, Instagram, Facebook, ataupun media sosial lainnya. Hal ini karena bagi remaja muslim kota, perkara agama adalah urusan pribadi masing-masing. Seperti yang dinyatakan salah satu informan, Arya, "Ibadah tidak perlu diumbar-umbar di media sosial." Baginya, urusan ibadah dan kegiatan keagamaan lain tidak perlu diekspos ke publik. Meskipun demikian, sebagian remaja muslim di Kota Semarang juga ada yang terkadang bahkan sering mengunggah kegiatan-kegiatan keagamaannya di akun media sosial mereka dengan alasan agar yang melihat atau menonton dapat ikut mengamalkan dan mencontoh video atau pesan yang dibagikan tersebut.

Berkebalikan dengan remaja di kota, remaja di desa sering membagikan ke publik kegiatan-kegiatan keagamaan yang mereka ikuti bahkan diminati, dengan alasan sebagai syiar agama dan menunjukkan tingkat kepatuhannya terhadap kyai atau tokoh-tokoh agama. Tidak hanya itu, remaja di desa juga lebih mendalami bahkan mengamalkan ajaran-ajaran agama yang mereka peroleh melalui praktik *cyber religion*. Seperti halnya pada informan Aan yang merupakan remaja desa. Berdasarkan observasi, informan Aan juga menjadi pelaku di akun TikToksnya (@santri\_kloter), ia membagikan konten-konten dakwah Islam. Uniknya konten dibuat dengan berbagai lelucon, tetapi tetap ada nilai dakwahnya yang justru sangat mudah dipahami. Konten tersebut berisi tentang salat, bersuci, dan aktivitas keagamaan lain. Selain itu, ia juga kerap melakukan siaran langsung di akun TikToksnya dengan mengaji kitab kuning *Fathul Qorib* yang di akhir mengajinya ditutup dengan membuka pertanyaan-pertanyaan mengenai fiqih untuk para penonton *live*-nya.



Gambar 5. Identitas yang Ditampilkan Nyata di Media Sosial

Hal ini menunjukkan bahwa remaja di desa tidak hanya sebagai penikmat media sosial, tetapi juga sebagai produsen yang ikut memproduksi konten-konten agama pada media sosial. Hal ini tentunya tidak dapat dilepaskan dari pribadi remaja muslim di desa, terutama di wilayah Kabupaten Jepara yang mayoritas remajanya telah memiliki bekal agama sejak kecil, bahkan diperkuat dengan mereka juga menjadi santri. Jadi, dapat dikatakan bahwa remaja di desa mayoritas alumni santri pondok pesantren atau santri-santri kalong, sehingga tidak begitu sulit untuk mereka beradaptasi dengan teknologi, bahkan ikut menyiarkan agama melalui teknologi informasi.

Walaupun perkembangan teknologi internet telah membuat pergeseran sumber primer para santri yang dulu merujuk pada kitab kuning, dan saat ini dengan perkembangan internet, mereka mulai bergeser dengan merujuk pada informasi yang disebarkan melalui internet. Namun, pergeseran nilai dan perubahan perilaku yang dialami santri tidak mencabut dan menjamah nilai-nilai dasar yang dimiliki santri seperti kemandirian, solidaritas, takzim, dan *self directed learning* (Mundiri & Nawiro 2019). Hal inilah yang ditunjukkan oleh mayoritas remaja di desa yang ada di wilayah Jepara karena mayoritas remajanya adalah alumni santri pondok pesantren.

Lebih lanjut, beberapa remaja muslim juga ikut menyampaikan pesan-pesan dakwah yang mereka dengar dan lihat dari media sosial kepada sanak saudaranya, terutama keluarga. Bagi mereka kebaikan juga harus dibagikan agar tidak hanya diri sendiri yang mengetahui dan merasakannya. Namun, memang tidak semua remaja melakukan hal tersebut. Beberapa informan justru merasakan bahwa setelah mereka mengakses konten agama, muncul perasaan bersalah, taubat, dan berusaha untuk menjadi orang yang lebih baik. Namun, setelah selesai menonton, perasaan tersebut hilang dan kembali lagi seperti biasanya. Jadi, munculnya rasa taubat hanya sesaat dan ketika menonton saja. Hal ini tidak terlepas dari sifat dan kepribadian remaja yang cair (*fluid*).

Praktik beragama di era digital atau *cyber religion* memberikan gambaran bahwa masyarakat telah mengalami perubahan ke arah pascamodern, terutama dalam penelitian ini yang berfokus pada generasi Z. Terjadi perubahan dari aktivitas produksi, konsumsi komoditas ke arah simulasi, permainan citra dan tanda yang dibangun oleh simulasi (Kertamukti 2022; Pawanti 2013).

