



Agama, Masyarakat dan Media Masa

Nesia Mu'asyara¹, Ashariyansah Ashariyansah^{2*}, Elvan Triadi³, Risma Wati⁴, Intan Nuraini⁵, Rahmanda Satiroh⁶, M. Agung Pratama⁷, Afrizal Luthfi Abdillah⁸

¹⁻⁸ UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: nesiamuasyara@radenintan.ac.id¹, ashariyansah741@gmail.com^{2*}, bungsua794@gmail.com³, rismasw01@gmail.com⁴, intnnraini231@gmail.com⁵, rahmandasatiroh12@gmail.com⁶, agungbaru779@gmail.com⁷, afrizalluthfi9@gmail.com⁸

Jalan Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung

*Korespondensi penulis: ashariyansah741@gmail.com

Abstract: *In the Digital Age, digital media—especially the internet and social media—has profoundly changed the way people communicate and interact with each other. The development of this technology has provided several benefits, including the creation of virtual communities, easy access to information, and the ability to engage in discussions. In addition, digital technology influences the way people worship and improves interpersonal relationships and communication. Although digital technology offers many advantages in terms of social interaction and access to information, it is important to monitor and ensure that digital technology is used responsibly and in a way that benefits society as a whole. This study uses a descriptive, qualitative research approach with triangulation data collection, the object of this study is social media accounts used by the community. A qualitative descriptive approach is used to analyze and interpret the content of religious media. The author can analyze the text, images, or videos in religious media to understand the messages conveyed, the representation of religion, or the communication patterns that occur. Based on the results of the study, there are advantages and disadvantages in the relationship between human life and technological advances, especially mass media. Although religious messages and public understanding are greatly enhanced by mass media, there are also disadvantages, such as the spread of misleading information. To reduce the negative impact of mass media, it is important to use it responsibly and monitor it.*

Keywords: Religion, Society, Mass Media.

Abstrak: Di Era Digital, media digital khususnya internet dan media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain secara mendalam. Perkembangan teknologi ini telah memberikan beberapa manfaat, termasuk terciptanya komunitas virtual, kemudahan akses informasi, dan kemampuan untuk terlibat dalam diskusi. Selain itu, teknologi digital memengaruhi cara beribadah dan meningkatkan hubungan dan komunikasi antarpribadi. Meskipun teknologi digital menawarkan banyak keuntungan dalam hal interaksi sosial dan akses informasi, penting untuk mengawasi dan memastikan bahwa teknologi digital digunakan secara bertanggung jawab dan dengan cara yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, kualitatif dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek penelitian ini adalah akun media sosial yang digunakan masyarakat. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis dan menafsirkan isi media agama. Penulis dapat menganalisis teks, gambar, atau video yang ada dalam media agama untuk memahami pesan yang disampaikan, representasi agama, atau pola-pola komunikasi yang terjadi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat kelebihan dan kekurangan dalam hubungan antara kehidupan manusia dengan kemajuan teknologi, khususnya media massa. Meskipun pesan-pesan keagamaan dan pemahaman masyarakat sangat ditingkatkan oleh media massa, namun terdapat pula kekurangannya, seperti penyebaran informasi yang menyesatkan. Untuk mengurangi dampak negatif media massa, penting untuk menggunakannya secara bertanggung jawab dan mengawasinya.

Kata Kunci: Agama, Masyarakat, Media Masa.

1. LATAR BELAKANG

Media bukanlah sesuatu yang asing lagi di Era Digitalis ini, namun media juga tetap menjadi bagian sentral dalam suatu komunikasi. Internet dan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi berita. Berita dapat dengan mudah diakses secara online melalui berbagai platform dan sumber. Namun, hal ini juga memunculkan isu keberagaman kualitas informasi dan penyebaran berita palsu. Proliferasi konten media digital memungkinkan siapa pun untuk membuat dan membagikan konten dengan mudah. Hal ini memberikan kesempatan bagi berbagai pendapat dan sudut pandang untuk didengar, namun juga meningkatkan risiko konten yang tidak akurat, merugikan, atau merugikan. Interaksi dan partisipasi era digital memfasilitasi interaksi dan partisipasi masyarakat dalam berbagai isu melalui media sosial, blog, atau platform diskusi online. Individu dapat dengan mudah berkontribusi pada publik dan mempengaruhi opini masyarakat.

