

## **CYBER RELIGION: Implementasi Keberagamaan dan Respons Generasi Milenial**

**Dadang Kuswana\***

Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
[dadangkuswana5@gmail.com](mailto:dadangkuswana5@gmail.com)

**Yoshy Hendra Hardiyah Syah**

Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
[yushyhendra@gmail.com](mailto:yushyhendra@gmail.com)

**Acep Aripudin**

Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
[aceparipudin@uinsgd.ac.id](mailto:aceparipudin@uinsgd.ac.id)

### **Abstract**

*This article discusses the practice of religion in cyberspace and the response of the millennial generation to the social media account @Bimbingan\_Islam, as a form of practice of Cyber Religion. The account discusses various study themes, including the theme of patience, life advice, istiqomah in worship, the glory of dhikr, the glory of praying, and others. The purpose of this study is First, to find out how the world of Cyber Religion is on the YouTube, Instagram, and Facebook platforms @Bimbingan\_Islam. Second, to find out how the millennial generation responds in the comments column to posts on religious studies on the Instagram platform account @Bimbingan\_Islam. This article uses qualitative research methods using data collection techniques (Literature Review) with a non-participatory virtual ethnographic approach and analysis techniques using Lasswell's communication theory. The limitations of the millennial generation referred to in this article are in the age range of 18 to 34 years. What's interesting in this article is that it displays technological developments, illustrations of information dissemination, the level of popularity of social media, and the spread of religious studies in cyberspace, making it a powerful attraction for the millennial generation to continue to deepen, upgrade, and hone their insights about religion, namely on account @ Bimbingan\_Islam, then this article finds a case on the social media account, namely there is a sentence that is inappropriate to be presented to the public by using strong language in broadcasting religious studies through social media.*

**Keywords:** *Millennial Generation; Religion and Media; Religion in Cyberspace.*

### **Abstrak**

Artikel ini membahas tentang praktik agama di dunia maya dan respon generasi milenial pada akun media sosial @Bimbingan\_Islam, yaitu *Cyber Religion*. Akun tersebut membahas berbagai macam tema kajian, seperti kesabaran, nasehat hidup, istiqomah dalam beribadah, kemuliaan zikir, salawat, dan lain-lain. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap bagaimana dunia *Cyber Religion* dalam platform YouTube, Instagram, dan Facebook pada akun @Bimbingan\_Islam.

Selanjutnya mengetahui bagaimana respon generasi milenial dalam kolom komentar terhadap postingan kajian agama pada platform Instagram akun @Bimbingan\_Islam. Metode penelitian kualitatif digunakan melalui pengumpulan data studi pustaka (*Literature Review*) dengan pendekatan etnografi virtual yang bersifat non-partisipasi. Kemudian dianalisis menggunakan teori komunikasi Laswell. Artikel ini memperlihatkan perkembangan teknologi, ilustrasi penyebaran informasi, tingkat popularitas media sosial, dan penyebaran kajian agama. Ini membuat daya tarik yang dahsyat bagi generasi milenial untuk senantiasa terus memperdalam, mengupgrade, dan mengasah wawasan tentang agama. Namun dalam akun @Bimbingan\_Islam, ditemukan suatu kasus, yaitu terdapat suatu kalimat yang tidak pantas untuk disajikan kepada khalayak publik dengan menggunakan bahasa yang kasar dalam menyiarkan kajian agama melalui media sosial.

**Kata Kunci:** Agama dan Media, Agama di Dunia Maya, Generasi Milenial.

## 1. PENDAHULUAN

Munculnya media sosial, menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia. Pesatnya kemajuan teknologi dapat memudahkan aktivitas manusia dalam melakukan segala sesuatunya, termasuk mengakses kajian keagamaan secara daring dengan menggunakan berbagai platform, seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan lain-lain melalui ponsel. Gairah generasi milenial<sup>1</sup> dalam mengkaji agama di media sosial telah memperlihatkan banyak peningkatan. Agama dengan segala bentuk dan fungsinya berpindah kemudian melebur menjadi satu dengan dunia *cyber*. Saat ini telah banyak diketahui bahwasanya agama telah mengambil peran penting dalam bidang multidisipliner, seperti bidang politik (Sonjaya & Rahayu Diningrat, 2023), psikologi (Abdullah & Riyanto, 2014), filsafat (Kurnia Muhajarah, 2021), sosiologi (Soehadha, 2021), hingga pada teknologi digital (Andika, 2022). Penelitian yang sudah dilakukan memperlihatkan bahwa agama dengan karakternya yang “luwes” atau universal bisa menyentuh seluruh aspek kehidupan. Begitupun hal yang sama dengan media yang bisa menyentuh segala aspek termasuk pada agama. Agama dan media menjadi satu kesatuan utuh, tidak dapat dipisahkan satu sama lain, sehingga perlu adanya kajian lebih lanjut untuk membaca, membongkar, dan membedah fenomena dari keduanya tersebut, seperti pada *cyber religion* (Malik, 2021).

*Cyber religion* merupakan ilmu keagamaan yang bersumber dan disebarluaskan melalui sarana teknologi melalui perantara media online (internet). Ketika membicarakan tentang agama cyber dapat menjelaskan atau menunjukkan secara jelas bagaimana media baru dan agama saling berkorelasi satu sama lain. Agama dan media bersatu dalam tampilan (media baru), berjalan beriringan

---

<sup>1</sup> Generasi milenial yang dimaksud dalam artikel ditandai oleh rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun dan peneliti menempatkan orang yang berkomentar sebagai bentuk respon kritis terhadap kajian agama yang dibawa oleh akun @Bimbingan\_Islam kedalam kategori generasi milenial, karena mereka sedang aktif dalam bermedia sosial, berkomentar pada postingan tersebut, dan masih dalam rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun.

dengan makin maraknya internet dalam kehidupan manusia. Merajalela informasi-informasi praktik keagamaan, berbagai hal dan tujuan atas apa yang dilakukan oleh umat beragama adalah untuk mengokohkan atas keyakinan (iman) mereka, serta diekspresikan kembali identitas agama (Budiasa, 2020).

Fenomena kemajuan internet, teknologi, dan informasi ini mampu mengalihkan posisi praktik agama di dunia nyata (*real religion*) ke dalam agama di dunia maya (*cyber religion*), sehingga hal ini membuat suatu pembaharuan dalam menyiarkan praktik kajian agama. *Cyber religion* dalam pandangan generasi milenial dinilai lebih keren, simple, canggih, mudah dipahami, dan lebih modern ketika mencari informasi tentang agama. Banyak generasi milenial mempelajari agama secara online, yaitu dengan melalui media sosial. Hadirnya internet telah menggantikan keadaan serta posisi tempat peribadatan di tengah masyarakat. Maka, dengan segala kemudahan-kemudahan yang ada didalamnya termasuk dalam mengkaji agama bisa dilakukan di mana pun dan kapan pun, tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Malik, 2021).

