

Dinamika Ekspresi Religius Subkultur: Sebuah Perlawanan Terhadap Normativitas Beragama di Media Sosial

Hilda Rahmah¹, Hanry Harlen Tapotubun²

Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang¹

Fakultas Sosial Keagamaan, Institut Agama Kristen Protestan Negeri Ambon²

*hilda@usm.ac.id*¹, *andyambon@gmail.com*²

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan melihat dinamika ekspresi religius milenial yang berbeda dalam kehidupan nyata dan di media sosial. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi dan studi *literature*, penelitian ini membandingkan data secara virtual melalui wawancara dan observasi partisipan dalam platform media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Berdasarkan temuan, ekspresi religius milenial di media sosial cenderung dinamis, berbeda dengan realita keseharian mereka yang cenderung mengikuti praktik beragama yang dominan dalam masyarakat. Woodward menyebutnya sebagai *fluid*, bahwasanya identitas bisa saja terus berubah mengikuti setting sosial dimana individu berada. Dualisme ekspresi milenial ini tidak lepas dari keberadaan kultur dominan yang menuntut milenial untuk mengekspresikan religiusitasnya dalam kegiatan seperti rajin beribadah, menjadi anggota organisasi keagamaan, serta mengikuti kegiatan kerohanian. Kegiatan ini dianggap sebagai ekspresi religius yang mapan dalam masyarakat, bahkan menjadi standar dalam menentukan tingkat religiusitas seseorang serta menjadi sarana untuk mengesklusikan seseorang dari masyarakat di lingkungan tempat tinggalnya. Fenomena ekspresi religius milenial yang berlawanan dengan kultur beragama dominan dapat diidentifikasi sebagai bagian dari subkultur. Kelompok subkultur kerap kali menyuarakan aspirasinya untuk melawan norma dan standar sosial yang mapan, dominan serta populer dalam sebuah kebudayaan masyarakat. Namun disisi lain, karakter dan identitasnya yang cair menunjukkan bahwa bentuk resistensi tidak selalu ditunjukkan dengan sebuah perlawanan sengit dalam satu ruang saja, dalam hal ini di ruang virtual. Kultur ekspresi beragama di media sosial yang kontras dengan ekspresi di kehidupan nyata menempatkan milenial pada posisi post-subkultur, dimana hal ini menandakan bahwa ada negosiasi yang dilakukan dalam upayanya menyampaikan sebuah aspirasi.

Kata-kata Kunci: Ekspresi Religius, Milenial, Subkultur, Media Sosial

The Dynamics Of Subcultural Religious Expression: A Resistance to Religious Normativity In Social Media

ABSTRACT

This article aims to analyze at the dynamics of millennial's religious expressions in real life and on social media. Using a qualitative approach with netnographic methods and literature studies, this study compares the virtual data through interviews and participant observation on the Instagram and WhatsApp. Based on the findings, millennial's religious expressions on social media tend to be dynamic, different from their daily reality which tends to follow the dominant style of religious expression in society. Woodward calls it fluid, that identity can continue to change following the social setting in which the individual is located. This dualism cannot be separated from the existence of a dominant culture that requires millennials to express their religiosity in activities such as diligently worshiping, being members of religious organizations, and participating in spiritual activities. These activities are considered as an established religious expression in society, and even becomes a standard in determining a person's level of religiosity as well as the way to exclude someone from the community in which he or she lives. The phenomenon of millennial religious expression

Published: Maret 2023

ISSN: 2622-5476 (cetak), ISSN: 2655-6405 (online) Website: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

as opposed to the dominant religious culture can be identified as part of a subculture. Subcultural groups often voice their aspirations in various forms, including ways to go against the dominant and popular social norms in a society. However, their fluid character and identity shows that the form of resistance is not always shown by a fierce resistance in one space, in this case in a virtual space. The culture of religious expression on social media that contrasts with expressions in real life places millennials in a post-subculture position, where this indicates that there are negotiations to convey an aspiration.

