

Media dan Hibrid Identitas Keagamaan di Era Digital

Lailatur Rofidah

lailaturrofidah@gmail.com

Abdul Muhid

UIN Sunan Ampel Surabaya

abdulmuhid@uinsby.ac.id

Abstract

Digital Era is an era where a shift process come up from industrial based to an information technology using computer or other technology devices as medium or communication. It gives benefit to preacher which various Islamic Ideologies background. The internet has a significant influence to millennial generation and Z generation. The increasing number of Islamic identities that are spread in online media can have an effect on forming religious hybridity among Y and Z generations. This study aims to answer whether online media has an effect on forming religious hybridity among Y and Z generations. The research method used is literature review, data obtained from previous research, research keywords become references to find data. This study found that online media has a major influence in shaping religious hybridity among millennial and Z generation. This can be seen from the high use of online media among millennial and Z generation and they often look for religious issues through online media. This is also supported by the effect of da'wah in online media that comes from various religious identities. This study concludes that online media has a major influence in shaping religious hybridity among the millennial generation and Z generation.

Keywords: *Online Media, Hybridity, Religious Identity, Millennial Generation, and Z Generation.*

Abstrak

Era digital ditandai dengan berkembangnya penggunaan internet, dengan ini memberikan peluang bagi pendakwah dengan berbagai latar belakang identitas keislaman yang berbeda. Internet memiliki pengaruh signifikan terhadap generasi millennial. Semakin banyaknya identitas keislaman yang tersebar di media online dapat berpengaruh dalam membentuk hibriditas keagamaan di kalangan millennial dan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab apakah media online berpengaruh dalam membentuk hibriditas keagamaan di generasi Y dan generasi Z. metode penelitian yang digunakan yakni litelature review, data didapatkan dari penelitian sebelumnya, kata kunci penelitian menjadi rujukan untuk mencari data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online memiliki pengaruh besar dalam membentuk hibriditas keagamaan di kalangan millennial dan generasi Z. Hal ini nampak dari tingginya penggunaan media online di kalangan generasi millennial dan generasi Z, serta mereka banyak mencari persoalan agama melalui media online. Hal ini juga didukung dengan efek

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

IAIN Curup-Bengkulu | E-ISSN: 2548-3366; P-ISSN: 2548-3293

dari dakwah di media online yang berasal dari beragam identitas keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media online memiliki pengaruh besar dalam membentuk hibriditas keagamaan di kalangan generasi millennial.

Kata Kunci: Media Online, Hibriditas, Identitas Keagamaan, Generasi Milennial dan generasi Z.

Pendahuluan

Era digital distribusi informasi sudah dinilai sangat mudah dan cepat. Setiap informasi dapat dengan mudah disebar dan diakses, hal ini didukung dengan adanya kecanggihan teknologi informasi dan berkembangnya internet berbasis jaringan 4G. pada abad-21 saat ini dikenal juga sebagai abad informasi, informasi sendiri menjadi bentuk dari hasil industri yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas dan dapat dengan mudah diakses.¹ Informasi menjadi salah satu unsur konstitutif dalam suatu masyarakat sebagaimana yang diungkapkan oleh pemerhati perkembangan informasi modern.²

Dengan perkembangan dan semakin cepatnya distribusi informasi di masyarakat, maka munculnya suatu istilah masyarakat informasi. Informasi merupakan hasil dari data-data yang telah diolah oleh sistem pengelola sehingga mempunyai arti dan memiliki nilai bagi seseorang.³ Masyarakat informasi lahir seiring perkembangan zaman, dan dengan adanya digitalisasi semua aktivitas masyarakat. Masyarakat informasi merupakan suatu perubahan pada kualitas hidup masyarakat, dimana perubahan sosial, politik, dan pembangunan ekonomi sangat bergantung pada peningkatan dan pemanfaatan informasi.⁴

Penggunaan internet menjadi salah satu akar pertumbuhan masyarakat informasi. Distribusi informasi kini juga merambah pada bidang keagamaan. Berdasarkan pada penelitian Ahyar dalam *review* yang ditulis oleh Iswanto menyebutkan bahwa dalam internet terdapat gerakan Islam yang disebut dengan *clicktivism*.⁵ Begitupun menurut Brasher dalam Rahman menyatakan bahwa internet telah menjadi media yang terus berkembang subur dan bahkan menjadi

¹ Riady, Yasir. (2014). Riady, Y. (2010). Mewujudkan Masyarakat Informasi Indonesia. *Seminar Nasional FISIP-UT*, 1–8.

² Eka, A. G., & Wuryanta, W. (2013). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 132.

³ *Op.cit.*

⁴ Damanik, F. N. S. (2012). Menjadi Masyarakat Informasi. *JSM (Jurnal SIFO Mikroskil)*, 13(1), 78.

⁵ Iswanto, A. (2018). Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia. *Harmoni*, 17(1), 172–179. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v17i1.299>

kebutuhan bagi perkembangan agama.⁶ Dari sini dapat dilihat bahwa dakwah melalui media online yang didukung oleh internet menjadi tren baru di era digital saat ini.

