

Smartphonisasi Agama: Transformasi Perilaku Beragama Perempuan Urban di Era Digital

Mite Setiansah

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

ABSTRAK

Sebelum teknologi digital, termasuk *smartphone* menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, aktivitas beragama lebih merupakan bagian dari urusan privat daripada publik. Hampir semua agama mengajarkan bahwa ritual keagamaan baik yang dilakukan secara vertikal antara manusia dengan Tuhannya maupun secara horisontal antara manusia dengan manusia hendaknya dilakukan semata-mata untuk mendapatkan pahala dari Tuhan. Pamer keshalehan menjadi semacam tabu untuk dilakukan. Namun kini, *smartphone* telah melahirkan kultur baru dimana perilaku beragama tidak lagi merupakan urusan pribadi manusia dengan Tuhannya, namun juga menjadi bagian dari aktivitas yang biasa dipajang di ruang *display* media, khususnya *smartphone*. Praktek beragama kemudian mengalami smartphonisasi ketika karakteristik dan logika *smartphone* kemudian telah turut membentuk praktek beragama di era digital ini. Menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian ini mencoba mengungkapkan bagaimana transformasi perilaku beragama di kalangan perempuan urban.

Kata Kunci: Agama, Smartphone, Perilaku, Perempuan

Pendahuluan

Possamai (2005: 35) menyebutkan bahwa, "*what is meant by religions today is no longer what it once was.*" Agama saat ini berbeda dengan agama yang kita pahami sebelumnya. Pendapat tersebut setidaknya menjelaskan bahwa telah terjadi transformasi di dalam praktek beragama saat ini. Agama tidak lagi dipahami seperti dahulu. Dalam ajaran tradisional, ritual keagamaan adalah sesuatu yang tidak layak untuk dipertanyakan, untuk dibantah, untuk dijalankan di luar pakem, ataupun untuk dijadikan sebagai konsumsi publik. Agama adalah bagian dari privasi yang tidak layak untuk diungkit ataupun diperbincangkan di ruang publik.

Namun demikian, seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan digital dengan kulturnya yang khas, praktek beragama pun mengalami transformasi. Praktek beragama menjadi sangat lentur

dan bisa disesuaikan dengan karakter setiap media, termasuk *smartphone*. Untuk mendapatkan informasi agama dan melakukan ritual agama, orang tidak perlu lagi datang ke mesjid atau gereja, tidak perlu lagi membuka kitab-kitab suci yang tebal, atau mendengarkan ceramah yang panjang. Melalui *smartphone* orang bisa lebih mudah terkoneksi dengan internet dan dapat mencari informasi tentang agama apapun dengan leluasa. Melalui *smartphone* orang bisa menyebarkan ajaran agama, maupun menerima informasi keagamaan. Melalui *smartphone* mereka bisa merepresentasikan identitas religiusnya masing-masing. Bahkan, di *smartphone*, mereka bisa melakukan ritual keagamaannya secara langsung. Terkait dengan perilaku beragama yang demikian itu, Possamai (2005: 47) menjelaskan bahwa, "*Religion in our postmodern times – whether we like or not – is definitely part of consumer culture.*" Ditambahkannya

pula bahwa, “*in a consumer society that hold people together, not as a citizens but as consumers, the majority of people are more interested in a religious quick fix than follow a long journey of spiritual pain/ gain*” (Possamai, 2005: 41). Dengan kata lain, dalam masyarakat konsumen, untuk beragama pun orang lebih mengedepankan unsur kepraktisan dan serba instant.

Praktek beragama melalui *smartphone* ini tidak dapat dilepaskan dari kehadiran internet dan media digital yang kehadirannya telah menimbulkan banyak perdebatan terkait dengan implikasinya terhadap agama. Berbagai ulasan tentang media baru dan agama setidaknya dapat ditemukan dalam *Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in Networked Society* (Campbell, 2011); *Religion on The Internet: Community and Virtual Existence* (Foltz dan Foltz, 2003); *The Mediatization of Religion, A Theory of the Media as an Agent of Religious Change* (Hjarvard, 2006) dan lain-lain. Ragam tema kajian tersebut berkisar pada implikasi kehadiran internet terhadap institusi agama maupun perilaku beragama individu. Hasil review terhadap sejumlah riset tentang agama dan internet/ on line setidaknya memberikan gambaran bahwa kehadiran internet telah membawa transformasi ke dalam kehidupan beragama, mulai dari konstruksi identitas religius, pola penyebaran informasi keagamaan, hingga keterkaitan antara praktek beragama di dunia *online* dengan *offline*-nya. O’Leary (dalam Hackett, 2006: 67) mengatakan bahwa, “*the advent of the internet has been as revolutionary for religious growth and dissemination as was the invention of the printing press.*”