Kemudahan mencari informasi tentang agama, pada zaman sekarang mampu melahirkan rasa untuk lebih dekat dengan agama, yaitu terus menggali pengetahuan-pengetahuan keagamaan. Namun seringkali ditemukan masalah dengan banyaknya postingan-postingan tentang agama atau menyiarkan praktik kajian agama yang tidak pantas disajikan kepada publik. Para generasi milenial serta para netizen, tidak bisa berdiam diri ketika melihat fenomena tersebut dan memberikan komentar, baik komentar positif maupun negatif dengan mengandung unsur umpatan. Mereka tidak bisa menerima konten-konten atau postingan-postingan yang bersifat tidak sopan (Qadri, 2020).

Artikel ini menyoroti akun FB, YouTube, dan IG sebagai bukti praktik dunia *cyber religion* pada akun FB, YouTube, dan IG @Bimbingan\_Islam. Penulis menjadikan atau memfokuskan pada akun @Bimbingan\_Islam sebagai salah satu contoh praktik agama dalam dunia *cyber religion*. Akun FB, YouTube, dan IG @Bimbingan\_Islam adalah suatu akun media sosial yang di dalamnya terdapat publikasi-publikasi majalah online tentang agama, termasuk belajar Alqur'an (Acep Aripudin, 2023). Akun @Bimbingan\_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial. Hal ini dibuktikan setidaknya sudah diikuti sebanyak 519 ribu *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan. Sedangkan pada akun Facebook @Bimbingan\_Islam sudah mempunyai pengikut sebanyak 178 ribu dan total jumlah *like* (suka) pada postingannya sebanyak 150 ribu *like* (suka). Sedangkan pada akun YouTube, dengan nama channel, yaitu BiASTV.

Channel BiASTV sudah mengantongi subscriber dengan jumlah 26,6 rb subscriber dengan total jumlah konten video yaitu 765 video. Artinya bahwa, akun @Bimbingan\_Islam ini adalah akun yang sangat populer dengan membekali jumlah pengikut yang tidak sedikit dan reputasi akun yang sangat baik. Adapun akun Bimbingan Islam atau sering disebut BiAS merupakan wadah untuk belajar agama Islam melalui media. Oleh karena itu, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang, sehingga akun @Bimbingan\_Islam memberikan tampilan visual yang menarik dalam menyiarkan pesan-pesan yang bernuansa

keagamaan yang menarik perhatian untuk generasi milenial, mengikuti, dan menyukai akun ini.

Dalam memperoleh data metode penelitian kualitatif digunakan melalui teknik pengumpulan data, yaitu studi pustaka (*Literature Review*) dengan pendekatan etnografi virtual yang bersifat non-partisipasi, kemudian teknik analisis, yaitu menggunakan teori komunikasi Laswell. Pendekatan etnografi virtual adalah suatu cara yang digunakan dalam melakukan observasi terhadap *user* dengan menggunakan fasilitas internet dan dalam observasi pada artikel ini menggunakan teknik penelusuran observasi yang bersifat non-partisipasi yaitu peneliti memposisikan diri sebagai penonton dan tidak termasuk ke dalam daftar peserta (pengikut) untuk mengamati postingan pada akun Instagram, YouTube, dan Facebook @Bimbingan\_Islam (Hine, 2015).

Artikel ini mengkaji konsep *cyber religion*, implementasi keberagaman, dan respon generasi milenial dengan menggunakan pendekatan deskriptif. *Pertama*, mencari sumber yang relevan yaitu berasal dari buku, artikel ilmiah, dan artikel populer (media berita). *Kedua*, melakukan penelusuran observasi non-partisipasi pada platform Instagram dan Facebook dalam akun @Bimbingan\_Islam serta mencari kasus mengenai postingan kajian agama di media sosial tersebut. *Ketiga*, setelah menemukan kasus pada postingannya, kemudian peneliti menghimpun komentar-komentar sebagai bentuk respon kritis generasi milenial terhadap kajian agama yang dibawa oleh akun @Bimbingan\_Islam. *Keempat*, setelah seluruh sumber data terkumpul, kemudian peneliti melakukan pereduksian kembali terhadap sumber data yang sudah terkumpul. *Kelima*, setelah data-data melalui tahap reduksi, kemudian peneliti menyusun dan menuliskan data-data tersebut dalam bentuk artikel ilmiah ini.

## 2. PEMBAHASAN

### 2.1 Mengenal Cyber Religion

Dunia cyber membuat manusia mudah berinteraksi, berkomunikasi, dan saling mengenal satu sama lain yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Sementara *cyber religion* merupakan ilmu keagamaan yang bersumber atau disebarluaskan menggunakan sarana teknologi melalui perantara media online (Oktavia et al., 2021). Brenda Brasher's mendefinisikan *cyber religion* sebagai kajian keagamaan yang disebarluaskan melalui internet (dunia maya) (Brasher, 2001). Kajian keagamaan tersebut menurut Lorne L. Dowson bisa diakses melalui dunia maya (Dawson, 1998) yang menunjukkan bahwa komunikasi secara virtual telah menggantikan komunikasi nyata (*Mediasi*). Tidak adanya kebutuhan lembaga keagamaan yang memiliki sifat lengkap (organisasi), serta refleksi dari dunia maya, budaya yang mengubah tradisi agama (Hojsgard, 2005).

Dengan demikian dunia maya menjadi alat untuk mengkaji dan menyebarluaskan baik informasi kajian ilmu keagamaan maupun informasi kegiatan-kegiatan keagamaan itu sendiri. Eksistensi cyber religion dianggap telah menggantikan posisi sakral tempat peribadatan seperti gereja, masjid, vihara, dan lain-lain. Oleh karena itu, sebagaimana menurut M. Fakhurroji, agama dalam dunia maya mencerminkan citra kultur masyarakat kontemporer secara global yaitu pada proses virtualisasi agamis dan budaya (Fakhurroji, 2017). Jadi cyber

religion tak lain adalah suatu inovasi teknologi internet yang terbarukan untuk kemaslahatan agama itu sendiri.

Dalam kenyataannya semakin banyak masyarakat yang mengakses informasi melalui laman internet termasuk wawasan beragama di media sosial (dunia maya) seiring meningkatnya analisis *cyber religion* (Budiasa, 2020). Maraknya *cyber religion*, menurut seorang penulis dari Texas A&M University yaitu Heidi Campbell telah memberikan banyak kemudahan kepada para praktisi agamawan secara alternatif guna dapat mengeksplor cara terbaru, kepercayaan terbaru, dan pengalaman keagamaan terbaru melalui situs web, grup-grup diskusi dalam ruang aplikasi yang sudah ada sebagai fasilitas untuk mengupgrade keimanan (Campbell, 2006).

Perkembangan segala riset, termasuk agama dan media sebenarnya terikat erat dengan perkembangan internet itu sendiri. Cyber religion ini berkembang pesat ketika bersatunya dua kekuatan yang besar yaitu alat komunikasi (smartphone) dan jaringan internet yang memadai, sehingga membuat fenomena *cyber religion* ini berkembang pesat dengan cepat. Ruang lingkup *cyber religion* seringkali dalam diskusi ilmiah dianggap sebagai suatu gerakan keagamaan yang tidak bisa lepas dari belenggu internet, artinya bahwa dimana ada inovasi teknologi internet maka di situ terdapat gerakan keagamaan. Oleh sebab itu, hadirnya dunia *cyber* memudahkan mengakses media internet dalam waktu cepat, singkat, bisa dinikmati kapanpun, dan dimanapun sesuai dengan kebutuhan, seperti mengakses jawaban atas segala pertanyaan-pertanyaan kehidupan dan problematika keagamaan (Ar'Rayyan et al., 2022).