Generasi Z saat ini telah menciptakan masyarakat digital sendiri, dengan corak interaksinya melalui teknologi digital, yang bagi mereka sama dengan interaksi nyata walaupun berbentuk maya. Generasi Z membentuk jaringan tersendiri dalam kehidupannya, seperti yang disampaikan Castells (2004) sebagai *network society*. Mereka menampilkan identitasnya, mengekspresikan diri melalui media sosial, yang menurut mereka adalah ruang untuk berbagi dan ruang kebebasan. Identitas keberagamaan pun disetel ulang bagi sebagian remaja. Praktik beragama pada remaja muslim saat ini, baik yang ada di kota maupun di desa, mengalami transformasi yang luar biasa dalam teknologi digital. Para remaja menciptakan praktik beragama sangat cair (*fluid*). Praktik beragama tidak lagi berada di dalam ruang padat di gedung-gedung, tetapi diberlakukan secara fleksibel dengan menggali informasi agama dan praktik ibadah sesuai tuntutan media.

Baik remaja kota maupun desa dengan beragam model dalam praktik *cyber religion*-nya tetap memunculkan identitas para remaja yang cair (*fluid*), tetapi tidak semua identitas muslim ditampilkan melalui media sosial mereka. Hal ini karena bagi sebagian remaja, ibadah atau nilai-nilai keagamaan menjadi identitas pribadi dan bukan konsumsi publik. Namun, terjalannya identitas dalam keberagamaan pada masyarakat jaringan ini tujuannya adalah untuk berkomunikasi.

Hasil observasi dan wawancara, baik dengan remaja kota maupun desa, menunjukkan bahwa identitas berkaitan erat dengan pengalaman psikologis antara individu dengan dunia sosialnya. Hal ini senada dengan Giddens (2006) yang menyebutkan dalam teori identitasnya bahwa pembentukan diri berkaitan erat dengan pengalaman psikologis individualistik seseorang. Ketika kepercayaan mulai terbentuk antara seseorang dan dunia sosialnya, kemandirian akan terbangun. Pengalaman dengan orang lain dan kesadaran diri menciptakan kebutuhan bersama akan entitas pengalaman. Dalam pengertian ini, keberadaan diri secara alami berperan aktif dan tidak dapat dipisahkan dari konteks komunitas sosialnya. Eksistensi diri dalam konteks ini membuktikan bahwa diri dibentuk oleh peran positif diri dan struktur sosialnya, begitu pula sebaliknya. Menurut Giddens, diri memiliki keunikan tersendiri, serta memiliki nilai dan batasan tertentu yang berbeda satu sama lain yang diproduksi dan direproduksi oleh struktur sosialnya.

Dengan kata lain, Giddens menekankan pada tantangan yang dihadapi individu dalam hal banyaknya pilihan yang kemudian berpengaruh terhadap identitas diri melalui pembentukan narasi tentang dirinya sendiri. Narasi mengenai identitas ini berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis apa yang harus dilakukan, bagaimana cara melakukan, dan harus menjadi siapa. Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut individu berusaha mengonstruksi cerita dari pengalaman masa lalu untuk menuju masa depan. Ketika tujuan dan makna hidup tidak lagi didapat, individu berpaling pada hal yang lebih pasti. Pada tahap kekosongan ini, individu mengonstruksi dirinya melalui pilihan-pilihan tujuan kehidupan yang diciptakan kehidupan modern, sehingga kebutuhan-kebutuhan akan hidup mengikuti era modern.

Maraknya perubahan identitas atau bahkan dikatakan identitas yang cair ini tidak terlepas dari globalisasi yang memunculkan perkembangan teknologi yang begitu cepat. Tomlison (1999) menjelaskan bahwa globalisasi dapat mengubah koneksi antara identitas dengan tempat geografis yang sebelumnya saling berkaitan dan mengubah hal tersebut melalui penyebaran kebudayaan yang berbeda-beda, mobilisasi orang dari satu tempat ke tempat lain, dan mekanisme pasar yang memudahkan kebudayaan lokal dan kemudian mengubah identitas individu. Sementara itu, kehidupan saat ini menurut Castells (1997) dibentuk oleh kecenderungan konflik antara globalisasi dan identitas. Identitas menurut Castells adalah sumber makna dan pengalaman. Perubahan sosial yang terjadi di masyarakat akibat globalisasi didasarkan pada pemikiran Anthony Giddens tentang masyarakat pascatradisional sebagai konsekuensi dari modernitas dan globalisasi yang memengaruhi masyarakat, tradisi, dan cara pandang yang dimiliki.

## SIMPULAN

Praktik *cyber religion* telah menjadi bagian dari kehidupan remaja muslim saat ini, baik di perkotaan maupun pedesaan. Namun, terdapat perbedaan dalam model *cyber religion* di antara keduanya. Remaja kota cenderung lebih banyak mengonsumsi konten atau informasi keagamaan melalui *platform* digital. Bagi mereka, aktivitas keagamaan sering dianggap sebagai urusan pribadi sehingga jarang membagikan atau mengunggah konten maupun foto kegiatan keagamaan yang diikutinya.