Kehadiran *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini, telah membuat akses masyarakat terhadap internet menjadi semakin mudah. Orang semakin mudah mengakses apapun dari internet termasuk bisa mengunggah apapun ke internet melalui *smartphone*. Ritual beragama yang sebelumnya lebih bersifat pribadi dan transenden pun kini mengalami perubahan signifikan. Perilaku beragama

kini tidak ubahnya seperti *smartphone* itu sendiri, menjadi bagian dari gaya hidup. Fenomena demikian, kemudian mendorong peneliti untuk menelusuri lebih jauh bagaimana kehadiran *smartphone* membawa proses transformasi di dalam perilaku beragama perempuan urban. Perempuan urban dipilih dengan pertimbangan bahwa mereka merupakan pangsa pasar dan kelompok pengguna *smartphone* yang cukup besar. Secara kultural, posisi perempuan yang kerap kali berada dalam situasi yang subordinat juga menjadi pertimbangan tersendiri di dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode etnografi, baik secara *online* (*virtual ethnography*) maupun *offline*. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara kepada 5 (lima) orang informan, yang merupakan perempuan urban dengan variasi status pernikahan, pekerjaan, dan agama. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data interaktif dimana proses analisis berjalan secara siklus sejak pengambilan data hingga penarikan simpulan.

Pembahasan

Ketika *Smartphone* Mentransformasi Logika Agama

T adalah seorang suster medior di Purwokerto, artinya dia telah menjalani kehidupan sebagai biarawati sekitar dua puluh lima tahun. Sebagai seorang suster yang hidup di biara, T memaparkan bahwa kehidupan sehari-harinya sudah sangat teratur. Jam berapa harus do’a, jam berapa harus memberikan pelayanan, jam berapa boleh menonton televisi dan sebagainya. Ia juga terikat oleh kultur biara dengan segala kelengkapannya, sehingga ketika ada yang berbeda, maka hal tersebut dengan segera akan menjadi

sorotan. Begitu juga ketika teknologi *smartphone* masuk ke dalam kehidupan mereka yang sudah terpolakan sedemikian rupa itu. Prasyarat akan gaya hidup konsumtif dan perilaku yang melanggar etika langsung mengemuka. Resistensi terhadap teknologi *smartphone* terutama datang dari para suster senior. Namun daya penetrasi *smartphone* ternyata sangat kuat hingga kemudian *smartphone* kini telah menjadi bagian dari keseharian para suster terutama di level medior dan junior.

Kami di sini kan tidak seperti yang lain, di sini kami memiliki batasan-batasan tertentu. Tidak banyak suster yang bisa memiliki fasilitas seperti *smartphone*. Seperti saya, saya memakai *smartphone* ini karena pemberian dari umat yang pernah saya layani. Ini juga saya gunakan setelah saya mendapat ijin dari pimpinan komunitas. Karena memang *handphone* saya yang lama sudah rusak saya dibolehkan memakainya. Kalau membeli sendiri tidak mungkin. Tapi sekarang banyak suster junior yang juga menggunakan *smartphone*, biasanya diberikan oleh keluarganya sebagai hadiah ketika mereka menyelesaikan pendidikan suaminya. (Sr. T, 3 Januari 2015)

T memaparkan bahwa pada awal *smartphone* memasuki kehidupan biara, banyak prasyarat dan kecurigaan yang ditujukan kepada penggunanya.

Kita itu kan biasanya cuma buka HP kalo di kamar..kalo di rumah di luar kamar kita gak buka HP kecuali memang jam istirahat..atau malam udah selesai acara..selesai doa penutup ada juga yang bawa HP keluar...tapi ada juga suster yang udah lekat banget dengan HPnya sampe ke kapel juga dibawa..kalo ditanya ngapain kamu bawa HP...ini kan ada doa di sini...di situlah kita baru tahu ternyata bisa *download* doa-doa. Ketika di *sharing* kita semua jadi

tahu, jadi gak mempersoalkan lagi. Saya juga ikut *download*..karena doa jadi lebih praktis. Kita tidak perlu lagi bawa buku-buku tebal, semua tinggal *download* saja 1x selanjutnya bisa dipake terus. (Sr. T, 3 Januari 2015)

Hingga tataran ini, salah satu aspek penting yang menjadi pertimbangan mengapa praktek beragama di *smartphone* banyak dilakukan orang adalah alasan kepraktisan. Praktis identik dengan mudah dan cepat. Berbeda dengan praktik beragama konvensional yang membutuhkan waktu lebih lama, ritual yang lebih panjang, dan tidak selalu sesuai dengan minat ataupun kebutuhan spiritual pengikutnya, melalui *smartphone* seseorang bisa memilih sendiri topik apa yang dicari, bisa mengendalikan waktu kapan dia ingin "menghadiri" sebuah kajian atau ibadah dan bahkan bisa menyesuaikan praktek ritual keagamaannya. Jika seorang suster saja bisa beralih media, dari membaca buku doa yang tebal menjadi hanya mengklik satu ikon buku doa di *smartphone* maka tidak menjadi sesuatu yang aneh jika pengguna *smartphone* lainpun banyak yang melakukan praktek beragama serupa. Seperti yang dikatakan oleh E berikut yang merupakan seorang dosen sebagai berikut