## 2.2 Konsep Milenial

Konsep Milenial pertamakali digagas oleh Karl Mannheim, sebagaimana terdapat di dalam tulisannya yang berjudul "*The Problem of Generations*", pada tahun 1923 (Manheim, 1952). Data riset "Pew Research Center" 2017 membagi generasi milenial menjadi tiga bagian berdasarkan tolok ukur usia. Kemudian para peneliti sosial mengelompokkan bahwa yang dimaksud generasi milenial adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1980 hingga 2000-an, dalam usia rata-rata sekitar usia 13 hingga 33 tahun. Para generasi milenial ini menggunakan internet semata hanya untuk mengakses sebuah informasi yang berkaitan dengan keagamaan, olahraga, sosial, politik, dan karir. Tidak hanya itu, para generasi milenial juga memiliki motivasi yang tinggi pula terkait jenjang pendidikan, dunia karir, berbisnis yang pada berujung membawa kepada kesuksesan (Silalahi, 2018).

Sementara survei MSCI (Morgan Stanley Capital International) menunjukkan bahwa penduduk dunia yang terkategori milenial pada tahun 2020 tercatat berjumlah sekitar 23% dari total penduduk di dunia yaitu setara dengan 1,8 miliar orang. Artinya bahwa, kaum generasi milenial lebih banyak jumlahnya daripada jumlah orang dewasa. Kemudian berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2020, tercatat sekitar 25,87% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia.

### 2.3 Aktivitas Keberagamaan Generasi Milenial

Seiring dengan Revolusi Industri 4.0 saat ini, telah menunjukkan perkembangan yang signifikan terhadap perkembangan aktivitas keberagamaan pada generasi milenial. Kedekatan generasi milenial dengan agama difasilitasi oleh adanya dan peran dari internet. Oleh karena itu, kehidupan generasi milenial tidak dapat dipisahkan satu sama lain dengan eksistensi ponsel sebagai buah teknologi canggih. Dengan sendirinya para generasi milenial memiliki kedekatan yang signifikan dengan sosial media (Sulastris et al., 2020).

Zaman digitalisasi sangat membantu generasi milenial untuk senantiasa berkomunikasi dengan publik yang tak terbatas melalui perantara sosial media. Platform media sosial seperti Instagram (IG) dan Facebook (FB), Instagram telah menjadi pilihan banyak orang karena platform tersebut menawarkan berbagai kemudahan terhadap akses interaksi, cakupan interaksi kepada publik tergolong sangat luas hingga dapat digunakan serta menikmati keberlangsungan interaksinya dalam waktu yang singkat. Hal ini ditunjukkan dengan kian banyaknya generasi milenial yang mengunggah foto dan video ke dalam akun platform tersebut (Prasetya, 2013).

Facebook dan Instagram sebagai media sosial tersebut, esensinya tidak hanya sebatas untuk berbagi informasi, namun juga dapat dimanfaatkan dengan baik (pengelolaan kesan) guna representasi dirinya di hadapan publik. Terkait dalam bermedia sosial, jika menggunakan pendekatan teori dari dramaturgi Goffman, bahwa orang bermedia sosial sebagai sarana untuk menunjukkan jati dirinya secara berbeda. Seseorang ingin dinilai ideal dan sempurna, sedangkan pada sisi lain bahwa ia ingin menunjukkan eksistensinya di luar kata ideal dan sempurna melalui seni mengelola kesan "*Impression management*" (Mulyana, 2000).

Menurut Erving Goffman, masing-masing orang berhak untuk mengekspresikan dirinya dengan sempurna, baik disengaja maupun tidak dan yang lain pada gilirannya harus terkesan dengan cara tertentu oleh dia (Goffman, 1959). Melalui pendekatan dramaturgi tersebut manusia dapat mengembangkan perilakunya dalam mendukung peran seseorang tersebut. Jika mengkaitkannya dengan praktik beragama, ia berkaitan dengan tindakan layanan (pengabdian) diri kepada keagamaan. Maka ritus merupakan sesuatu yang menunjukkan bagaimana manusia bertingkah laku di hadapan suatu objek yang dianggap "sakral" atau "disucikan". Namun terkait definisi dari ritus tersebut, adapun dalam hal yang lebih spesifik sebagaimana dalam pandangan Islam, bahwa ritus adalah sebagai wujud manifestasi (ekspresi) dari doktrinasi dalam Islam.

Ritus dalam pandangan Islam adalah segala bentuk praktik keberagamaan, yang diatur sedemikian sempurna, sehingga dijadikan sebagai bentuk penyembahan, wujud penghambaan atau pengabdian diri, ketaatan, wujud rasa syukur, yang muncul perasaan dari seorang hamba kepada Tuhannya, hal tersebut bertujuan untuk mempraktikkan apa yang ada di dalam ajaran agama dan

menjalani kehidupan dengan segenap religiusitas yang menuju kepada tingkat kesalehan dan ketakwaan.

Menurut Schimmel elemen-elemen ritus dalam Islam terbagi enam di antaranya (Schimmel, 1994): *pertama*, adanya sistem tindakan untuk senantiasa melakukannya secara konsisten dan bersifat reguler. Artinya bahwa, ritus mencerminkan atau menunjukkan pola berperilaku. *Kedua*, ritus mencerminkan pengabdian diri dan ketundukan diri kepada di hadapan Tuhan sebagai dzat yang menciptakan segala sesuatu. *Ketiga*, Tuhan sebagai tujuan akhir dari segala tujuan yang ada. Oleh sebab itu, segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia termasuk sikap yang didalamnya mengandung aspek pemujaan, pengabdian, serta ketaatan, dan lain sebagainya, yang tidak berakhir kepada Tuhan, maka tindakan tersebut tidak termasuk ke dalam ibadah (ritus Islam). *Keempat*, adanya sistem pemisah antara yang sakral dan yang profan (antara yang suci dan yang tidak suci). Artinya ritus harus dilakukan pada situasi, kondisi, tempat, dan waktu tertentu yang “disakralkan”. *Kelima*, terdapat kategorisasi lima hukum Islam (*Wajib, Sunnah, Haram, Makruh, dan Mubah*) yang ditetapkan oleh para fuqaha.

Bagi umat beragama, wajib baginya untuk mengimplementasikan nilai-nilai agama pada kehidupan sehari-harinya. Termasuk bagi milenial Muslim, representasi praktik nilai-nilai keislaman saat ini sudah dilengkapi dan disertai oleh internet. Sehingga generasi milenial mudah untuk menggali informasi keagamaan melalui fasilitas internet, terutama pada platform media sosial (Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok). Media tersebut dapat memperbarui pengetahuan khazanah keislaman dalam aktivitas sehari-hari. Generasi milenial mengimplementasikan agama berdasarkan apa yang ia terima dan dengar melalui perantara internet. Hal ini dipandang sebagai cara baru dalam implementasi beragama pada generasi milenial. Oleh sebab itu, media sosial tumbuh dan berkembang menjadi zona belajar dan sekaligus menjadi zona ekspresi praktik beragama bagi generasi milenial (Setiyawati et al., 2019).