Istilah “Agama” semata-mata hanya digunakan dalam bahasa Indonesia dan Melayu, sedangkan dalam forum internasional dari ilmu agama-agama, digunakan istilah *religio* (dalam bahasa Latin) atau *religion* (dari bahasa Inggris). Dalam buku *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya*, Harun Nasution memberikan pengertian agama yang salah satunya ialah mengikatkan diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia. Sehingga dalam pengertian sederhananya, agama merupakan penghambaan manusia terhadap Tuhannya, dimana penghambaan itu mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia tersebut.

Oleh karena itu, ada tiga unsur dalam pengertian agama, ialah manusia, Tuhan dan penghambaan. Maka suatu ajaran dan paham yang mengartikan ketiga unsur pokok pengertian tersebut dapat juga disebut sebagai agama. Definisi media menurut Association for education and communication technology (AECT) ialah segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan Definisi menurut education association (NEA), sebagai benda yang dapat dilihat, dibaca, didengar, atau dimanipulasikan, beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik.

Dari kedua istilah agama dan media yang telah dijelaskan di awal, kedua entitas ini menjadi hal yang menarik untuk dipahami secara baik. Dalam perspektif sosiologis, agama dapat menjadi suatu media integrasi sekaligus juga sebagai media yang dapat menimbulkan disintegrasi ditengah-tengah masyarakat. Karena itu, dalam tulisan ini akan mengkaji bagaimana formulasi agama sebaiknya dipahami sebagai kerangka nilai, sehingga yang terpenting ialah mengimplementasikan nilai-nilai yang dikandung agama itu sendiri, bukan menjadi narasi teks atau simbol-simbol formal yang kaku, akhirnya kehadiran agama mampu membantu manusia dalam pembentukan moral dan psikologis yang baik. Pada sisi lain juga,

kehadiran media pada masyarakat modern, khususnya televisi dan internet yang begitu mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia modern. Fenomena ini menjadikan media sebagai “agama baru” masyarakat modern.

Media massa dan media sosial memiliki pengaruh bagi masyarakat yang tidak bisa dipungkiri hal ini menghantarkan pemikiran McLuhan untuk menyampaikan Teori Determinisme Teknologi yang mulanya menuai banyak kritik dan menebar berbagai tuduhan. Ada yang menuduh bahwa McLuhan telah melebih-lebihkan pengaruh media. Tetapi dengan kemajuan teknologi komunikasi massa, media memang telah maju. Saat ini, suka atau pun tidak media telah ikut campur tangan dalam kehidupan kita secara lebih cepat daripada yang sudah-sudah dan juga memperpendek jarak di antara bangsa-bangsa.

Ungkapan McLuhan tidak dapat lagi dipandang sebagai sebuah ramalan belaka. Sebagai perbandingan perkembangan teknologi media dewasa ini; dibutuhkan hampir 100 tahun untuk berevolusi dari telegraf ke teleks, tetapi hanya dibutuhkan 10 tahun sebelum faks menjadi populer. Enam atau tujuh tahun yang lalu, internet masih merupakan barang baru tetapi sekarang mereka-mereka yang tidak tahu menggunakan internet akan dianggap ketinggalan.

Secara kasat mata kita bisa melihat dalam masyarakat terdapat fakta bahwa teknologi komunikasi terutama televisi, komputer, dan internet telah mengambil alih beberapa fungsi sosial manusia (masyarakat). Setiap saat kita semua menyaksikan realitas baru di masyarakat, dimana realitas itu tidak sekedar sebuah ruang yang merefleksikan kehidupan masyarakat nyata dan peta analog atau simulasi-simulasi dari suatu masyarakat tertentu yang hidup dalam media dan alam pikiran manusia, akan tetapi sebuah ruang di mana manusia bisa hidup di dalamnya. Media massa merupakan salah satu kekuatan yang mempengaruhi umat manusia di abad 21. Media ada di sekeliling kita, media mendominasi kehidupan kita dan bahkan mempengaruhi emosi serta pertimbangan kita.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, kualitatif dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek penelitian ini adalah akun media sosial yang digunakan masyarakat. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis dan menafsirkan isi media agama. Penulis dapat menganalisis teks, gambar, atau video yang ada dalam media agama untuk memahami pesan yang disampaikan, representasi agama, atau pola-pola komunikasi yang terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan yang komprehensif tentang korelasi antara agama, media dan masyarakat di era digitalisasi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif research, artikel ini menganalisis peran media dalam mempengaruhi agama seseorang

atau sekelompok orang (masyarakat) melalui media digital. Pengaruh media sosial terhadap identitas keagamaan, dan dampak media digital terhadap interaksi antarumat beragama. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika hubungan antara media agama dan masyarakat di era digitalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Agama terhadap Masyarakat

Agama seringkali menjadi pedoman moral dan etika dalam kehidupan sosial. Dalam berbagai konteks, agama memberikan arahan bagi individu dan kelompok dalam memahami peran mereka di masyarakat. Misalnya, dalam Islam, ajaran tentang solidaritas sosial dan keadilan ekonomi memberikan dampak yang signifikan terhadap struktur sosial di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Hal ini terlihat dalam pembentukan berbagai organisasi sosial dan politik yang berlandaskan pada ajaran agama.