Saya tipe orang yang disuruh duduk manis sehari-hari ngaji saya bisa tapi ada kalanya dalam 1 tahun saya tidak menyentuh al quran juga pernah...sekarang saya hanya menyimpan al quran pdf. di *galnot* saya, yang bisa saya baca sewaktu-waktu, misalnya di perjalanan. Biasanya kalo baca buku di kendaraan saya suka pusing, tapi dibawa baca al quran Alhamdulillah *gak* pusing. (E, 3 Januari 2015)

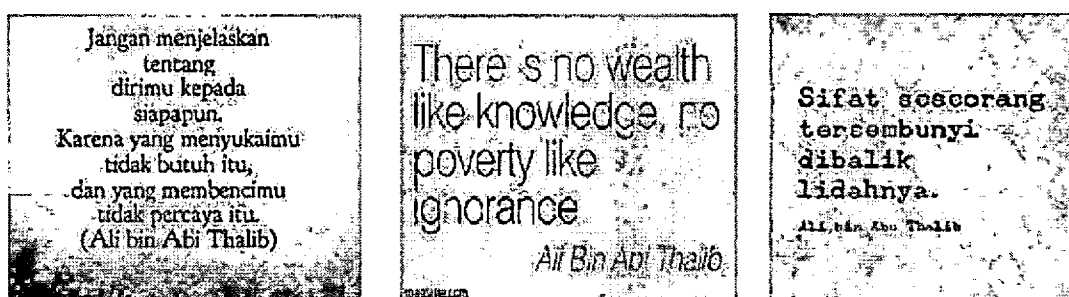
Keputusan Suster T ataupun E, untuk turut mengadopsi praktek beragama melalui *smartphone* menunjukkan bahwa praktek mediatisasi agama telah menemukan salah satu perwujudannya. Dikatakan oleh Stig

Hjarvard (2006: 1) bahwa, "Mediatization: religion is increasingly being subsumed to the logic of the media, both in terms of institutional regulation, symbolic content and individual practices. Mediatisasi agama terjadi ketika agama kemudian dijalankan dengan menggunakan logika media. Praktis, singkat, menarik, sesuai selera dan sebagainya kemudian menjadi logika baru praktek beragama. Ketika agama sudah dijalankan dengan logika media, mediatisasi agama kemudian dapat dikenali dari karakteristik lembaga, produk keagamaan maupun ritual keagamaan yang diasumsikan akan memiliki karakter yang tidak jauh berbeda dengan komoditas media lainnya. Logika media yang kerap bekerja menggunakan logika waktu pendek, yang serba cepat, serba singkat telah memunculkan ritual beragama dengan logika yang kurang lebih sama.

Mediatisasi agama sangat jelas terlihat dalam media massa *mainstream* seperti televisi dan internet. Bagaimana televisi membuat beragam program yang dilabeli sebagai program religi, dari mulai sinetron religi, ceramah keagamaan hingga pemilihan da'i atau ustadz yang semua dikemas dengan logika media. Harus menarik, menghibur, memiliki daya jual, dan tentu saja cepat dan praktis. Jauh berbeda dengan proses konvensional yang harus ditempuh seseorang untuk bisa berada dalam status yang sama. Mediatisasi telah menimbulkan pemaknaan akan agama yang dangkal, hanya ada di permukaan. Itulah agama yang *banal*.

Pada faktanya, tidak hanya media massa yang melakukan komodifikasi atas agama, bahkan tidak jarang lembaga agama sendiri juga memproduksi beragam artefak berlabelkan agama yang dapat dimiliki oleh umatnya. "All religious groups produce commodities, or put positive values in some commodities, that can be bought by religious consumer" (Possamai, 2005: 47). Makanan dan minuman yang diidentikkan dengan agama tertentu, pakaian, hingga pesan semacam SMS Tauhid pada masa *handphone* atau *mobile phone booming* merupakan beberapa contoh komoditas yang diproduksi oleh institusi agama tertentu.

Dalam konteks *smartphone*, mediatisasi agama juga banyak tampak pada teks-teks yang diklaim sebagai simbol religius. Menampilkan kutipan ayat suci atau hadist di *display picture* (DP) atau mengupload foto aktivitas keagamaan di *instagram*, atau menuliskan kutipan ayat suci di status, dan lain sebagainya, seolah sudah memenuhi syarat untuk dikatakan melakukan syiar atau dakwah sebagaimana yang dikatakan oleh beberapa informan. Memasang DP berisi sebuah kalimat yang di sana tercantum nama Ali bin Abu Tholib misalnya, seolah-olah sudah membuat pemasang DP yakin dengan kebenarannya. Tanpa menelusuri lebih jauh apakah tulisan itu benar berasal dari Ali bin Abu Tholib, paman sekaligus sahabat nabi, atau sesungguhnya tulisan itu dibuat oleh seseorang yang tidak diketahui identitasnya.