#### **2.4 Implementasi Cyber Religion pada Generasi Milenial**

Teknologi digital yang digunakan dalam beragama lebih semata untuk menyiarkan agama baik secara praktis maupun teoritis dalam bentuk video, foto, dan tulisan-tulisan terkait aktivitas keagamaan. Berbekal segala kemudahan pada media digital tersebut informasi seputar agama dengan sangat cepat viral, dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Oleh karena itu, pada akhirnya melahirkan banyak forum-forum religius, blogger dari seorang tokoh agamawan, bulletin, dan lain-lain yang menawarkan banyak sekali layanan virtual melalui sebuah aplikasi yang terkoneksi dengan smartphone dan laptop.

Meskipun nampak paradoks, agama dalam segala bentuk dan fungsinya melebur menjadi satu dengan dunia cyber, hubungan antara agama dan media telah mengubah cara kita dalam menjalankan agama maupun dalam mempengaruhi hubungan antara budaya dan masyarakat. Agama *cyber* merupakan kombinasi dalam memediasikan antara keyakinan dengan praktik keagamaan kontemporer dalam masyarakat modern. Artinya bahwa, agama cyber disini bukan

hanya terkait posisi agama di media, akan tetapi juga menjadi sebuah perpaduan di antara seluruh komponen sosialis dan kebudayaan, yang kemudian mencoba dikorelasikan dengan agama dan seluruh elemen dalam masyarakat jaringan (Toni et al., 2021).

Agama cyber menunjukkan secara jelas bagaimana media baru dan agama saling berkorelasi satu sama lain. Media semakin terbuka terhadap informasi-informasi praktik keagamaan untuk mengkokohkan keyakinan mereka dan diekspresikan kembali sebagai identitas. Tujuannya tak lain hanya semata ingin membuktikan status afiliasi mereka terhadap agama (Maslulah & Hafid, 2021). Kemudian pembahasan selanjutnya menyorot tentang wujud implementasi keagamaan dalam dunia online sebagai berikut:

a. *Ragam media sosial yang digunakan*

Pada zaman modern ini, teknologi semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Diantaranya adalah perkembangan pada teknologi komputer. Perubahan pada teknologi komputer tersebut diawali oleh mesin ketik, yang pada zaman dahulu digunakan hanya untuk memproduksi sebuah teks. Melalui mesin ketik tersebut, manusia dapat menuliskan pemikirannya pada selembar kertas tanpa menggunakan alat tulis seperti pensil atau pena. Namun, seiring berjalannya waktu di beberapa tahun kemudian bahwa, teknologi mengalami perubahan sekaligus berkembang menjadi sebuah alat komputer yang dibekali dengan daya listrik. Kemudian muncul inovasi-inovasi pada alat teknologi komputer. Adapun gambaran perubahan pada teknologi ini secara khusus pada komputer sebagai berikut:

**Gambar 1.**

*Perkembangan pada Teknologi Komputer dari masa ke masa*



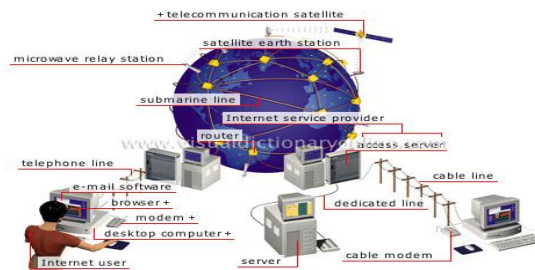
Sumber: <http://plsbersinergi.blogspot.com/2012/12/sejarah-komputer.html#>

Gambar di atas menjelaskan bahwasanya tidak butuh waktu yang lama, bahwa teknologi komputer tersebut berkembang dengan sangat cepat. Tidak hanya perubahan fisik pada teknologi komputer tersebut, melainkan juga dibarengi dengan mempengaruhi perubahan pada struktur kehidupan manusia itu sendiri. Teknologi computer dan sejenis tidak saja yang berkembang, melainkan juga perkembangannya memudahkan dalam mengakses informasi baik informasi tentang agama, pendidikan, dan segala fenomena-fenomena pada realitas. Perangkat komputer tersebut dibekali dengan fitur-fitur yang menggiurkan, sehingga sangat membantu aktivitas manusia. Adapun berikut ini yang



menggambarkan perkembangan teknologi melalui sistem kolaborasi antara *hardware* dan *software*.

**Gambar 2.**  
*Kolaboratif Hardware dan Software*



**Sumber:** <https://fairuzelsaid.wordpress.com/2010/03/10/sistem-informasi-internet-dan-aplikasi-web/>

Gambar tersebut menjelaskan bagaimana cara kerja perangkat hardware dan software ketika berkolaborasi dalam memajukan teknologi. Berkat adanya kolaborasi tersebut, maka baik informasi yang diterima maupun dikirim menjadi sangat mudah. Sebagaimana informasi-informasi yang telah dibuat, maka dalam waktu yang singkat bisa dinikmati oleh khalayak publik di seluruh dunia. Berikut sekilas dapat kembali dilihat bagaimana ilustrasi penyebaran informasi yang beredar dalam waktu yang cepat dan singkat.

**Gambar 3.**  
*Ilustrasi Penyebaran Informasi*

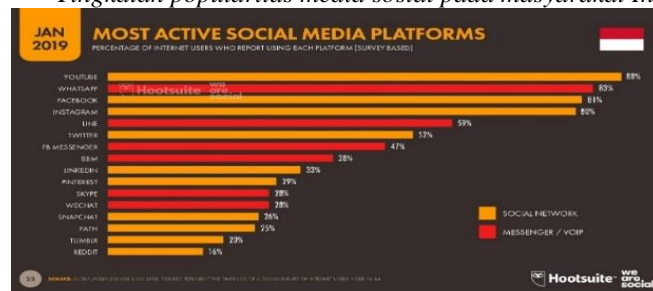


**Sumber:** <https://radarrepublika.com/berita/detail/penyebaran-informasi-tidak-akurat>

Gambar di atas menjelaskan penyebaran informasi dalam waktu yang cepat dan singkat dari suatu individu kepada individu yang lain. Maka, sangat perlu sekali sikap kewaspadaan dan sikap bijaksana dalam mengupdate informasi-informasi yang beredar termasuk dengan informasi-informasi yang berbau agama. Banyak orang mulai aktif dalam bermedia sosial untuk menyiarkan segala sesuatu yang berbau agama, termasuk praktik ritus keagamaan. Praktik-praktik dalam beragama adalah salah satu wujud ritual pada agama-agama tertentu yang dilakukan oleh umatnya. Jika kembali meninjau historis cara menyiarkan praktik agama atau mendengar informasi kajian keagamaan, dahulu dengan cara langsung

yaitu di tempat peribadatan, namun belakangan ini hal itu berubah yaitu dengan cara tidak langsung yaitu menggunakan media sosial karena dianggap lebih mudah dan simpel serta lebih cepat populer. Tingkat popularitas di media sosial pada masyarakat Indonesia dapat disaksikan dalam gambar berikut:

**Gambar 4.**  
*Tingkatan popularitas media sosial pada masyarakat Indonesia*

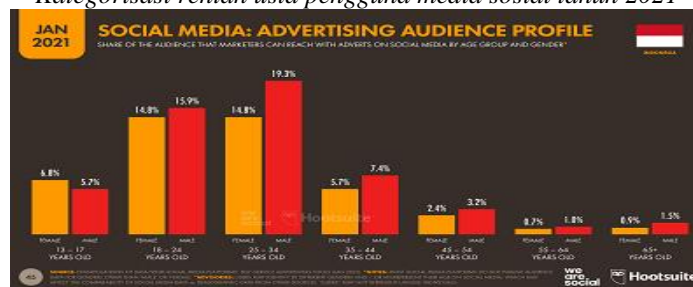


Sumber: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Gambar memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia terhitung cukup banyak mengakses media sosial. Media sosial tersebut dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu berwarna kuning sebagai *sosial network* dan warna merah sebagai media sosial yang berbasis pesan (*messenger*). Kategorisasi dalam media sosial tersebut, lebih didasarkan pada fungsinya. *Sosial network* adalah suatu sistem dalam struktur sosial yang mencakup baik individu maupun kelompok. Oleh sebab itu, media sosial tersebut dapat menyatukan, mempermudah, serta mempererat hubungan tali silaturahmi. Maka, tak heran bila media sosial dapat menghubungkan siapa pun di seluruh dunia. Sedangkan pada *sosial messenger*, media yang digunakan untuk mengirim pesan singkat berupa tulisan, gambar, dan video dengan didukung jaringan internet.

Gambar di atas sekaligus menunjukkan platform Instagram, Youtube, dan Facebook masuk ke dalam nominasi 5 besar platform yang sering diakses atau digunakan. Tak heran, jika orang Indonesia banyak memiliki akun platform tersebut. Hasil survei pada tahun 2019 menunjukkan bahwa media sosial paling banyak atau didominasi penggunaannya oleh generasi milenial. Data tersebut dapat dilihat melalui gambar berikut:

**Gambar 5.**  
*Kategorisasi rentan usia pengguna media sosial tahun 2021*



Sumber: <https://www.iimers.com/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2021/>

Berdasarkan data diagram di atas terdapat dua jenis golongan usia yang mencapai posisi tertinggi di antara posisi yang lain dalam tingkat akses media sosial. *Pertama*, diagram rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun. *Kedua*, pada diagram rentang usia 25 tahun hingga 34 tahun. Pada rentang usia 18 hingga 34 tahun masih dalam kategori generasi milenial. Dalam kenyataannya berdasarkan data beberapa tahun terakhir di Indonesia media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial untuk sarana praktik keagamaan adalah media sosial Facebook (FB) dan Instagram (IG). Berdasarkan data *NapoleonCat* dinyatakan bahwa, pengguna platform Instagram di Indonesia tahun 2023 menempati posisi kedua setelah platform Facebook. Pergerakan pengguna platform Instagram di Indonesia mencapai 94.541.900 juta pengguna, seperti terlihat pada gambar berikut:

**Gambar 6.**  
*Pengguna Instagram di Indonesia*



Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>

Laporan data *NapoleonCat* mengungkapkan bahwasanya instagram menjadi platform yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia mulai dari usia 13 tahun hingga 65 tahun keatas. Maka sudah tidak asing lagi media instagram adalah media yang paling cocok dan efektif untuk berdakwah di era digital ini dalam sosial media. Pengguna instagram mulai dimanfaatkan baik untuk hanya sekedar mengeskpresikan diri kepada orang lain (bercerita), berkomunikasi, berpolitik, bahkan hingga berdakwah yang dipandang sebagai alat yang efektif dalam menyiarkan kajian keagamaan.

Berbagai variasi konten dan isu ditawarkan, namun isu yang menjadi banyak peminatnya dalam media sosial IG dan FB adalah isu tentang agama. Keduanya populer dalam mendakwahkan agama secara online (digital) yang menjadi dasar pilihan platform utama bagi generasi milenial. Pengguna rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun ini, terhitung sebanyak 144,30 juta yang didominasi oleh generasi milenial atau sekitar 50% dari total penduduk Indonesia. Kemudian pengguna rentang usia 35 hingga 54 tahun terhitung sebanyak 30%. Sedangkan pengguna rentang usia 12 hingga 17 tahun terhitung sebanyak 20%. Adapun terkait media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial, di antaranya platform Facebook, Youtube, Instagram, dan Twitter (Bohang, 2018).

Pengguna kategorisasi generasi milenial, terbagi lagi menjadi tiga bagian, diantaranya adalah mahasiswa berusia 18 hingga 25 tahun. Pada awalnya smartphone digunakan untuk belajar atau mengerjakan tugas, namun ketika sudah beranjak dewasa digunakan untuk kebutuhan sehari-hari (Rakhman & Haryadi, 2019). Yang menjadi titik fokus artikel adalah generasi milenial pada mahasiswa. Karena, mahasiswa bukan hanya dianggap sangat aktif dalam bermedia sosial, melainkan juga sangat ekspresif ketika menunjukkan aktivitas-aktivitas keberagaman di media sosial. Dengan berbagai konten yang menemaninya mahasiswa tersebut memberikan supportnya kepada tokoh agama atau kepada seorang admin akun keagamaan tertentu dengan memberikan “like, share, dan komen”.

*b. Platform Sosial Media yang difollow*

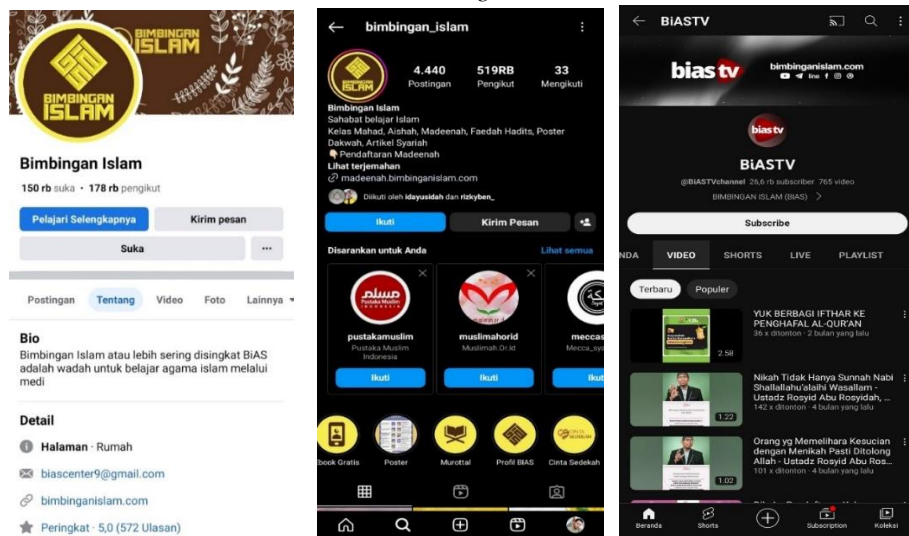
Kebanyakan platform FB dan IG dijadikan sebagai wadah dalam mempraktikkan dunia *cyber religion*. Generasi milenial lebih banyak berinteraksi di media sosial. Ketika sedang melihat atau menyaksikan suatu postingan yang mengandung unsur “kebaikan” yaitu postingan-postingan tentang dakwah, kemudian terdapat suatu keterhubungan (related) bagi manusia, dan disebarkan kembali kepada publik. Oleh sebab itu, mungkin bagi manusia (generasi milenial) itu nampak bersifat sepele, namun tanpa disadari bahwa mungkin orang lain mendapatkan suatu hidayah karena postingan yang disebar luaskan tersebut. Oleh karena itu, efek perbuatan generasi milenial turut membantu dalam menyebar luaskan kajian agama di media sosial, maka tanpa disadari bahwa pahala kian bertambah dan perbuatan tersebut dinilai sebagai bagian dari salah satu bentuk amal jariyah bagi sesama.