Keywords: Religious expression, Millenial, Subculture, Social Media

PENDAHULUAN

Peter L. Berger dalam tulisannya yang berjudul *"the decularization of the world"* (Vriese & Vanheeswijck, 2018), dunia di masa kini sedang bergerak menuju arah deselukarisasi, dimana fenomena ekspresi agama di ruang publik menjadi semakin intens dan masif. Lebih lanjut, Thiemann bahkan telah lebih dahulu menjelaskan bahwa ekspresi religius telah banyak ditemukan dalam berbagai segi kehidupan masyarakat, baik individu maupun komunal dalam tatanan negara dan masyarakat demokrasi. Ia mencontohkan bahwa popularitas ekspresi religius di ruang publik mengambil banyak bentuk, antara lain seperti penggunaan narasi agama dalam pengambilan kebijakan politik, kontruksi budaya populer yang bernuansa religius, bahkan fenomena kesalehan publik yang semakin populer di media seperti TV, majalah, dan lain sebagainya (Graham, 2013).

Berkaitan dengan fenomena desekularisasi tersebut, salah satu hal yang kian lazim dijumpai ialah ekspresi keagamaan atau religius di ruang-ruang media sosial. Ekspresi-ekspresi religius tersebut saat ini menjadi semakin intens, khususnya di kalangan milenial sebagai generasi digital native yang akrab dengan media sosial. Ekspresi religius ini kerap kali ditunjukkan dengan postingan khotbah atau ceramah dalam bentuk kata-kata, gambar maupun video, yang menunjukkan simbol-simbol keagamaan tertentu. Eksistensi ekspresi

agama di ruang virtual menjadi populer dan tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan milenial sehari-hari. Hal ini menjelaskan bahwa milenial mengambil peran dalam menciptakan corak beragama yang beragam baik dari segi wujud postingan maupun isi atau kandungan makna dalam postingan tersebut.

Salah satu hal yang menarik untuk diperhatikan disini adalah bahwa ekspresi religius yang ditunjukkan di media sosial, terutama pada media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* melalui fitur *stories* oleh milenial terlihat berbeda bahkan kontras dengan ekspresi religius yang mereka lakukan sehari-hari dalam konteks kehidupan nyata (*real life*) atau kehidupan sehari-hari, yang pada umumnya mengikuti kebiasaan, pola serta corak beragama populer dan dominan di masyarakat tempat tinggal. Misalnya, di beberapa momen mereka mengkritik cara beribadah yang dianggap keliru, namun di konteks kehidupan nyata sehari-hari, mereka justru tetap mengikuti dan bahkan menghidupi cara beribadah yang mereka kritisi di media sosial. Pada konteks ini, terlihat adanya semacam dualisme dalam hal mengekspresikan cara beragama, yang menunjukkan ketidaksepahaman terhadap praktik serta kultur beragama yang normatif. Berangkat dari fenomena sosial tersebut, penelitian ini tertarik membahas lebih lanjut mengenai bagaimana sebagian kelompok milenial atau yang disebut subkultur ini

mengekspresikan religiusitasnya yang berbeda antara dunia nyata dan dunia maya, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp.

METODOLOGI

Untuk bisa melihat lebih jauh ke dalam fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis metode netnografi, dengan melakukan observasi partisipan pada aktivitas dan postingan informan di WhatsApp dan Instagram. Netnografi merupakan metode penelitian etnografi digital untuk melihat gejala-gejala sosio-kultural manusia dalam ruang-ruang virtual (Kozinets, 2015). Informan dalam penelitian ini merupakan kaum milenial yang kerap kali membagikan postingan yang kontra dengan praktik beragama di kehidupan sehari-hari. Proses pengumpulan data dilakukan dari Oktober hingga Desember 2022, dengan wawancara dan observasi partisipan di masing-masing akun instagram dan WhatsApps informan. Selain itu, penelitian ini turut melibatkan studi kepustakaan, dengan mereview dan menganalisis hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan isu ekspresi religius di ruang virtual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada isu yang sama, Epafras dalam tulisannya menjelaskan tentang ragam ekspresi religius anak muda di media sosial. Dalam temuan Epafras, terlihat bahwa ekspresi anak muda di media sosial sangat beragam, mulai dari ekspresi beragama yang sangat eksklusif hingga ekspresi yang cenderung bernuansa pluralis (Epafras, 2016).