Gb. 1 Beberapa kutipan kata-kata Ali Bin Abi Thalib yang kerap muncul di *display picture smartphone* maupun media sosial

Hal yang sama terjadi ketika pengguna *smartphone* menyebarkan pesan siaran (*broadcast*) berisi uraian panjang lebar tentang halal haram sesuatu, atau tentang peristiwa atau hari-hari besar dalam kalender Islam, namun jelas sekali pengirim pesan itu sendiri tidak memahami pesan yang dia kirimkan. Sebagai contoh, seseorang mengirim *broadcast* memberitahukan tentang akan jatuhnya *nisfu sya'ban* dan menganjurkan untuk saling meminta maaf. Sering terjadi adalah *broadcast* itu dikirimkan bukan pada bulan Sya'ban. Bahkan pengirim pesan tidak mengerti sama sekali tentang hukum *nisfu sya'ban* di dalam Islam. Namun sekali lagi logika waktu pendek media telah membuat mereka sekedar mengirim *broadcast* dan tidak lagi melakukan *recheck* atas informasi yang mereka terima dan sebar. Pada titik ini, praktek beragama melalui *smartphone* dapat dikatakan telah menjelma menjadi sebuah simulakrum. Agama dipahami hanya berdasarkan *copy* atas *copy* tanpa diketahui realitas sesungguhnya seperti apa. Salah seorang informan, S, seorang istri shalaffy, mengatakan bahwa pernah dalam sehari ia menerima sekitar enampuluh *broadcast* dari 1800-an kontak yang ada di *smartphonenya*. Banyak di antaranya merupakan *broadcast* yang berisi informasi "keagamaan" hanya saja menurutnya tidak semua *broadcast* itu benar. Oleh karena itu, ketika dia melihat ketidakbenaran itu kemudian menjadi tersebar massif karena fasilitas *smartphone*, dia kemudian juga akan menggunakan *smartphonenya* untuk meng-*counter broadcast* yang menurutnya salah tersebut.

Mencermati fenomena mediatisasi agama tersebut, maka konsep tentang budaya populer kemudian dapat pula dimunculkan. Agama dan budaya populer kini telah menjadi dua hal yang saling bertalitemali dengan erat. Mudah ditemukan tokoh-tokoh agama yang mengekspresikan dirinya dalam karakteristik budaya populer, seperti ustad-ustad muda yang kerap muncul di televisi dan kemudian dijuluki sebagai ustad gaul. Demikian pula komodifikasi

agama telah banyak mewujud dalam beragam bentuk artefak media massa populer seperti lagu, sinetron, buku dan sebagainya. Artefak itu kemudian banyak menarik perhatian ummat karena dianggap lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat dan mampu menjawab permasalahan keagamaan secara lebih sederhana dibandingkan dengan ajaran agama atau kitab agama konvensional. Possamai (2005: 20) menjelaskan hal tersebut sebagai berikut, "*some people appear to practice religion/ spirituality by creatively reusing the artefacts of contemporary mass-mediated culture – e.g. images, stories, and songs from cable and broadcast television, radio, Zines – rather than following the meaning offered by religious institutions.*"

Ketika diterapkan dalam praktek beragama melalui *smartphone*, artefak keagamaan tersebut dengan mudah pula ditemukan, khususnya dalam bentuk beragam *display picture* yang memuat tulisan maupun simbol-simbol keagamaan. Tulisan-tulisan tentang do'a syukur, do'a mohon dimudahkan segala urusan, do'a mohon perlindungan, do'a untuk orang tua, do'a mohon rejeki dan keselamatan menjadi tulisan atau kata-kata favorit untuk dimuat di *display picture* pengguna *smartphone*.

Ketika ditelisik lebih jauh, penggunaan beragam artefak religi di *smartphone* ternyata dilakukan dengan beragam alasan pula. Mulai dari tujuan syiar/ dakwah, pencitraan, hingga sekedar ungkapan perasaan karena apa yang tercantum dalam status atau tulisan di *display picture* tersebut dirasakan memiliki kesejajaran dengan permasalahan atau peristiwa yang mereka hadapi.