Sebaliknya, ketika melihat postingan yang mengandung “keburukan” seperti wanita yang membuka aurat dan berjoget-joget, wanita berjilbab yang berjoget-joget mengundang syahwat, wanita yang tidak berhijab kemudian ia berbicara tentang agama, walaupun niatnya adalah untuk membuat orang kembali bersemangat dalam melakukan kebaikan, akan tetapi perihal tersebut dinilai telah ikut membantu menyebarkan kemaksiatan. Hal seperti ini memang nampak sepele, namun berdampak bagi sesama. Dari setiap konten atau postingan yang mengandung maksiat tersebut yang kemudian dibagikan, maka akan dapat menambah keburukan dan dosa-dosa terhadap sesama.

Khusus akun FB, YouTube, dan IG @Bimbingan\_Islam telah membuktikan diri sebagai akun cyber agama. Hal ini setidaknya terlihat pada akun Instagram (IG) @Bimbingan\_Islam yang sudah mempunyai pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan. Sedangkan pada akun Facebook (FB) @Bimbingan\_Islam sudah mempunyai pengikut sebanyak 178 rb dan total jumlah *like* (suka) pada postingannya sebanyak 150 rb *like* (suka). Sedangkan pada akun YouTube, dengan nama channel yaitu BiASTV. Channel BiASTV sudah mengantongi subscriber dengan jumlah 26,6 rb subscriber dengan total jumlah konten video yaitu 765 video. Artinya bahwa, akun @Bimbingan\_Islam ini adalah akun yang sangat populer dengan membekali jumlah pengikut yang tidak sedikit dan reputasi akun yang sangat baik. Akun Bimbingan Islam atau sering disebut BiAS

merupakan wadah untuk belajar agama Islam melalui media. Akun @Bimbingan\_Islam memberikan tampilan visual yang menarik dalam menyiarkan pesan-pesan yang bernuansa keagamaan. Sehingga menarik perhatian untuk generasi milenial untuk mengikuti, dan menyukai akun ini. Perhatikan pada halaman beranda di akun Bimbingan Islam, pada gambar di bawah ini.

**Gambar 7**  
Halaman depan media sosial di akun Facebook, Instagram, dan YouTube @Bimbingan\_Islam



Praktik agama yang digunakan pada akun terlihat pada seluruh postingan majalahnya baik di YouTube, Facebook maupun Instagram. Akun ini kebanyakan menyorot praktik agama dengan beberapa tema di antaranya tema kesabaran, nasehat-nasehat hidup tentang kebaikan dan keburukan, istiqomah dalam beribadah, kemuliaan dzikir, dan lain-lain. Sebagaimana yang terdapat di beberapa postingan-postingan di bawah ini:

**Gambar 8**  
Tampilan Postingan KajianAgama di akun @Bimbingan\_Islam







Dengan tampilan visualisasi yang didominasi warna kuning dan hitam, tampak cover template menjadi menarik. Berbagai informasi agama juga ditawarkan dengan sangat simple. Kebanyakan informasi isi agama disajikan dalam caption pada postingan-postingan menggunakan bahasa yang lugas menyesuaikan dengan gaya bahasa generasi milenial, serta terdapat sumber referensi kajian agama yang valid seperti kutipan ayat Al-Qur'an dan Hadist.

## 2.5 Respon Milenial terhadap Postingan @Bimbingan\_Islam

Gambar 9.

Salah satu postingan agama tentang nasihat pada akun IG @Bimbingan\_Islam



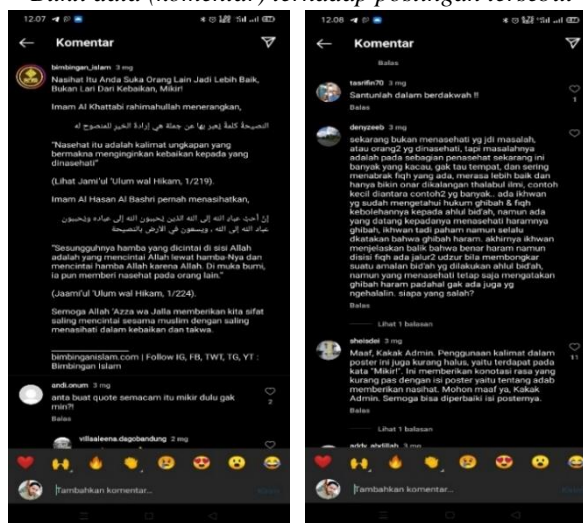
Akun @Bimbingan\_Islam memposting sebuah majalah online di Instagram tentang “*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan, Mikir!*” Kemudian terdapat pendapat ulama yang dikutip, yaitu Imam Al-Khattabi rahimahullah dan Imam al-Hasan al-Bashri dalam Kitabnya yang berjudul “*Jami’ul Ulum wal Hikam*”. Imam Al-Khattabi mengatakan bahwa, “*Nasehat merupakan kalimat ungkapan yang mengandung makna menginginkan kebaikan kepada yang dinasehati*”. Sedangkan menurut dan Imam al-Hasan al-Bashri pernah memberikan nasihatnya bahwa, “*Sesungguhnya hamba yang di cintai di sisi Allah adalah yang mencintai Allah melalui hambaNya dan mencintai hamba Allah karena Allah di muka bumi.*” Ia pun memberi nasihat pada orang lain. Kemudian dalam caption postingan tersebut, ditutup dengan mengatakan

bahwa, Semoga Allah SWT memberikan kita sifat saling mencintai sesama muslim dengan saling menasihati dalam hal kebaikan dan takwa.

Akan tetapi, berdasarkan dari sekian banyak yang telah dibahas oleh akun @Bimbingan\_Islam di dalam postingannya, peneliti menemukan suatu kalimat yang tidak pantas untuk disajikan kepada khalayak publik, di mana akun tersebut menggunakan bahasa yang rancu dan kasar dalam menyiarkan kajian agama melalui media sosial seperti yang muncul suatu komentar-komentar dari para netizen, berikut:

Gambar 10.

Bukti data (komentar) terhadap postingan tersebut



Pada dasarnya, dalam melakukan suatu dakwah atau menyiarkan agama baik dalam dunia online maupun offline harus dengan menggunakan bahasa yang santun, bijaksana, persuasif, dengan cara yang baik (al-Ahsan). Kemudian setelah postingan majalah online tersebut terbit dan disaksikan oleh banyak orang (di publikasi), tidak lama kemudian muncul komentar dari para netizen yang membuat postingan tersebut kurang berkenan di hati netizen. Kata yang dimaksud adalah “Mikir!” yang dilanjutkan oleh kalimat rancu “*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan*”.