Internet menjadi bentuk dari inovasi teknologi yang paling mutakhir dan banyak diakses oleh masyarakat. Sepanjang tahun pengguna internet semakin mengalami kenaikan dan hal ini menjadi *trend global*. Pengguna internet di dunia sampai saat ini tercatat mencapai 3 milyar dengan penetrasi 40% dari total keseluruhan jumlah manusia di bumi.⁷ Jejaring sosial merupakan salah satu produk dari internet, dan membuat banyak orang tertarik untuk mengakses internet.⁸ Adanya jejaring sosial memberikan dunia baru bagi seseorang secara personal untuk dapat berinteraksi secara bebar, dengan siapa saja dan kapan saja.

Media online sangat berpengaruh dalam pendistribusian informasi di era digital saat ini. Media massa yang sebelumnya masih berupa analog, dan cetak, kini sudah beralih ke digital dengan menggunakan platform ataupun media sosial. Media sosial menjadi salah satu media digital yang banyak digunakan oleh masyarakat. Separuh penduduk Indonesia dikatakan telah aktif sebagai pengguna media sosial, dengan jumlah penduduk sebesar 274,9 juta, 170 juta diantaranya telah menjadi pengguna aktif media sosial.⁹ Dari sini dapat dilihat bahwa setengah dari jumlah penduduk Indonesia telah banyak menggunakan media sosial untuk berbaur dan juga mendapatkan informasi.

Perkembangan media dan teknologi informasi membawa peradaban baru dalam perkembangan masyarakat yang lebih modern, yakni lahirnya istilah generasi millennial, dan generasi Z, dimana mereka dikenal sebagai digital native. Generasi millennial menjadi generasi yang telah mendapatkan dampak langsung akan kemajuan teknologi dan penggunaan internet, mereka tergolong generasi yang lahir pada tahun 1980-an hingga awal tahun 2000. Sedangkan generasi Z lahir tahun 2001 hingga 2010, dimana mereka dapat dikatakan sejak lahir sudah disambut dengan teknologi digital. Bagi generasi millennial dunia digital menjadi ruang pribadinya dalam mengakses, mencari, membagikan semua informasi yang

⁶ Fazlul Rahman. (2013). Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan-pesan Keagamaan di_dunia@maya. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

⁷Data ini sesuai dengan catatan lembaga PBB di bidang komunikasi dan Informatika, lihat International Telecommunication Union (ITU), ICT fact and figures 2017, <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistic/Documents/facts/ICTFactsFigures2017.pdf>. Diakses pada 10 Januari 2018.

⁸ <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Diakses pada 12 April 2018.

⁹ Conney Sthephanie. (2021). Riset Ungkap Lebih dari Sepuluh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> Kompas.com, dipublikasikan pada 24/02/2021, diakses pada 15 Juni 2021.

mereka temui di internet.¹⁰ Generasi millennial sudah hidup berdampingan dengan internet dan teknologi digital, kemudahan dalam mengakses segala macam informasi menjadikan generasi millennial sebagai generasi yang cenderung mencari sumber informasi melalui internet. Kedua generasi ini telah berhadapan langsung dengan kecanggihan teknologi, mulai melek teknologi dan dunia digital, bahkan banyak dari mereka telah memiliki akun di media sosial. Didukung dengan penggunaan smartphone yang terbilang praktis, menjadikan semua informasi semakin mudah untuk diakses. Sebagai digital native, aktivitas yang dilakukan generasi millennial di internet terbilang cukup lama. Perilaku generasi millennial dalam menggunakan internet bisa mencapai 7 jam dalam sehari.

Kecanggihan teknologi dan berkembangnya media-media digital dapat menjadi sarana dakwah, baik berdakwah melalui tulisan-tulisan maupun melalui audio visual. Berdakwah melalui media digital akan memberikan kemudahan bagi seorang da'i, tanpa perlu mendatangi atau mengumpulkan massa. Berdakwah di media digital memunculkan berbagai macam identitas keagamaan atau madzab, semua kalangan ulama baik ulama lokal (asli Indonesia) maupun ulama dari luar negeri seperti dari daerah Timur Tengah dapat diakses dengan mudah. Sebagai digital native, mereka lebih banyak menghabiskan waktu belajar agama islam melalui internet, baik melalui video di youtube, blog, website atau media sosial.¹¹ Hal ini akan berdampak pada hibriditas identitas atau kegalauan identitas keagamaan di era digital, khususnya pada generasi millennial dan gen z. Hibriditas identitas sendiri merupakan suatu proses dari interaksi antar identitas lokal dengan identitas global, yang kemudian membentuk identitas baru, namun identitas disini sebagai bentuk produksi yang tidak pernah selesai.¹²

Berdasarkan pada tulisan Rahmawati menyebutkan bahwa fenomena hibriditas memberikan gambaran akan keberagaman dari variasi tanggapan, sebagaimana dalam salah satu konsep budaya berkembang secara eksklusif dalam bentuk sinkritisme kebudayaan memberi asumsi bahwa hubungan simbiosis menolak ketidaksetaraan ekonomi, politik, dan sosial.¹³ Kecenderungan karakter generasi millennial yang menyukai sesuatu yang instan atau mudah, menjadikan mereka cenderung untuk mengikuti madzab yang dinilainya gampang untuk diterapkan, tanpa perlu melihat basic identitas keagamaan mereka. Media memiliki pengaruh besar dalam membentuk identitas keagamaan di era digital.