Praktek Beragama di *Smartphone*, dari Pencitraan Hingga Pembentukan Habitus

Praktis, cepat, biaya murah, hasil maksimal adalah beberapa logika yang mendasari praktek penggunaan *smartphone*. Segera setelah *smartphone booming*, tiba-tiba banyak orang yang

menjadi tampak lebih religius dari sebelumnya. Untuk menjadi sosok orang yang religius orang tidak perlu lagi mengeluarkan tenaga ekstra, waktu, dan juga biaya yang banyak untuk membeli buku-buku keagamaan, membacanya hingga tuntas, dan kemudian mendiskusikan dan menyebarkan dalam forum-forum pengajian. Mereka juga tidak perlu biaya ekstra untuk membeli baju dan berdandan rapi, untuk kemudian datang ke gereja mendengar khotbah yang materinya ditentukan oleh pendetanya. Mereka juga tidak perlu menjadi ustad atau pendeta untuk bisa menyampaikan ajaran agamanya masing. Cukup sering-sering *browsing*, upload foto ketika sedang umrah/ haji di *instagram*, sering memasang *display* atau *profile picture* religius, menuliskan kutipan ayat-ayat kitab suci, atau menyebarkan *broadcast* religius, mengabarkan bahwa kita baru menghadiri pengajian, menulis status sesuai sholat *tahajjud* dan sholat *dhuha*, maka citra religius pun bisa diperoleh.

Praktek menampilkan identitas religius semacam itu setidaknya diakui S sebagai hal yang biasa ia lakukan. S yang merupakan seorang penjual *online*, tidak hanya menampilkan foto diri dengan jilbabnya yang panjang namun juga kerap menampilkan kutipan ayat suci al Qur'an ataupun hadist sebagai status di *smartphonenya*. S mengaku bahwa dengan praktek seperti itu di *smartphone*, ia kemudian sering dijuluki sebagai ustadzah dan motivator oleh teman-temannya, dan dia bangga dengan identitas tersebut. Baginya pengakuan religius terhadap dirinya menjadi penting untuk pencitraan dirinya sebagai penjual *online* yang kerap bertransaksi hanya berdasarkan kepercayaan. Identitas religius diyakininya akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap dirinya.

Praktek konstruksi identitas religius yang dilakukan S setidaknya sejalan dengan pendapat Gee (dalam Moulin, 2013: 4) bahwa, "*Identity can be defined as 'what kind of person' someone is recognised as, or presents themselves as, in a given circumstance.*" 'Orang seperti apa' dapat terjawab melalui pengakuan orang lain terhadap seseorang

atau presentasi diri orang tersebut. S ingin orang lain mengenalnya sebagai sosok religius, maka dia pun melakukan praktek keagamaan di *smartphone*, yang dalam hal ini menjadi media bagi S untuk merepresentasikan dirinya. "*Religious identity refers to the identification of an individual with a religious tradition*" (Moulin, 2013:4). Pada tataran ini, kultur virtual di *smartphone* telah memberikan peluang bagi penggunanya untuk mengelola identitas diri sesuai dengan keinginannya.

Terlepas dari adanya kepentingan lain, seperti pencitraan dan konstruksi identitas, peluang menjalankan praktek beragama di *smartphone* tetap dapat dimaknai sebagai sebuah alternatif dari praktek beragama *mainstream* selama ini. Diakui atau tidak, disadari atau tidak, banyak praktek beragama konvensional yang tidak menyediakan pilihan bagi umatnya selain sekedar mengikuti dan menerimanya sebagai sebuah kebenaran esensial yang tidak layak untuk dipertanyakan ulang. Akibat yang terjadi, tidak jarang praktek keagamaan dilakukan sebagai sebuah keterpaksaan dan semakin sulit dilakukan di tengah kesibukan yang semakin mengikat. Maka tidak heran jika dari hari ke hari semakin banyak rumah ibadah yang sepi dari jemaahnya, semakin banyak kitab suci yang terselip berdebu di rak buku. Dalam kondisi masyarakat yang demikian, *smartphone* kemudian menjadi semacam media alternatif untuk melakukan praktek beragama dengan lebih mudah.

Smartphone memberikan akses yang sangat luas menuju informasi agama yang tidak terbatas. M yang seorang pendeta mengakui bahwa kini dia hampir tidak pernah lagi membawa kertas atau buku ketika sedang mempersiapkan atau menyampaikan khotbah. Sepanjang gadgetnya ada bersamanya, M merasa tenang. M mengatakan bahwa semua materi khotbah, sudah tersedia di gadgetnya tersebut. S, E, M, dan T menggunakan *smartphone* mereka untuk mencari informasi keagamaan sesuai kebutuhan mereka. Informasi bisa diperoleh melalui *searching* ke situs-situs agama, maupun dengan bergabung dalam grup-grup tertentu, seperti yang dilakukan

E. E menggunakan *smartphone*-nya untuk bergabung dengan grup ESQ. Di grup itu ia bisa mendapatkan postingan atau kutipan keagamaan yang menurutnya penting dan menginspirasi bagi dirinya.