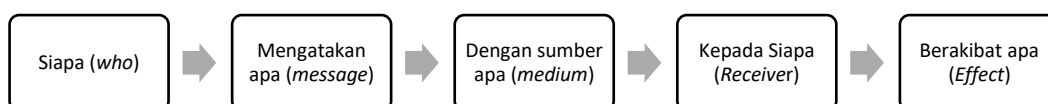
Ungkapan lain yang kurang enak dibaca adalah *pertama*, dari @andi.onum, “*anta buat quote semacam itu mikir dulu gak min?!*”. *Kedua*, ungkapan dari @tasrifin70 bahwa, “*Santunlah dalam berdakwah!!*”. *Ketiga*, ungkapan dari @denyzeeb bahwa, “*sekarang bukan menasehati yang jadi masalah atau orang-orang yang dinasehati, tetapi masalahnya adalah pada sebagian penasehat sekarang ini banyak yang kacau, gak tau tempat, dan sering menabrak fiqh yang ada, merasa lebih baik dan hanya bikin onar dikalangan “thalabul ilmi”, contoh kecil di antara contoh-contoh yang banyak, ada ikhwan yang sudah mengetahui hukum ghibah dan fiqh kebolehannya kepada ahlul bid’ah. Namun ada yang datang kepadanya menasehati haramnya ghibah, ikhwan tadi paham namun selalu dikatakan bahwa ghibah haram. Akhirnya ikhwan menjelaskan balik bahwa benar haram, namun di sisi fiqh ada jalur-jalur udzur membongkar suatu amalan bid’ah yang dilakukan ahlul bid’ah, namun*

yang menasehatinya tetap saja mengatakan ghibah haram padahal gk ada juga ngehalalin. Siapa yang salah?” Keempat, ungkapan dari @sheisdei bahwa, “Maaf, kakak admin. Penggunaan kalimat dalam poster ini juga kurang halus, yaitu terdapat pada kata “mikir!”. Ini memberikan konotasi rasa yang kurang pas dengan isi poster yaitu tentang adab memberikan nasihat. Mohon maaf ya kakak admin. Semoga bisa di perbaiki isi posternya”.

## 2.6 Analisis Komunikasi Lasswell terhadap Postingan Gambar 9

Menurutnya komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, yang dapat diturunkan menjadi lima unsur yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu sumber (*medium*), *source* (komunikator), *massage* (pesan), *reciever* (komunikan), dan *effect* (efek) (Mulyana, 2000)

**Gambar 11.**  
*Lasswell's Communication Model*



### a. *Siapa (who)*

Siapa yang mengirim pesan atau postingan? Pelaku yang mengirim postingan atau pesan adalah akun instragram @Bimbingan\_Islam. Pihak tersebut merupakan aktor yang menyampaikan pesan, pembuat *quotes*, memposting tulisan, dan pembuat konten video. Akun @Bimbingan\_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube.

Akun @Bimbingan\_Islam adalah akun media sosial yang populer di kalangan milenial. Pada akun Instragram (IG) @Bimbingan\_Islam tersebut sudah mempunyai pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan. Sedangkan pada akun Facebook (FB) @Bimbingan\_Islam sudah mempunyai pengikut sebanyak 178 rb dan total jumlah *like* (suka) pada postingannya sebanyak 150 rb *like* (suka). Sedangkan pada akun YouTube, dengan nama channel yaitu BiASTV. Channel BiASTV sudah mengantongi subscriber dengan jumlah 26,6 rb subscriber dengan total jumlah konten video yaitu 765 video. Artinya bahwa, akun @Bimbingan\_Islam ini adalah akun yang sangat populer dengan membekali jumlah pengikut yang tidak sedikit dan reputasi akun yang sangat baik.

### b. *Mengatakan apa (Massage)*

Akun @Bimbingan\_Islam memposting sebuah majalah online di Instagram tentang “*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan, Mikir!*”. Kemudian terdapat pendapat ulama yang dikutip, yaitu Imam Al-Khattabi rahimahullah dan Imam al-Hasan al-Bashri dalam Kitabnya yang



berjudul “*Jami’ul Ulum wal Hikam*”. Imam Al-Khattabi mengatakan bahwa, “*Nasehat merupakan kalimat ungkapan yang mengandung makna menginginkan kebaikan kepada yang dinasehati*”. Sedangkan menurut dan Imam al-Hasan al-Bashri pernah memberikan nasihatnya bahwa, Sesungguhnya hamba yang di cintai di sisi Allah adalah yang mencintai Allah melalui hambaNya dan mencintai hamba Allah karena Allah. di muka bumi, ia pun memberi nasihat pada orang lain.

c. *Dengan sumber apa (Medium)*

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, @Bimbingan\_Islam menggunakan media Instagram, Facebook, dan Youtube. Namun, pada masalah gambar 9 ditemukan dalam sumber platform media sosial Instagram. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwa akun Instagram @Bimbingan\_Islam memiliki pengikut sebanyak 519 rb *followers* dan telah menerbitkan atau memposting kajian agama sebanyak 4.440 postingan.

d. *Kepada siapa (Receiver)*

Pesan tersebut ditujukan kepada generasi milenial yang sekaligus sebagai bagian dari pengikut (*followers*) akun @Bimbingan\_Islam, dengan rentang usia 18 tahun hingga 34 tahun ini, terhitung sebanyak 144,30 juta pengguna internet yang didominasi oleh generasi milenial atau sekitar 50% penduduk di Indonesia. Kemudian pengguna internet pada rentang usia 35 tahun hingga 54 tahun terhitung sebanyak 30%. Sedangkan pengguna internet pada rentang usia 12 tahun hingga 17 tahun terhitung sebanyak 20% (Bohang, 2018).

e. *Berakibat apa (Effect)*

Akibatnya adalah muncul komentar-komentar dari para netizen yang membuat postingan tersebut menjadi sesuatu yang kurang berkenan di hati netizen. Hal ini dikarenakan bahwa, terdapat kata yang kurang berkenan dalam postingan tersebut yaitu kata “*Mikir!*”, dengan adanya kata tersebut sehingga memunculkan suatu komentar-komentardari para netizen. Adapun kalimat yang dimaksud rancu adalah “*Nasihat Itu Anda Suka Orang Lain Jadi Lebih Baik, Bukan Lari Dari Kebaikan*”. Pada dasarnya, dalam melakukan suatu dakwah atau menyiarkan agama baik dalam dunia online maupun offline harus dengan menggunakan bahasa yang santun, dengan penuh bijaksana, dengan penuh persuasif, dengan cara yang baik (al-Ahsan), tetapi bukan dengan cara yang kasar dan kalimat yang rancu, seperti dalam postingan tersebut.

Islam mengajarkan “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. Al-Nahl [16]: 125). Rasulullah SAW juga mengingatkan bahwa sebaik-baiknya sikap ketika berdakwah adalah dengan menggunakan sikap yang sangat moderat, penuh bijaksana, dengan bahasa yang santun serta tidak rancu, dengan penuh cinta, dan dengan penuh cara yang halus serta tidak ada paksaan. Seandainya Rasulullah SAW dahulunya berdakwah dengan cara yang kasar, tidak bijaksana, tidak penuh

cinta, dan tidak moderat maka mungkin tidak ada satupun pengikut yang bersedia mengikuti ajaran yang dibawa oleh Rasulullah SAW, karena orang-orang pasti akan menjauh dan benci dengan beliau. Akan tetapi, buktinya tercipta banyak pengikut Rasulullah SAW di seluruh penjuru dunia. Ia mengembangkan sikap dan metode yang baik dalam berdakwah baik di dunia online maupun offline adalah menggunakan cara persuasif, penuh kasih sayang, penuh cinta, penuh kebijaksanaan, dan penuh ketulusan.