¹⁰ Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 31.

¹¹ Yunita Faela Nisa, D. (2018). *Gen Z: Kegagalan Identitas Keagamaan* (dan I. R. Didin Syafruddin (ed.)). Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat. <https://ppim.uinjkt.ac.id/download/gen-z-kegalauan-identitas-agama/>

¹² Ansor, M. (2016). Menjadi Seperti Beragama Lain: Jilbab Dan Identitas Hibrid Mahasiswi Kristen Aceh. *Jurnal Penamas*, 29 (1), 7–8.

¹³ Rakhmawati, Y. (2017). Hibriditas New Media Komunikasi Dan Homogenisasi Budaya. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 117. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2516>

Persebaran informasi dan meningkatnya penggunaan media online sebagai saran berdakwah, memberikan kemudahan bagi generasi millennial dan generasi Z untuk belajar agama tanpa perlu berguru langsung pada ulama atau kyai. Dari tulisan Gushevinalti menyebutkan bahwa media sosial seperti facebook memiliki pengaruh dalam pembentukan hibriditas identitas, khususnya pada kelompok K-Pop Lovers di Bengkulu, hal ini dilihat dari merekatnya budaya Korea yang baru mereka kenal.¹⁴

Tujuannya untuk melihat bagaimana pengaruh media terhadap hibriditas identitas keagamaan di era digital. Sedangkan untuk subjek penelitian menggunakan generasi millennial dan generasi Z, dimana mereka yang menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan media digital, bahkan banyak dari mereka belajar agama melalui media online, seperti youtube. Berdasarkan beberapa literatur review di atas, terdapat perbedaan pada objek penelitian, yaitu hibriditas identitas keagamaan. Sehingga penelitian ini memiliki rumusan masalah bagaimana pengaruh media dalam hibriditas identitas keagamaan di era digital. Dimana sudah semakin banyak da'i menggunakan media-media digital untuk berdakwah, sehingga pada digital native dapat dengan mudah belajar agama. namun disisi lain mereka juga dapat mengalami kegalauan identitas keagamaan. Dikarenakan percampuran identitas keagamaan lokal (NU dan Muhammadiyah) dengan identitas keagamaan baru yang telah banyak tersebar di media digital.

Sedangkan, desain penelitian *literatur review* sebagai basis data untuk kemudian dianalisis secara deskriptif analitis. Pencarian literatur didapatkan dari berbagai sumber media online seperti jurnal online, ataupun artikel online. Pencarian data dilakukan dengan menggunakan Google Scholar, Aplikasi Ipusnas, Garuda Ristrekbin, dll. Di tahap awal pencarian data, penulis mendapatkan beberapa artikel, sekitar lebih dari 10 artikel dengan waktu penerbitan antara tahun 2009 sampai 2020. dengan menggunakan kata kunci seperti hibriditas identitas, identitas keagamaan di era digital, dan pengaruh media terhadap hibriditas keagamaan untuk diidentifikasi, namun tidak semua artikel relevan dengan penelitian ini, sehingga hanya terdapat kurang lebih 4 artikel yang sesuai, terutama referensi mengenai pengaruh media terhadap hibriditas identitas keagamaan dikarenakan keterbaruan isu sehingga referensi masih minim.

Dalam konteks ini penulis akan membahas tentang media dan hibriditas identitas keagamaan di era digital dengan menggunakan pendekatan kategori sosial, dimana teori ini mempelajari tentang kecenderungan seseorang untuk memilih atau menanggapi pesan yang sama, apabila mereka berada dalam kelompok sosial yang sama, sehingga dapat mempengaruhi dalam mengambil keputusan.¹⁵ Dalam teori kategori sosial terdapat penggolongan kelompok masyarakat berdasarkan pada usia, jenis kelamin, kegemaran, suku bangsa, status

¹⁴ Gushevinalti. (2013). Negosiasi Translokal dan Hibriditas Pengguna Media Sosial. *PROCEEDING KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2013*, 216–224.

¹⁵ Evanita, S. (2009). Teori Pengaruh Selektif. *Ilmu Komunikasi*, 7.

sosial, agama, profesi, pendidikan, dll. Dalam hal ini generasi milenial dan generasi Z termasuk dalam kategori sosial golongan kegemaran dan agama, di mana mereka menjadi subjek dalam penelitian ini. Dilihat dari kegemaran mereka menggunakan smartphone untuk mengakses internet, serta sebagai media untuk mencari informasi dan juga sebagai media untuk belajar agama. Sedangkan dari sisi agama, penelitian ini memfokuskan pada generasi millennial dan generasi Z yang beragama islam. Untuk melihat bagaimana pengaruh media dalam membentuk hibriditas identitas keagamaan di era digital, dimana media online sudah menjadi ladang perkembangan identitas agama.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yakni literatur review dengan menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber data. Kata kunci penelitian sebagai rujukan peneliti untuk mencari data berupa artikel, skripsi, atau karya tulis lainnya. Setelah data terkumpul akan dianalisa secara deskriptif, dimana data diuraikan secara teratur, kemudian diberikan penjelasan atau pemahaman mengenai topik yang ada agar mudah dipahami oleh pembaca.