Penelitian yang dilakukan oleh [Abdullah, 2019] menemukan bahwa masyarakat yang kuat dalam menjalankan ajaran agama cenderung memiliki tingkat solidaritas sosial yang lebih tinggi dan lebih peduli terhadap kesejahteraan sesama.

Media Massa sebagai Saluran Penyebaran Agama

Media massa, baik itu televisi, radio, maupun internet, berperan penting dalam menyebarkan ajaran agama. Misalnya, program-program dakwah di televisi dan media sosial telah menjadi saluran penting dalam menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Studi yang dilakukan oleh [Sulaiman, 2020] menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam memperkenalkan dan mengembangkan diskursus keagamaan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Namun, media massa juga dapat memanipulasi pesan agama, menjadikannya lebih komodifikasi, dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap agama. Sebagai contoh, pemanfaatan media sosial untuk kepentingan politik atau ekonomi terkadang menggunakan simbol agama untuk mempengaruhi opini publik.

Media Massa dan Perubahan Sosial dalam Masyarakat

Perkembangan media massa, terutama media digital, juga membawa perubahan besar dalam struktur sosial. Masyarakat yang dulu terhubung melalui interaksi fisik kini semakin terhubung secara virtual. Fenomena ini mempengaruhi cara agama diterima dan dipraktikkan oleh individu. Misalnya, munculnya berbagai kelompok keagamaan virtual di media sosial memungkinkan individu untuk belajar tentang agama tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Menurut [Sukmana, 2021], peran media massa dalam membawa perubahan sosial ini sangat signifikan, terutama dalam menciptakan ruang bagi pluralisme agama. Masyarakat kini lebih mudah mengakses berbagai pandangan agama dari seluruh dunia, yang dapat memperkaya wawasan mereka, tetapi juga berisiko menyebabkan polarisasi.

Hubungan antara Agama dan Media Massa

Secara umum, agama dan media massa memiliki hubungan yang simbiotik. Agama membutuhkan media untuk menyebarkan pesan-pesan moral dan spiritualnya, sementara media massa membutuhkan agama untuk menarik perhatian audiens dan memberikan nilai moral pada program yang disajikan. Namun, ketika media massa lebih fokus pada aspek komersial dan hiburan, pesan agama dapat terdistorsi, mengarah pada pemahaman yang lebih superficial atau bahkan manipulatif.

Sebagai contoh, program-program dakwah yang dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman agama sering kali disajikan dalam bentuk hiburan yang lebih mengutamakan rating dan popularitas daripada kedalaman isi ajaran. Hal ini dapat mengurangi efektivitas media dalam menyampaikan pesan agama yang sesungguhnya.

Media Massa sebagai Agen Perubahan Sosial

Di sisi lain, media massa berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang signifikan. Perubahan dalam cara agama dipahami dan diterima oleh masyarakat tidak terlepas dari peran media. Dalam konteks ini, media massa dapat memperkuat norma sosial yang sudah ada, tetapi juga dapat menjadi kekuatan yang memicu perubahan, termasuk perubahan dalam pemahaman agama.

Media massa memungkinkan masyarakat untuk lebih terbuka terhadap gagasan baru, termasuk dalam hal pandangan agama. Namun, kemudahan akses informasi ini juga dapat menimbulkan tantangan, seperti berkembangnya pemahaman yang ekstrim atau radikal, yang dapat mengancam keharmonisan sosial. Oleh karena itu, perlu adanya filter atau literasi media yang lebih baik untuk mengatasi dampak negatif dari media massa terhadap pemahaman agama.

Tantangan dalam Masyarakat Multikultural

Masyarakat multikultural yang memiliki keragaman agama dan budaya seringkali menghadapi tantangan dalam mempertahankan keharmonisan sosial. Media massa dapat berperan dalam membangun toleransi atau justru memperburuk polarisasi, tergantung pada bagaimana pesan-pesan agama disampaikan.