### 3. KESIMPULAN

Ketika menyampaikan atau menyiarkan kajian agama di dunia *Cyber Religion* memang terkesan sangat mudah, simple, dan canggih, sehingga mampu membuat daya tarik bagi generasi milenial untuk senantiasa terus memperdalam, mengupgrade, dan mengasah wawasan tentang agama. Namun dalam menyampaikan kajian agama di media sosial, harus memperhatikan penggunaan bahasa yang santun. Apabila dalam menyampaikan kajian agama menggunakan bahasa yang kasar, maka akan memunculkan permasalahan di dalamnya. Sebagaimana yang terjadi pada akun @Bimbingan\_Islam sebagai salah satu bentuk praktik dari *Cyber Religion*. Akun ini sebenarnya telah banyak membahas berbagai kajian, seperti kesabaran, nasehat hidup, istiqomah dalam beribadah, kemuliaan dzikir, kemuliaan bersholaawat, dan lain-lain. Sebagai generasi milenial yang cerdas dan cinta terhadap agama, tentu akan cepat merespon terkait perihal tersebut, namun juga cepat bereaksi manakala terdapat suatu kesalahan, dan tidak asal telan ketika menerima isi postingan. Karenanya, akun ini layak menyaring dan memilah-milah ilmu yang disampaikan yaitu dengan mengambil konten yang baik dan membuang yang buruk.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A., & Riyanto, W. F. (2014). Integrasi-Interkoneksi Psikologi (Implementasi Bagi Penyusunan Buku Ajar di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Psikologi Integratif*, 2(1), 1–21. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/index.php/PI/article/view/214%5Cnhttp://ejournal.uin-suka.ac.id/index.php/PI/article/viewFile/214/207>
- Acep Aripudin. (2023). When Quranic Learning Goes Online: The Phenomenon of Yusuf Mansur in Da'wah Marketing Facing the Covid-19 Pandemic. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 17(1).
- Andika, A. (2022). Agama Dan Perkembangan Teknologi Di Era Modern. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 2(2), 129. <https://doi.org/10.22373/arj.v2i2.12556>
- Ar'Rayyan, F., Kamalludin, & Suhendra. (2022). Peran Instagram sebagai Media Dakwah pada Masa Pandemi: Strategi Dakwah Akun @Penuntutilmu.Bogor. *Jurnal Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(2), 81–97. <https://doi.org/http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/view/546>

- Bohang, F. K. (2018a). *Berapa Jumlah Pengguna Internet di Indonesia?* Kompas.Com.
- Bohang, F. K. (2018b). Berapa Jumlah Pengguna Internet di Indonesia? In *KOMPAS.COM*. Kompas.com.
- Brasher, B. E. (2001). *Give Me That Online Religion*. Jossey-Bass.
- Budiasa, I. M. (2020). Metode Etnografi Virtual dalam Analisis Cyber Religion di Era Digitalisasi. *Seminar Nasional Ilmu Komunikasi Di Era Milenial IHDN*, 2.
- Campbell, H. (2006). Religion and The Internet. *Journal Communication Research Trends: Centre For The Study Of Communication And Culture*, 25(1), h. 4.
- Dawson, L. L. (1998). Anti-modernism, modernism, and postmodernism: Struggling with the cultural significance of new religious movements. *Journal Sociology of Religion*, 59(2), h. 131-156.
- Fakhrurroji, M. (2017). *Dakwah di era media baru: Teori dan aktivisme dakwah di internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Goffman, E. (1959). The Moral Career of The Mental Patient. *Journal Psychiatry*, 22(2), h. 123-142.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for Internet. Embedded, Embodied, and Every day*. Bloomsbury Academic.
- Hojsgard, M. T. (2005). *Religion and Cyberspace*. Routledge.
- Kurnia Muhajarah, & Muhammad Nuqlir Bariklana. (2021). Agama, Ilmu Pengetahuan Dan Filsafat. *Jurnal Mu'allim*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.35891/muallim.v3i1.2341>
- Malik, H. (2021). Cyber Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital. *Jurnal Komunika*, 4(1), h. 63-78.
- Malik, H. (2021b). Cyber Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital. *Komunika*, 4(1), 63–78. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>
- Manheim, K. (1952). *The Problem of Generations: In Essays on The Sociology of Knowledge*. Routledge.
- Masluhah, & Hafid, A. (2021). Regenerasi Dakwah Humanis di Era Cyber Religion. *Jurnal Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 66–79. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v20i2.5611>
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Oktavia, N. A., Muhid, A., & Hamidah, L. (2021). Cyber-Religion Pada Generasi Z: Kontribusi Mindfulness Terhadap Penggunaan Akun Dakwah Jejaring Sosial Sebagai Referensi Keagamaan. *Jurnal PSIKOISLAMEDIA: Jurnal Psikologi*, 6(1), 108–121. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/psikoislamedia.v6i1.7939>
- Prasetya, H. (2013). VIRTUAL ETNOGRAPHY (Kajian Etnografi Komunikasi pada Media Sosial Facebook di Indonesia). *Jurnal Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(4), 355–371. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v12i4.118>
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Jurnal Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/qaumiyah.v1i1.4>
- Rakhman, M. A., & Haryadi. (2019). Perilaku dan Partisipasi Politik Generasi Z. *Jurnal JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik*, 3(1), 29–40.
- Schimmel, A. (1994). *Deciphering the signs of God: A phenomenological approach to Islam*. State University of New York Press Albany.
- Setiyawati, A., Sofian, A., & Parmudi, M. (2019). Komunikasi Agama di Dunia Virtual: Kajian terhadap Fanpage Santrionline. *Jurnal JSW: Jurnal Sosiologi Walisongo*, 3(2), 125–144. <https://doi.org/10.21580/jsw.2019.3.2.5023>
- Silalahi, J. N. (2018). Tantangan Hidup Perempuan Generasi Milenial “Berkarir Atau Menikah. *Journal Sosiologi*, 1(2), 92–100.
- Soehadha, M. (2021). MENUJU SOSIOLOGI BERAGAMA: Paradigma Keilmuan dan Tantangan Kontemporer Kajian Sosiologi Agama di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14421/jsa.2021.151-01>
- Sonjaya, A., & Rahayu Diningrat, B. (2023). Relasi Agama dan Politik di Indonesia. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i1.82>
- Sulastri, I., Gustia, A. Y., & Juniati, L. (2020). Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da’i Di Kota Padang. *Jurnal Al-Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(2), 153–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.2081>
- Toni, H., Rolando, D. M., Yazid, Y., & Putra, R. A. (2021). *Fenomena Cyber Religion sebagai Ekspresi Keberagaman di Internet pada Komunitas Shift*. 32(1), 56–74. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v32i1.11626>