Sebaliknya, remaja muslim di desa tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga aktif memproduksi konten keagamaan, termasuk melakukan siaran langsung. Hal ini didorong oleh latar belakang mereka yang umumnya merupakan alumni pondok pesantren sehingga memiliki bekal agama yang cukup. Produksi konten keagamaan ini dilakukan sebagai bentuk syiar Islam, dakwah, sekaligus cara untuk merepresentasikan identitas mereka sebagai remaja muslim. Selain itu, remaja desa juga sering mengunggah dan membagikan kegiatan keagamaan, baik yang mereka ikuti secara langsung maupun konten keagamaan dari tokoh-tokoh agama yang menjadi panutan.

Model *cyber religion* para remaja muslim baik kota maupun desa menunjukkan bahwa identitas keagamaan yang dibentuk dan direpresentasikan para remaja menunjukkan kecairan (*liquidity*). Remaja ingin dikenal sebagai pribadi yang bebas, *fluid*, bahkan untuk kegiatan urusan keagamaan, dan dengan teknologi informasi hal tersebut menjadi lebih mudah dan praktis.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara dan LPPM Universitas Wahid Hasyim Semarang karena telah membantu pendanaan riset kolaborasi ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifinsyah. 2014. "Respon Islam dan Kristen terhadap Modernitas." *Analytica Islamica*, 3 (2), 274–295. DOI: <http://dx.doi.org/10.30829/jai.v3i2.451>.
- Barker, C. 2004. *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. London: Sage Publications Ltd.
- Bauman, Z. 2000. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. 1997. *The Power of Identity*. Malden: Blackwell.
- . 2004. *The Network Society*. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Giddens, A. 1994. "Reflexive Modernization." Dalam *Living in Post Traditional Society*, disunting oleh U. Beck, A. Giddens, & S. Lash. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. 2003. *Masyarakat Post Tradisional*, diterjemahkan oleh Ali Noer Zaman. Yogyakarta: Ircisod.
- Giddens, A. 2006. *Modernity and Self-Identity* (Vol. 5). Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. 1956. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Hine, C. 2000. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.
- Jenkins, R. 2008. *Social Identity*. London: Routledge.
- Kellner, D. 2013. "Baudrillard, Jean (1929–2007)." Dalam *Encyclopedia of Media and Communication*, disunting oleh M. Danesi. Toronto: University of Toronto Press.
- Kertamukti, R. 2022. "Generasi Z, Digital, dan Islam Pada Masyarakat Digital di Era Pandemi Covid 19." Dalam *Masyarakat Digital: Fenomena dan Nomena*, disunting oleh D. B. Setyohadi & S. B. H. Hutomo. Yogyakarta: Buku Litera.
- Kokswijk, J. van. 2008. *Digital Ego: Social and Legal Aspects of Virtual Identity*. Delft, Netherlands: Eburon Academic Publishers.
- Lauer, R. H. 2003. *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Lefrancois, G. 1993. *The Life Span* (4th ed.). Belmont California: Wadsworth Publishing Company.
- Malik, H. 2021a. "Cyber Religion dan Real Religion di Tengah Masyarakat Digital." *Jurnal Komunika* 4 (1), 63–78.
- . 2021b. "Youtube sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion." *AdZikra: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 12 (1), 12–26. DOI: <https://doi.org/10.32678/adzikra.v12i1.4548>.
- Marcia, J. 1993. *Ego Identity: A Handbook for Psychosocial Research*. Newyork: Springer-Verlag.
- Mundiri, A. & I. Nawiro. 2019. "Ortodoksi dan Heterodoksi Nilai-Nilai di Pesantren: Studi Kasus Pada Perubahan Perilaku Santri di Era Teknologi Digital." *Jurnal Tatsqif; Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan* 17 (1), 1–18. DOI: <https://doi.org/10.20414/jtq.v17i1.527>.
- Nasrullah, R. 2011. "Konstruksi Identitas Muslim di Media Baru." *Jurnal Komunika* 5 (2), 221–234.
- Pawanti, M. H. 2013. "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard." Depok: Universitas Indonesia.
- Setiawan, R. 2016. "Peran Etika dalam Pendidikan di Era Teknologi Media Sosial." Konferensi HIDESEI XXVI. Surabaya.
- Spradley, J. P. 1997. *Metode Etnografi*, diterjemahkan oleh Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Taylor, S. J., R. Bogdan, & M. DeVault. 2015. *Introduction to Qualitative Research Methods A Guidebook and Resources*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Tomlison, J. 1999. *Localization and Culture*. Cambridge: Polity Press.