Dalam masyarakat yang majemuk, seperti Indonesia, peran media dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya toleransi beragama sangatlah vital. Media dapat mengedukasi publik untuk memahami bahwa meskipun terdapat perbedaan agama, nilai-nilai kemanusiaan yang universal tetap harus dijunjung tinggi.

Agama, masyarakat, dan media massa merupakan tiga komponen yang saling terkait dalam kehidupan sosial. Agama memengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat, sementara media massa memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Namun, media juga dapat memanipulasi pesan agama sesuai dengan kepentingan komersial atau politik, yang dapat berpotensi mengubah cara pandang masyarakat terhadap agama.

Media massa juga berperan sebagai agen perubahan sosial, yang dapat membawa dampak positif maupun negatif terhadap struktur sosial dan pemahaman agama. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat agar dapat memahami pesan agama secara lebih mendalam dan kritis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Agama seringkali menjadi pedoman moral dan etika dalam kehidupan sosial. Dalam berbagai konteks, agama memberikan arahan bagi individu dan kelompok dalam memahami peran mereka di masyarakat. Media massa, baik itu televisi, radio, maupun internet, berperan penting dalam menyebarkan ajaran agama. Peran media massa dalam membawa perubahan sosial ini sangat signifikan, terutama dalam menciptakan ruang bagi pluralisme agama. Secara umum, agama dan media massa memiliki hubungan yang simbiotik. Agama membutuhkan media untuk menyebarkan pesan-pesan moral dan spiritualnya, sementara media massa membutuhkan agama untuk menarik perhatian audiens dan memberikan nilai moral pada program yang disajikan. Di sisi lain, media massa berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang signifikan.

Perubahan dalam cara agama dipahami dan diterima oleh masyarakat tidak terlepas dari peran media. Media massa dapat berperan dalam membangun toleransi atau justru memperburuk polarisasi, tergantung pada bagaimana pesan-pesan agama disampaikan. Media massa juga berperan sebagai agen perubahan sosial, yang dapat membawa dampak positif maupun negatif terhadap struktur sosial dan pemahaman agama. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat agar dapat memahami pesan agama secara lebih mendalam dan kritis. Saran-saran di atas bertujuan untuk memberikan panduan praktis agar media massa dapat menjadi alat pemersatu, bukan pemecah, dalam hubungan agama dan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Adelia Mahrani, dkk,(2024). Peran Agama Dalam Membentuk Perilaku Sosial Masyarakat. *Jurnal Media Akademik: Volume 2, No. 1.*
- AgusSetiaman, SlametMulyana, (2024). Masyarakat Media Dan Media Masyarakat, *JurnalKajianBudayadanHumaniora – ISSN 2656-7156. Vol. 6, No. 1, hlm. 12-17.*
- Benny Munardi, (2021). Efek Media Massa Terhadap Agama danKehidupanSosialBudayaDalamPembentukan MoralDan KepribadianMasyarakat, *Waraqat: JurnalIlmu-IlmuKeislaman, Volume VI, No. 2.*
- DwiWahyuni, (2017). Agama Sebagai Media Dan Media Sebagai Agama, *JIA/Th.18/Nomor 2, ISSN: 2443-0919.*
- MohamadAli Hisyam, (2009). Harmonilintas Agama Di Media Massa, *Millah Vol. IX, No. 1.*
- Nanik Mujiati, Moh. Yunus(2020). Religiusitas Media Massa Dalam PerspektifTeoantroposentris Islam, *Jurnal Al-Ijtimaiyyah: ISSN 2654-5217 (p); 2461-0755 (e)Vol. 6, No. 2, hlm. 65-88.*
- PutriAndriyana, Bob Andrian, (2024). Agama, Media, Dan Masyarakat Di Era Digital.*Borneo: Journal of Islamic Studies, Vol. 4 No. 2, hlm. 85-95.*
- Susilawati, (2015). Agama Dan Media Massa:StudiKomparatifPemberitaan Charlie Hebdo Di SkhKompas Dan Republika.

Buku Teks

Muchammad Nasucha,*Studi Media Dan Agama*,Media Komunikasi

Sumber dari internet dengan nama penulis

<https://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/washatiya/article/view/5090> diakses tanggal 15Desember 2024.

Lina Amiliya (2022). Agama Dan Media Massa (Analisis Framing Kasus Penistaan Agama Sule Pada Kompas.Com)

Sumber dari internet tanpa nama penulis

Informatics UII. (2024). <https://informatics.uii.ac.id/2024/07/19/peran-media-massadalam-membentuk-pandangan-masyarakat-terhadap-islam/>, diakses tanggal 16 Desember 2024.