Di samping sebagai instrument pendukung kegiatan beragama, *smartphone* juga menjadi lokus dari ritual keagamaan itu sendiri (*on smartphone religion*). Bahkan beragama melalui media *smartphone* kini menjadi gaya hidup baru di kalangan para pengguna *smartphone*. Menyimpan aplikasi kitab suci di *smartphone* android atau tablet kini sudah lazim dilakukan termasuk oleh para informan. Mereka meyakini bahwa dengan menyimpan aplikasi tersebut mereka bisa membaca kitab itu sewaktu-waktu, kapan saja dan dimana saja seperti yang diungkapkan Sr. T berikut, "sekarang untuk berdoa kita tidak perlu lagi membuka buku-buku brever yang tebal, semua sudah ada di *smartphone*."

Bukan hanya aplikasi kitab suci yang dipasang di *smartphone*. Banyak perempuan yang juga bergabung dalam grup-grup pengajian atau kajian virtual.

Baca quran di aplikasi quran android, pasang aplikasi radio kajian, ikut grup-grup kajian tertentu juga, jadi dapat materi-materi yang aktual. Yaa kegiatan keagamaan lebih enak yang konvensional laah, kalau kajian bisa dengar langsung, bisa tanya jawab langsung tapi kajian di *smartphone* jadi bisa melengkapi saat *gak* bisa melakukan secara langsung misal lagi dalam perjalanan, tetep bermanfaat banget, bisa tanya jawab juga dengan ustad meskipun lewat BBM. (R, 9 Desember 2014)

Hingga tataran ini, tampak bahwa *smartphone* telah menjelma menjadi media pembentuk habitus beragama dalam kehidupan sehari-hari penggunaannya. S bahkan ikut bergabung dengan grup Odoj (*One day one juz*) untuk memastikan bahwa dirinya akan membaca al quran setiap hari. ODOJ

adalah komunitas virtual yang mengkoordinir dan mengkondisikan anggotanya sedemikian rupa sehingga mereka akan secara konsisten membaca 1 juz al Quran setiap hari. Komunitas itu tersebut dikelola oleh admin yang membagi anggota ke dalam grup-grup yang masing-masing terdiri dari 30 orang. Admin akan membentuk grup yang diberi nomor identitas/ nomor urut grup. Setiap hari tiap anggota diwajibkan selesai (*kholas*) membaca al qur'an minimal 1 juz dan melaporkannya kepada admin. Bila berhalangan akan dilelang kepada anggota lainnya atau dapat diganti dengan membaca terjemahan atau mendengarkan *murrotal* sesuai dengan juz yang ditugaskan. Dengan demikian, diharapkan setiap hari grup itu akan *khatam* membaca al qur'an.

Pembiasaan membaca al Qur'an yang coba dibangun melalui grup ODOJ terkadang juga mendorong anggotanya ke arah konstruksi identitas religius sebagaimana yang diuraikan di awal subbab ini. Banyak anggota ODOJ yang mencantumkan identitas grup ODOJ mereka di profil *smartphone* atau media sosial mereka. Mereka akan menuliskan nama diikuti nomor urut ODOJnya. Dengan demikian, siapapun yang melihat akan mengetahui bahwa mereka adalah anggota ODOJ, yaitu orang yang membaca 1 juz al Qur'an setiap hari. Meski demikian tidak semua anggota ODOJ mempublikasikan identitas ODOJ nya, S adalah salah satunya. Ia menjelaskan alasannya sebagai berikut:

Orang-orang *shalaffy* banyak yang *gak* setuju odoj, baca quran kenapa kudu lapor-laporan segala, semua anggota jadi tahu *kalo* baca quran, kesannya *riya*... tapi buat aku *kalo* *gak* gitu kapan mau konsisten baca quran..jadi ada yang ngingetin *kalo* lagi males. (S, 6 Oktober 2014)

Mengatakan bahwa tidak semua praktek religius harus diketahui orang lain, tidak hanya disampaikan S tapi juga E sebagai berikut:

Saya pasang aplikasi waktu sholat di *smartphone*, tapi tidak diberi penanda adzan..karena saya juga tidak ingin orang lain tahu atau terganggu bahwa saya menggunakan aplikasi itu..cukup saya aja yang tahu bahwa ketika bunyi “ting” oh itu udah masuk waktu sholat...[saat wawancara ada bunyi ting pada saat waktu dhuhur]..waktu sholat untuk pengetahuan pribadi saya aja...konteksnya toleransi juga...saya gak mau orang lain terganggu ketika dalam suatu acara atau pembicaraan tiba-tiba terdengar bunyi adzan dari SP saya..menurut saya itu *global manner* ya...Islam itu harus luwes, ramah...(E, 3 Januari 2015)

Tidak hanya Odoj komunitas beribadah virtual yang dibentuk melalui *smartphone*. Adapula komunitas Kutub, yaitu komunitas sholat tahajud dan dhuha bersama. Hampir sama seperti Odoj, komunitas ini akan membentuk kelompok dimana setiap anggota akan diberikan pengingat (*reminder*) ketika waktu sholat tahajud dan dhuha tiba. Anggota komunitas juga harus memberikan laporan setiap mereka selesai melaksanakan kedua sholat sunnah tersebut. Sebagaimana Odoj, komunitas sholat *tahajjud* dan *dhuha* ini pun mengandung kontroversi. Tidak semua kaum muslim sepakat dengan praktek beragama seperti ini, karena rentan sekali dengan keterpaksaan dan perilaku *riya* (pamer).