Selain itu, Azis juga membahas mengenai religiusitas masyarakat di era digital, dimana media sosial telah menjadi salah satu bagian integral dari kehidupan beragama masyarakat masa kini (Azis, 2018). Lebih jauh lagi, Asmar dalam tulisannya justru melihat bahwa di era digital ini, media sosial telah menjadi salah satu media yang sangat signifikan dalam berdakwah (Asmar, 2020).

Sementara itu, Syahputra dalam tulisannya membahas tentang signifikansi media sosial dalam membentuk corak beragama dalam masyarakat, dimana eksklusivisme beragama menjadi salah satu yang cukup mengkhawatirkan (Syahputra, 2018a). Lebih lanjut, Syahputra dalam tulisannya yang lain membahas tentang peran media sosial dalam membangun suatu corak beragam yang eksklusif, yang berdampak pada persekusi terhadap golongan minoritas dalam konteks masyarakat Indonesia (Syahputra, 2018b). Senada dengan hal itu, Sadida dan Sofia juga membahas dalam temuannya bahwa, semakin eksklusif seseorang atau sekelompok orang dalam beragama, semakin intens juga ekspresi prasangka terhadap agama lain di media sosial (Sofia & Sadida, 2021). Hal tersebut juga berkaitan dengan riset yang dibahas oleh Sadida dan Pratiwi yang menjelaskan bahwa ujaran kebencian menjadi salah satu tantangan dalam hal menunjukkan ekspresi agama di media sosial (Sadida & Pratiwi, 2020). Dari ragam penjabaran tersebut, terlihat bahwa ekspresi religius di media sosial memiliki sebab dan akibat yang cukup beragam.

Namun demikian, berbagai penelitian dan tulisan di atas belum mampu menjawab sebuah pertanyaan besar, mengapa terdapat perbedaan

ekspresi religius antara dunia maya dan nyata, misalnya di kalangan kaum muda khususnya generasi milenial. Oleh sebab itu, tulisan ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tersebut.

Seperti yang telah dipaparkan oleh Epafras, *Pew Research Center* mengklasifikasikan milenial sebagai generasi yang terlahir pada rentang tahun 1981-1997. Generasi ini diklaim sangat dekat dan akrab dengan dunia digital, sehingga disebut juga dengan “*digital native*”. Namun demikian, Epafras mengkritik konsep tersebut sebab menurut argumennya, definisi itu cenderung dibuat dengan standar Amerika atau Eropa, namun kurang relevan jika diterapkan dalam konteks masyarakat Indonesia. Ia kemudian menawarkan alternatif lain bahwa dalam konteks Indonesia, milenial adalah mereka yang terlahir di era 1971-1997. Hal ini berdasarkan alasan bahwa pada era ini, perkembangan teknologi digital di Indonesia mulai berkembang secara pesat sebagai akibat dari runtuhnya era orde baru di tahun 1998 (Epafras, 2016).