Hasil Dan Pembahasan

Hibriditas Identitas dan Identitas Keagamaan Di Indonesia

Istilah Hibrid diambil dari bahasa biologi dengan arti persilangan varietas tanaman. Secara umum, hibrida berasal dari istilah biologi yang artinya generasi hasil persilangan antara dua atau lebih populasi yang berbeda, baik secara fenotipe maupun genotipenya. Genotip yaitu susunan gen khas yang diwariskan dari asal ke hasil, sedangkan fenotip adalah ciri khas fisik yang terbentuk karena gabungan dari genotip dan pengaruh lingkungan.¹⁶ Istilah Hibrid ini sering kita dengar dalam istilah penyilangan padi berkualitas unggul yang dihasilkan dari persilangan benih padi. Dalam ilmu sosial, konsep hibriditas awal kali dikenalkan oleh Homi K Bhabha muncul sebagai bentuk kritik terhadap budaya kolonialisme. Menurut Bhabha dalam Gushevinalti hibriditas mengacu pada penciptaan format transkultural baru di dalam zona hubung produk kolonisasi.¹⁷

Pembentukan identitas, hibriditas juga dipengaruhi oleh budaya dasar yang membentuknya, terdapat desain budaya masa kini untuk membentuk pemahaman akan celah sosial dan psikis. Menurut Marta terdapat empat proses pembentukan identitas dalam hibriditas budaya, yaitu: *pertama*, identitas alami; *kedua*, identitas secara tidak sengaja; *ketiga*, identitas yang diperoleh secara sengaja atau tujuan tertentu, dan; *keempat*, identitas yang diseragamkan atau dipaksakan.¹⁸

¹⁶ Irin Iriana Kusmini, dkk, "Karakterisasi Fenotipe dan Genotipe Tiga Populasi Ikan Tengadak (*Barbonymus schwanenfeldii*)" *Jurnal Riset Akuakultur Balitbang KKP* Vol 11, No 3 (2016), 207-216.

¹⁷Gushevinalti. (2013). Negosiasi Translokal dan Hibriditas Pengguna Media Sosial. *PROCEEDING KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2013*, 216–224.

¹⁸ Marta, R. F., Komunikasi, I., & Mulia, U. B. (2003). *Realitas Dan Media Sebagai*. 3(1), 1–12.

Dari proses pembentukan dapat menjadi dasar bagaimana identitas hibrid dapat terbentuk dalam lingkup sosial. Sedangkan berdasarkan pada tulisan *Debating Cultural Hybridity Multicultural Identity and The Politics anti-racism*, perbedaan merupakan subjek dari hibriditas yang bersifat temporal, politik, ras, seksual, sosial atau ekonomi.¹⁹

Hibriditas identitas menjadi salah satu persoalan penting dalam kajian sosial. Perkembangan budaya mampu memberikan pengaruh besar dalam pembentukan hybrid identitas. Sedangkan hibriditas identitas sendiri bermuara dari pencarian identitas, sehingga menjadikan identitas tidak memiliki batasan sama sekali dan memiliki kelonggaran.²⁰ Sehingga dari sini dapat disimpulkan bahwa hibriditas identitas bersifat fleksibel, dan kontemporer, serta mengikuti perkembangan budaya dan sosial. Studi empirik tentang hibriditas identitas berpusat pada hubungan dialektis dan saling produktif antara keseragaman hibridasi identitas dalam pergeseran dalam konteks globalisasi.²¹ Robertson juga menyebutkan bahwa bentuk dari hibriditas identitas merupakan proses ganda yang mencakup intepretasi dari peuniversalan particular dan sebaliknya.

Identitas tidak lepas dari konsepsi yang diyakini oleh seseorang tentang dirinya, sedangkan harapan atau pandangan yang diberikan orang lain pada dirinya membentuk suatu identitas sosial. Selanjutnya Baker juga menyebutkan bahwa identitas merupakan hasil dari konstruksi sosial yang tidak eksis di luar representasi kultural.²² Identitas dapat ditandai oleh faktor material dan terhubung dengan berbagai identitas baik dari kelompok seperti nasionalisme, gender, etnis, agama dan keluarga. Identitas diri seseorang telah didapatkan sejak orang tersebut mempresentasikan dirinya, dan dengan cara bagaimana ia mengekspresikan dirinya. Sedangkan identitas keagamaan menurut Marcia menyebutkan bahwa identitas keagamaan seseorang didapatkan sejak ia menjalankan setiap ritual ataupun upacara keagamaan agama tersebut. Werbner menyebutkan identitas keagamaan menunjuk pada pengalaman transendensi dan ketuhanan baik oleh individu maupun kolektif.²³ Berdasarkan tulisan Peek dalam Lucas menyebutkan bahwa Peran agama dalam formasi identitas telah banyak mengabaikan, dengan banyak ilmuwan sosial yang fokus pada gender, seks, ras, dan etnik sebagai sumber primer dari identitas. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa identitas keagamaan merupakan hasil dari ekspresi diri manusia yang menjalankan ritual agama tertentu, tanpa berorientasi pada gender, ras, budaya maupun etnik, sehingga membentuk identitas.