Identitas Virtual, Ketika Panggung Depan dan Panggung Belakang Menyatu

Tampak jelas bahwa, seperti halnya dengan praktek penggunaan *smartphone* lainnya, beragama melalui *smartphone* pun tidak lepas dari ambivalensi. Kehadiran *smartphone* di satu sisi telah memudahkan para penggunanya untuk menjalankan ritual

keagamaan mereka. Di sisi lain tidak sedikit aplikasi keagamaan berhenti hanya pada tataran simbol belaka. Memiliki aplikasi kitab suci di *smartphone* tidak lantas membuat para penggunanya membaca kitab suci tersebut setiap saat ketika mereka memiliki waktu luang. Membuka media sosial tetap lebih sering dilakukan daripada membuka kitab suci. Demikian pula dengan memasang aplikasi waktu sholat tidak serta merta membuat para pengguna *smartphone* dengan serta merta pula melaksanakan ibadah sholat saat aplikasi tersebut mengingatkan mereka bahwa waktu sholat telah tiba. Perilaku beragama yang ditunjukkan melalui *smartphone* hakikatnya tidak dapat serta merta dipercaya kebenarannya. Identitas religius yang dikonstruksi melalui *smartphone* ibarat sebuah tampilan di panggung depan (*front stage*) yang telah diatur sedemikian rupa sehingga seringkali tidak diketahui aslinya seperti apa. Sebuah identitas sholeh virtual, dimana gambaran tentang perilaku beragama seseorang hanya kita pahami dari potongan gambar yang disajikan melalui *smartphone*. Terkait dengan hal ini, Hackett (2006: 73) mengatakan bahwa, “*In the shifting world of virtuality and hypertextuality, the parameters of the real/ unreal/ hyperreal/ surreal are indeterminate. Identities can be assumed and manipulated in all sorts of creative and destructive ways.*”

Di sisi lain, tidak semua identitas virtual adalah identitas yang palsu. Bisa terjadi, ruang *display* yang tersedia di *smartphone* justru digunakan oleh penggunanya untuk menampilkan “diri” mereka yang sesungguhnya. Layar *smartphone* adalah *back stage* bagi sebagian orang. Karakteristik *smartphone* yang terkoneksi dengan internet memberikan peluang pembebasan kepada penggunanya, khususnya perempuan, untuk mengekspresikan diri yang mungkin selama ini tertutup peluangnya di dunia nyata. Bagi perempuan yang selama ini seringkali mengalami kondisi represif dan subordinatif, peluang yang ditawarkan *smartphone* tentu saja sangat menarik. Sebagaimana yang dikatakan oleh E, R dan S berikut,

Saya bukan orang yang religius, tetapi ketika saya memutuskan bahwa saya akan menggunakan hijab maka saya akan berusaha untuk konsisten dengan keputusan itu termasuk untuk tidak tampil terbuka di *smartphone* maupun semua *social media* yang saya miliki. (E, 3 Januari 2015).

Di sisi lain, meski E konsisten dengan pilihannya untuk tampil tertutup, E juga rajin menampilkan aktivitas dirinya yang beragam. E memiliki mobilitas yang cukup tinggi, dan sering mengikuti berbagai konferensi di luar negeri. Melalui identitas yang dibangunnya secara tidak langsung E ingin mengatakan bahwa pilihannya berpenampilan, statusnya yang seorang hujjah, bukanlah hambatan bagi seorang perempuan untuk bisa beraktivitas dan berprestasi. Selain E, R yang seorang *shalaffy* juga memanfaatkan *smartphone* untuk menjangkau ruang lain dari kehidupannya yang tidak dapat dia raih sebagai seorang *shalaffy*.