Di sisi lain, beberapa argumen menawarkan definisi berbeda mengenai milenial di Indonesia. Dalam buku statistik gender tematik yang dikeluarkan oleh Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak tahun 2018 memperlihatkan kategori definisi milenial terlahir di kurun waktu 1980-2000 dengan asumsi bahwa generasi tersebut telah mengalami peralihan dari dunia yang belum erat dengan digitalisasi ke dunia yang sangat ter-digitalisasi (PPPA, 2018). Argumen tersebut juga diperkuat dengan studi dari Hidayatullah dan rekan-rekan yang juga menyatakan bahwa generasi milenial Indonesia ialah mereka yang terlahir di era

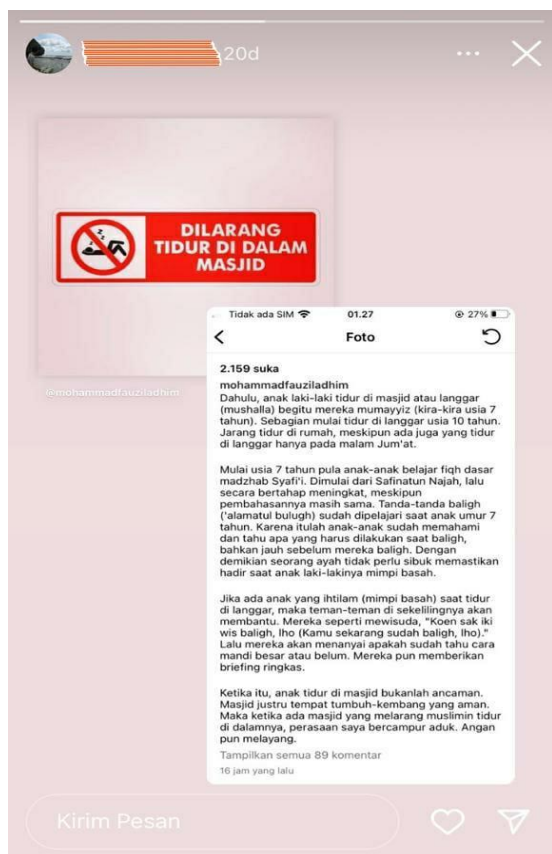
1980-2000 (Hidayatullah et al., 2018). Dengan demikian, tulisan ini akan mengadopsi definisi dan klasifikasi tersebut, bahwa milenial Indonesia adalah mereka yang terlahir pada rentang waktu 1980an-2000an atau pada rentang usia 20an hingga 30an tahun pada 2022, pada era digitalisasi di Indonesia.

Menurut data *Indonesian Digital Report* yang dikeluarkan oleh lembaga *we are social* bekerjasama dengan *hootsuite.com*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia, pada Januari 2021 berada pada kisaran 170,0 juta jiwa, meningkat sebanyak ± 10 juta jiwa dari survei yang dilakukan tahun 2020. Angka tersebut menunjukkan bahwa 61,8 % penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Lebih lanjut, *Indonesian Digital Report* juga melaporkan bahwa waktu rata-rata yang digunakan untuk mengakses media sosial dalam sehari ialah 3 jam 14 menit. Selain itu, berdasarkan data global yang dihimpun dari *Google Play*, aplikasi media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* menjadi platform yang paling sering diakses dengan total pengguna lebih dari 1 miliar (Starri, 2020). Spesifik dalam konteks usia pengguna media sosial, *Indonesian Digital Report* melaporkan bahwa generasi milenial menjadi generasi yang sangat mendominasi. Dalam hal ini, pengguna dalam kisaran usia 18-24 tahun berada pada angka 30,7%, usia 25-34 tahun berjumlah 34,1%, sedangkan kelompok usia 35-44 tahun berada pada kisaran 13,1%. Sejalan dengan hal tersebut, pandemi Covid-19 cukup berkontribusi dalam peningkatan penggunaan media sosial di kalangan milenial Indonesia, terutam dalam mengakses media sosial, antara lain *instagram*,