¹⁹ Pnina Werbner dan Tariq Modood. (2015). *Debating Cultural Hybridity Multicultural Identity and The Politics of Anti-Racism*. Zed Books.

²⁰ Furqon, S., & Busro, N. (2020). Hibriditas Postkolonialisme Homi K. Bhabha Dalam Novel *Midnight's And Children* Salman Rushdie. *JENTERA: Jurnal Kajian Sastra*, 9(1), 73. <https://doi.org/10.26499/jentera.v9i1.494>

²¹ Rakhmawati, Y. (2017). Hibriditas New Media Komunikasi Dan Homogenisasi Budaya. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 117. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2516>, 56

²² Chris Barker, *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004) Hal. 172.

²³ Pnina Werbner dan Tariq Modood. (2015). *Debating Cultural Hybridity Multicultural Identity and The Politics of Anti-Racism*. Zed Books.

Identitas keagamaan yang banyak dianut oleh masyarakat Indonesia yaitu Islam, namun di Islam sendiri juga terbagi dalam berbagai mazhab. Sedangkan untuk di Indonesia organisasi masyarakat Islam yang banyak diikuti yakni Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah sebagai ormas Islam yang moderat. Sebagaimana dalam penelitian Darajat menyebutkan bahwa NU dan Muhammadiyah banyak menampilkan paham keagamaan yang moderatisme Islam dan menyatakan diri sebagai penganut Aswaja (*Ablu sunnah wa jama'ah*).²⁴ Dari perkembangan keislaman di Indonesia memunculkan identitas Islam yang dikenal sebagai Islam Nusantara. Terdapat beberapa definisi tentang Islam nusantara, menurut Qomar Islam nusantara merupakan paham Islam yang telah diterapkan di Nusantara (Indonesia) sebagai wujud dari sintesa wahyu dan budaya lokal, sehingga adanya kandungan nuansa kearifan lokal.²⁵ Sedangkan menurut Mizan dalam penelitian Astuti, Islam nusantara mengadopsi nilai-nilai budaya local yang menjadi ciri khasnya, dan dari warisan para ulama yang menjadi bagian penting dari transformasi keilmuan Islam di nusantara.²⁶

Sebuah studi kasus kualitatif tentang identifikasi diri pemuda Muslim asal migran di Madrid berusaha memahami bagaimana mereka merumuskan identitas dan menerapkan praktik budaya nyata dalam menavigasi kepemilikan. Mayoritas pemuda ini berasal dari apa yang disebut generasi “1,5” dan “kedua”, dan mengekspresikan identitas dengan tanda penghubung atau hibrid: mereka menggabungkan satu atau beberapa aspek identitas agama, budaya atau etnis di samping identifikasi dengan Spanyol atau Madrid. Dengan demikian, identitas berlapis dan kompleks ini dapat menunjukkan keterikatan pada komunitas tempat tinggal. Hibriditas juga dimanifestasikan dalam perilaku, dengan peserta mendemonstrasikan penggunaan berbagai bahasa, serta praktik budaya atau agama yang beraneka ragam. Selain itu, dalam menegosiasikan inklusi dan kepemilikan, beberapa orang memperdebatkan hak mereka untuk mengekspresikan identitas plural ini dan terlibat dalam praktik budaya yang beragam, terutama ketika hak tersebut dianggap ditolak.

Tulisan Bolland ini terutama berpendapat bahwa peserta memanfaatkan identitas hibrida dalam mewakili diri mereka sendiri dan menemukan kesamaan: mereka mempertahankan keterikatan dengan Madrid atau Spanyol di samping identifikasi minoritas dan praktik budaya yang beragam, atau memasukkan praktik ini dalam terlibat dengan komunitas mereka. Lebih lanjut mengamati bahwa terlepas dari pengalaman diskriminasi yang dirasakan, klaim populasi ini untuk keanggotaan dan penghormatan terhadap hak-hak individu mencerminkan pemahaman kewarganegaraan yang didasarkan pada partisipasi dan pengakuan

²⁴ Darajat, Z. (2017). Muhammadiyah dan NU: Penjaga Moderatisme Islam di Indonesia. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1(1), 81–96. <https://doi.org/10.21009/hayula.001.1.05>, 85

²⁵ Kurdi, A. J. (2019). Islam Nusantara: Solusi Menyikapi Problem Radikalisme Agama Alif. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 19(1), 70.