Saya itu *shalaffy* mbak, tapi gaul hehe...saya pake BBM, WhatsApp, Instagram. Selain info agama saya juga suka browsing resep masakan di internet. Dulu saya pake laptop tapi sekarang udah jarang, sekarang pake *smartphone* aja, lebih praktis. Saya juga menyimpan banyak kontak di *smartphone* saya, baik di BBM, WA, nomor telepon, laki-laki juga ada...pokoknya yang saya anggap bermanfaat ya saya simpan. (R, 9 Desember 2014)

R yang sehari-hari selalu menggunakan baju berwarna gelap dengan jilbab panjang dan bercadar mengaku bahwa pergaulannya dalam dunia nyata sangat terbatas. Tidak saja dengan lawan jenis bahkan banyak perempuan yang masih berprasangka terhadap perempuan *shalaffy* seperti dirinya. Melalui *smartphone*, R ingin menunjukkan bahwa pilihannya untuk menjalankan ajaran Islam *shalaffy* tidak membuatnya menjadi pribadi yang

tertutup sama sekali. R mengaku bahwa banyak pengikut *shalaffy* yang mengharamkan hiburan, musik, televisi dan sejenisnya, namun kehadiran internet dan *smartphone* ternyata mampu membawa perubahan pada sebagian pengikut *shalaffy* termasuk dirinya. Dengan berpegang pada niat untuk menggunakan teknologi komunikasi secara positif, R pun menjadikan *smartphone* sebagai bagian dari kehidupannya.

Menggunakan *smartphone* dan media sosial sebagai alat resistensi terhadap identitas religius yang dilekatkan pada perempuan, juga dilakukan oleh M. Sebagai satu-satunya pendeta perempuan di kotanya, M merasa ia seperti hidup dalam aquarium. Semua orang menuntutnya untuk tampil ideal sebagai pendeta dengan identitas esensial yang mereka pahami, termasuk untuk berpenampilan secara bersahaja. Di sisi lain, M mengaku bahwa dia sangat menyukai *fashion*. M memutuskan untuk tampil sebagai diri yang dia inginkan tetap fashionable namun dia juga menyertai publikasi tentang dirinya di media sosial dengan beragam aktivitas yang dia lakukan sebagai pendeta. M ingin mengatakan bahwa penampilan dirinya bukanlah ukuran religiusitas ataupun profesionalitas dia sebagai pendeta perempuan.

Sampai pada tataran ini, proses transformasi agama dan beragam yang digerakkan oleh kehadiran *smartphone* tidaklah secara serta merta dapat dijustifikasi sebagai sebuah kemunduran atau sesuatu yang negatif. *Smartphone* hanya menawarkan sebuah alternatif dari praktek beragama yang ada. Beragama melalui *smartphone* bisa menjadi sekedar bagian dari gaya hidup sebagaimana dikatakan Giddens bahwa setiap orang dalam masyarakat modern pasti dan harus memilih gaya hidup. "*Lifestyle is not only about fancy jobs and conspicuous consumption, though, the term applies to wider choices, behaviors, and to (to greater or lesser degrees) attitudes and beliefs*" (dalam Gauntlet, 2002: 102). Namun di sisi lain, beragama melalui *smartphone* juga bisa memberikan

alternatif untuk menjalankan praktek beragama yang sebelumnya ada.

Simpulan

Smartphone dengan karakteristik yang dimilikinya, telah mampu mendorong tumbuhnya praktek baru beragama yang dijalankan dengan logika *smartphone*. Smartphonisasi agama tersebut mewarnai hampir semua praktek beragama mulai dari pencarian dan penyebaran informasi keagamaan, praktek ritual keagamaan, hingga pada

pembentukan habitus keagamaan dan bahkan resistensi atas identitas religius yang dilekatkan pada diri perempuan urban.

Smartphonisasi agama tidak serta merta dapat dijustifikasi sebagai sebuah kemunduran atau bahkan pencemaran atas kesakralan agama. Ambivalensi yang melekat pada *smartphone* dengan sendirinya juga akan menawarkan peluang yang bisa membawa transformasi positif maupun negatif pada penggunaannya, termasuk di dalam menjalankan praktek beragama.

Daftar Pustaka

- Campbell, Heidi A. 2011. "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in Networked Society." Dalam *Journal of the American Academy of Religion*. Hal. 1-30
- Foltz, Franz dan Foltz, Frederick. 2003. "Religion on The Internet: Community and Virtual Existence" dalam *Bulletin of Science Technology Society*, Vol. 23. Nomor 4. Agustus 2003. Hal. 321-330
- Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender, and Identity*. London & New York: Routledge
- Hackett, Rosalind I. J. 2006. Religion and the Internet. Dalam *Diogenes* 211 halaman 67 – 76.
- Hjarvard, Stig. 2006. *The Mediatization of Religion, A Theory of the Media as an Agent of Religious Change. Paper*. Dipresentasikan dalam the 5th International Conference on Media, Religion and Culture: Mediating Religion in the Context of Multicultural Tension. Sweden, 6-9 Juli 2006
- Moulin, Daniel. 2013. "Negotiating and Constructing Religious Identities". *Paper*. Disampaikan dalam REA Annual Meeting, 8-10 November 2013
- Possamai, Adam. 2005. *Religion and Popular Culture, A Hyper – Real Testament*. Brussels: P.I.E – Peter - Lang