²⁶ Puji Astuti, H. J. (2017). Islam Nusantara: Sebuah Argumentasi Beragama dalam Bingkai Kultural. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2 (1), 27. <https://doi.org/10.18326/inject.v2i1>. 55

perbedaan, menimbulkan pertanyaan mengenai dampak kebijakan dan pendidikan kewarganegaraan masa lalu atau masa depan.²⁷

Sebagaimana dijelaskan dalam sub bab diatas, hibriditas identitas keagamaan menjadi fenomena baru saat ini. Dimana identitas keagamaan mengalami, kegalauan, kelonggaran dan terus berproses dalam membentuk identitas agama.

Peran Media dalam Hibirditas Identitas Keagamaan

Saat ini dunia mengalami perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih yang dikenal dengan era digital. Hal ini dapat menghasilkan budaya baru di lingkungan masyarakat yang telah secara langsung terkena dampak kemajuan teknologi informasi. Di era digital memberikan kemudahan dalam pendistribusian informasi, didukung dengan adanya internet yang menjadi jantung peradaban digital itu sendiri. Perputaran informasi yang begitu cepat mengakibatkan penyebaran informasi mudah untuk diakses terutama generasi muda yang banyak menghabiskan waktu di media Online.²⁸ Kemudahan distribusi informasi menjadi peluang tersendiri untuk menyebarkan ilmu-ilmu agama atau sebagai media berdakwah. Internet dapat menjadi lahan bisnis keagamaan. bagaimana tidak, semua agama begitu pun madzab-madzab di Islam sudah mulai tersebar bebas di Internet, bahkan internet menjadi salah satu media strategis untuk diskusi keagamaan.²⁹ Bahkan media-media Online sekarang menyediakan ruang bagi khalayak berinteraksi untuk berdiskusi tentang masalah keagamaan atau sekedar membagikan informasi keagamaan, hal ini dijuluki sebagai bentuk dari *Online religion* atau *religion online*. Berdasarkan pada penelitian Helland, menyebutkan dalam *online religion* orang diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan, sedangkan *religion online* orang hanya diberikan informasi keagamaan tanpa mengikuti aktivitas keagamaan^{30,31} Dengan dukungan teknologi internet melahirkan

Media memiliki peran yang begitu besar dalam pembentukan hibriditas identitas keagamaan di era digital saat ini. Sebagaimana dalam penelitian Nisa

²⁷ Colleen Boland, (2020). " Hybrid identity and practices to negotiate belonging: Madrid's Muslim youth of migrant origin". CMS 8, 26. <https://doi.org/10.1186/s40878-020-00185->

²⁸ Meilani, M. (2014). Berbudaya Melalui Media Digital. *Humaniora*, 5(2), 1009. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3210>

²⁹ Fazlul Rahman. (2013). Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan-pesan Keagamaan di_dunia@maya. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

³⁰ Christopher Helland, "Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet," *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1, no. 1 (2005): 1–16, <https://doi.org/10.11588/rel.2005.1.380>.

³¹ Helland, C. (2005). Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.11588/rel.2005.1.380>

menyebutkan siswa dan mahasiswa, 54,37% dari mereka belajar agama dari internet, seperti media sosial, blog, maupun website.³² Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya dakwah melalui internet, sehingga sangat mudah untuk belajar ilmu agama. Berdasarkan pada penelitian Fadly Usman, menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang tinggi antara pengguna *smartphone* dan intensitas penggunaannya dalam mengakses konten dakwah, sehingga menunjukkan bahwa internet menjadi media yang efektif untuk menyampaikan materi dakwah.³³ Dengan ini perkembangan dakwah di media online dapat dilakukan oleh siapapun dari latar belakang keislaman yang beragam.

Dalam penelitian rahman menyebutkan dalam internet tidak ada pembatasan dalam menulis pesan-pesan keagamaan, bahkan tidak ada aturan mengikat untuk mencantumkan siapa penulisnya, sehingga pengguna internet cenderung tidak dapat membedakan mana da'i yang sesuai dan mana yang tidak.³⁴ Bahkan dalam internet juga berkembang gerakan-gerakan hijrah islami yang banyak diikuti oleh generasi muda di era digital. Generasi millennial yang sering menggunakan media sosial, serta mereka yang memiliki pemikiran kritis, dan masih merasa kekosongan jiwa membuat mereka cenderung untuk mengikuti gerakan hijrah, didukung dengan semakin maraknya kajian-kajian Islam di media sosial.³⁵ Media Online memberikan ruang bagi berbagai kajian keislaman untuk menyebar luaskan ajarannya, sehingga dapat memunculkan identitas identitas keislaman selain yang ada di Nusantara. Pengungkapan identitas keagamaan juga pernah terjadi di media sosial Facebook, seperti adanya akun Facebook ala muslim yang dibuat oleh orang muslim dari Pakistan yang beralamat www.millatfacebook.com.³⁶ Identitas keislaman mulai beragam seiring banyaknya dakwah dilakukan di media sosial, keterbukaan dan kebebasan dalam menyampaikan pesan keagamaan menjadi salah satu faktor pemahaman Islam yang semakin beragam, sehingga identitas keislaman nusantara sudah semakin tergeser, dan menyebabkan hibriditas identitas keagamaan. Penggunaan internet sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan menjadi peluang bagi kalangan pendakwah untuk lebih aktif dalam menyebarkan ajaran Islam. Seperti saat ini bermunculan situs-situs bernafaskan Islam baik berbentuk

³² Yunita Faella Nisa, D. (2018). *Gen Z: Kegagalan Identitas Keagamaan* (dan I. R. Didin Syafruddin (ed.)). Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat. <https://ppim.uinjkt.ac.id/download/gen-z-kegagalan-identitas-agama/>

³³ Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqob)*, 1(1), 9.

³⁴ Fazlul Rahman. (2013). Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan-pesan Keagamaan di *dunia@maya*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). 10

³⁵ Fajriani1, Suci Wahyu, Y. S. S. (n.d.). *BERORIENTASI IDENTITAS Mahasiswa Magister Program Studi Sosiologi , Universitas Padjadjaran , Indonesia PENDAHULUAN Fenomena merupakan suatu hal yang terjadi di kalangan masyarakat yang biasanya memiliki dampak besar dan banyak individu-individu yang meng.* 5.

³⁶ Nasrullah, R. (1970). Konstruksi Identitas Muslim Di Media Baru. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 221–234. <https://doi.org/10.24090/komunika.v5i2.172>

website, akun media sosial, atau aplikasi digital Islam merupakan hasil dari pengaruh penggunaan internet sebagai media berdakwah.³⁷

Di era digital saat ini penggunaan media Online maupun media sosial banyak di dominasi oleh generasi millennial dan generasi Z. Dengan ini merekalah yang lebih banyak menjadi korban hibriditas keagamaan. Sebagaimana dalam penelitian Widhana menyebutkan gerakan hijrah yang masif dilakukan oleh generasi millennial disebabkan karena popularitas ragam paham Islam (Salafi, Wahabi, Tahriri, dll), menggunakan akses internet dan media sosial untuk mencari literatur Islam populer.³⁸ Identitas keislaman yang banyak tersebar di media Online, marak mengajak pada gerakan hijrah, didukung dengan ceramah mereka yang ringan dan kekinian membuat banyak generasi millennial dan generasi Z untuk gabung dalam gerakan hijrah tersebut. Media sosial menjadi alternatif untuk menyebarkan paham tentang hijrah, bisa dengan membuat akun di media sosial sebagai wadah untuk menjelaskan tentang Islam dari berbagai hal, sehingga digital native tertarik untuk melakukan perubahan diri melalui konten islami di media sosial.³⁹ Keragaman identitas keislaman yang tersebar di media online membuat digital native tidak bisa menemukan identitas keislaman yang mereka yakini dan pegang teguh. Hal ini membuat kegalauan identitas keagamaan mereka, sehingga menyebabkan hibrid identitas keagamaan.

Hidbriditas keagamaan di kalangan generasi millennial dan generasi Z tidak luput dari efek media Online, dimana aktivitas dakwah saat ini banyak dilakukan melalui media Online. Media internet dapat dijadikan sebagai media untuk mengklarifikasi bentuk kesalahan persepsi tentang Islam di kalangan tertentu.⁴⁰ Dari sini tentu dakwah di media Online atau internet sangat berpengaruh dalam membentuk identitas keagamaan. Dakwah di media Online menjadi bentuk dari komunikasi massa, dan memberikan efek bagi khalayak. Efek yang ditimbulkan baik dari segi efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Efek kognitif merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.⁴¹ Efek kognitif berkaitan dengan bagaimana dakwah di media Online memberikan pelajaran dan informasi tentang pesan-pesan keagamaan. Efek afektif berkaitan dengan apa yang dirasakan khalayak setelah mendapatkan informasi. Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi efek afektif, yakni: 1) suasana emosional; 2) skema kognitif; 3) situasi terpaan, dan; 4)

³⁷ Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>

³⁸ Zahara, M. N., Wildan, D., & Komariah, S. (2020). Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(1), 52–65. <https://doi.org/10.52483/ijsed.v2i1.21>

³⁹ Fajriani, S, W. & Sugandi Y, S. (2019). Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas. *SOSIOGLOBAL: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 3(5), 79

⁴⁰ Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>

⁴¹ Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak. *Cakrawala*, 18(2), 171–178.

predisposisi individu. sedangkan pada aspek behavioral berkaitan dengan akibat yang timbul pada diri khalayak, yang kemudian membentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.⁴² Dari ketiga efek komunikasi massa tersebut, hibriditas identitas keagamaan di kalangan generasi millennial dan generasi Z juga dilihat dari informasi yang mereka dapatkan, perubahan emosi atau yang dirasakan mereka setelah mendapatkan informasi tersebut, kemudian dari sisi perilaku mereka yang menunjukkan identitas keagamaan yang hibrid.

Dampak behavioral atau perilaku beragama dari adanya informasi keagamaan di media sosial terhadap generasi millennial, mereka ekspresikan melalui postingan di media sosial. Seperti postingan yang berisikan doa-doa, pesan moral bernuansa keagamaan, dan juga potongan video ceramah.⁴³ Hibriditas identitas yang nampak dalam perilaku millennial dalam menyebarkan postingan keagamaan dapat dilihat dari kajian yang beragam. Generasi millennial cenderung membagikan postingan keagamaan sesuai dengan mood mereka, dan ceramah yang sesuai dengan suasana hati mereka. Bahkan kerap kali postingan yang dibagikan merupakan hasil dari intepretasi pribadi.⁴⁴ Hibriditas identitas keagamaan generasi millennial dapat dilihat dari perubahan perilaku

Kesimpulan

Media Online memiliki peran besar dalam perkembangan hibrid identitas keagamaan di era digital. Hibrid identitas keagamaan ditandai dengan kegalauan digital native (generasi Y dan generasi Z) dalam menentukan identitas keislamannya. Indonesia yang mayoritas penduduknya menganut Islam berpahamkan ahlusunah Wal jamaah Ashariah, kini identitas digital *native* muslim sudah mulai bercampur dengan identitas Islam yang banyak digaungkan di media Online.

Era digital yang ditandai dengan salah satunya pergerakan Internet, memberikan peluang besar bagi para pendakwah dengan berbagai latar belakang keislaman untuk menyebarkan ajarannya. Saat ini internet menjadi lahan besar dalam perkembangan ragam literatur keislaman, bahkan menjadi media strategis untuk berdiskusi keagamaan. Digital native saat ini lebih tertarik belajar agama melalui media Online tanpa harus menemui secara langsung Kyai atau ustaz. Bahkan di media Online juga terdapat suatu gerakan hijrah, dimana mereka memanfaatkan akun di media sosial untuk mengajak digital *native*.

Untuk itu, saat ini muncul kelas anak muda beragama Islam dengan hibriditas keagamaan di dalamnya yang menggabungkan dua hingga lebih aliran sebagai bagian dari produksi wacana keagamaan keislaman mereka secara faktual dan kontemporer. Hibriditas identitas keagamaan generasi millennial dapat dilihat dari perubahan perilaku di media sosial mereka. Generasi millennial cenderung

⁴² *Ibid.* 175

⁴³ Hanry Harlen Tapotubun dan Hilda Rahmah, "RELIGIUSITAS DIGITAL DAN DIMENSI PERLAWANAN MILENIAL DALAM RUANG ONLINE" 15, no. 2 (2021): 20.

⁴⁴ Tapotubun dan Rahmah. 305

membagikan postingan tentang ceramah keagamaan yang sesuai dengan suasana hati mereka bahkan mengintepretasikan maknanya secara pribadi.

Daftar Pustaka

- Ansor, M. *Menjadi Seperti Beragama Lain?: Jilbab Dan Identitas Hibrid Mahasiswi Kristen Aceh*. Penamas, 2016.
- Astuti, H. J. (2017). *ISLAM NUSANTARA: INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*, 2017.
- Boland, C. *Hybrid Identity and Practices to Negotiate Belongisng: Madrid's Muslim Youth of Migrant Origin*. *Comparartive Migration Studies*, 2020.
- Darajat, Z. *Muhammadiyah dan NU: Penjaga Moderatisme Islam di Indonesia*. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2017. <https://doi.org/10.21009/hayula.001.1.05>
- Fajriani, S, W. & Sugandi Y, S. *Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas*. *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2019
- Fitriansyah, F. *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak*. Cakrawala, 2018.
- Evanita, S. *Teori Pengaruh Selektif*. Ilmu Komunikasi, 2009.
- Harry Harlen Tapotubun dan Hilda Rahmah, “RELIGIUSITAS DIGITAL DAN DIMENSI PERLAWANAN MILENIAL DALAM RUANG ONLINE” 15, no. 2 (2021)
- Helland, C. *Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet*. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 2005.
- Iswanto, A. *Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Millennial Indonesia*. *Multikultural & Multireligious*, 2018.
- Nisa, Y. F. *Gen Z: Kegagalan Identitas Keagamaan*. Jakarta: PPIM UIN Jakarta, 2018.
- Puji Astuti, H. J. *Islam Nusantara: Sebuah Argumentasi Beragama dalam Bingkai Kultural*. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2017.
- Qomar, M. *Islam Nusantara*. el Harakah, 2015.
- Rahman, F. *Matinya Sang Da'i: Otonomisasi Pesan-Pesan Keagamaan di_dunia@maya*. Tangerang: LSIP, 2015.
- Rakhmawati, Y. *Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenis Budaya*. Komunikasi, 2016.
- Rustandi, R. (2020). *Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam*. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 2020.

Sari, S. Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. Jurnal Professional FIS UNIVED, 2019.

Sugandi, S. Y. Hijrah Islami Millennial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas. Sosioglobal, 2019.

Usman, F. Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh), 2016.

Werbner, P. Debating Culture Hybridity: Multicultural Identities and The Political anti-racism. London: Zed Book Ltd, 2015.

Zahara. Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di. Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development, 2020.