WhatsApp maupun facebook (Harahap & Adeni, 2020). Pernyataan tersebut agaknya sejalan dengan survei yang dilakukan oleh *Facebook* bekerja sama dengan *YouGov* yang dilaporkan dalam laman *mediaindonesia.com*, menunjukkan bahwa angka keaktifan masyarakat di media sosial mengalami peningkatan pesat di masa pandemic Covid-19, baik dalam bentuk interaksi maupun dalam bentuk aktivitas perdagangan (Media Indonesia, 2021). Dalam konteks Indonesia, penggunaan media sosial, terutama *Instagram* dan *WhatsApp* sangat didominasi oleh generasi milenial, hal ini berbeda dengan generasi Z yang cenderung aktif memanfaatkan platform *TikTok* untuk mengekspresikan dirinya. Meskipun sebagai *digital native*, milenial memiliki cara pandang yang lebih idealis dibandingkan generasi Z, dengan cara hidup yang lebih instan. Ekspresi religius yang ditunjukkan generasi milenial menunjukkan perspektif yang berbeda, tidak hanya sekedar ingin mencari popularitas dan validasi dari orang lain. Berbeda dengan generasi milenial, generasi Z cenderung membentuk konsep dirinya melalui media sosial, seperti *TikTok* untuk kepentingan viral, media promosi serta menerima baik pujian, kritik dan saran (Mustaqimmah & Sari, 2021). Perbedaan perspektif ini menjadi pendorong penelitian ini memilih generasi milenial sebagai bahan kajian untuk melihat ekspresi-ekspresi religius yang kerap kali terlihat kontra di media sosial.

Ekspresi Religius Subkultur di Media Sosial: Sebuah Perlawanan Terhadap Normativitas Beragama

Kehadiran ekspresi religius yang dilakukan oleh kelompok milenial di sosial media seperti *Instagram* dan *WhatsApp* rupanya tidak bisa dipandang sebagai sebuah hal yang netral. Ekspresi beragama kerap kali ditunjukkan secara normatif dan dominan dalam kehidupan sehari-hari, seperti rajin ke masjid atau gereja, menjadi anggota organisasi keagamaan, menggunakan atribut keagamaan seperti sarung, hijab, celana panjang di atas mata kaki ataupun kopyah serta mengikuti kegiatan kerohanian. Sementara itu, di sisi yang berlawanan, ternyata para milenial ini memilih untuk menunjukkan ekspresi religiusnya melalui postingan, gambar dan teks pada platform-platform online dengan konotasi dan muatan yang kontras dengan ekspresi beragama populer yang kerap kali ia lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran fenomena ini membuka mata kita pada sebuah praktik kultur dalam bentuk yang resisten. Stuart Hall dan Tony Jefferson mendefinisikan ekspresi kaum muda sebagai bagian dari subkultur yang memiliki makna resistensi simbolik terhadap praktik kultur dominan atau budaya mainstream (Sutopo et al., 2020). Resistensi simbolik ini diwujudkan milenial dalam postingan gambar, teks, serta konten dakwah dalam beranda maupun fitur stories *Instagram* dan *WhatsApp*, dimana hal ini menjadi bentuk perlawanan dan perebutan ruang virtual yang sangat politis. Berikut beberapa bentuk postingan informan dalam penelitian ini:



Gambar 1.Foto Unggahan Informan

Sumber: Instagram, 2022

Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan sebuah unggahan salah satu informan yang tidak setuju perihal larangan tidur di masjid, dimana saat ini sudah menjadi peraturan umum yang diberlakukan di beberapa masjid, termasuk masjid di sekitar tempat tinggalnya. Keberatan ini lantas diekspresikan dengan cara mengunggah ulang postingan salah satu influencer yang dirasa mampu mewakili opininya. Berdasarkan keterangan DF, salah satu informan penelitian ini menjelaskan bahwa:

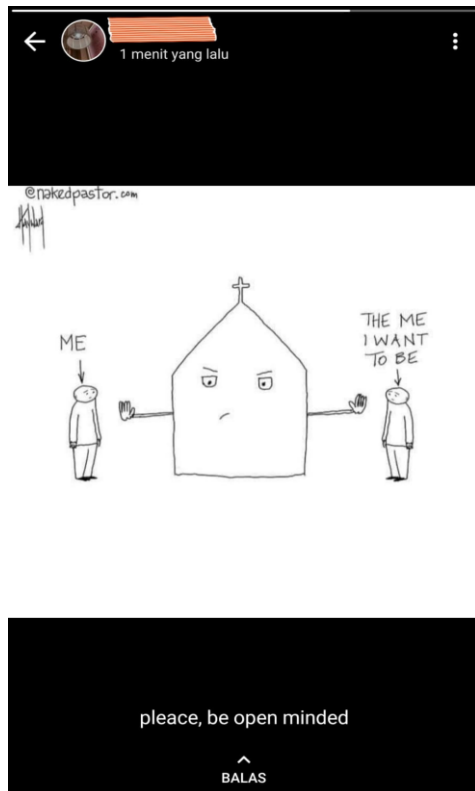
“Larangan gak boleh tidur di masjid itu agak rancu, aslinya dulu masjid menjadi tempat tidak hanya untuk beribadah seperti sholat, namun istirahat dan juga sarana pendidikan. Banyak anak-anak belajar di masjid. Namun saat ini kok tidur di masjid seperti dilarang, takut masjid kotor dan lain

sebagainya. Fungsi masjid yang berubah ini menjadikan tempat ibadah akhirnya sepi dan masyarakat jadi enggan datang ke masjid. Postingan ini biar orang-orang tau bahwa peraturan seperti ini agak rancu, walaupun saya ya ndak berani tidur di masjid juga kalau sudah lihat tulisanya.” (DF, wawancara 15 Desember 2022).

Gambar tersebut sekaligus menjelaskan fenomena perlawanan subkultur terhadap kultur beragama yang dominan, dengan menempatkan media sosial menjadi wadah terbentuknya aspirasi milenial yang memiliki haluan berlawanan dengan kultur beragama yang kerap kali ditunjukkan oleh kalangan umum. Hal yang sama turut tergambar jelas dalam wawancara yang dilakukan dengan salah seorang narasumber berinisial KS. Pada wawancara yang dilakukan, KS menjelaskan bahwa:

“Corak ekspresi beragama dalam masyarakat terlihat sangat simbolik, namun melupakan hakekat dasar dari agama tersebut. Oleh sebab itu, media sosial menjadi tempat yang cocok untuk menunjukkan ekspresi religius yang berbeda.” (KS, wawancara 12 November 2022).

Di sisi lain, narasumber lain juga menjelaskan bahwa popularitas dan dominasi ekspresi religius yang normatif dalam masyarakat cukup mengekangnya untuk menunjukkan keunikan ekspresi religiusnya dalam dunia nyata.



Gambar 2 Foto Unggahan Informan

Sumber: WhatsApps, 2022

Seperti hal nya yang tertera dalam gambar 2 di atas, media sosial telah memungkinkan menjadi tempat paling sesuai untuk menyuarakan aspirasi oleh milenial, karena dianggap tidak terikat dengan normativitas dalam masyarakat. Salah satu informan yang mengunggah gambar di atas menjelaskan:

“Di masa kini, meski kebebasan beragama cukup dijamin, namun kebebasan berekspresi tentang keyakinan agama di dalam internal suatu komunitas agama (kristen) sangat tidak bebas dan tidak *open-minded*. Saya cukup mengalami hal tersebut ketika orang-orang yang saya kenal menganggap saya telah melenceng ke cara beragama yang sesat hanya karena saya sering berbicara tentang hubungan antara agama, spiritualitas dan kelestarian lingkungan. Oleh

sebab itu, ekspresi beragama yang seperti itu mungkin lebih cocok saya posting di akun medsos saya, sebab terasa lebih bebas dan tanpa intervensi langsung” (INT, wawancara 25 November 2022)

Berbeda dengan INT, informan AF menambahkan bahwa adanya ekspresi religius yang ia tunjukkan di media sosial berkaitan dengan tujuannya untuk menentang normativitas beragama yang dianggap kaku. Dalam hal ini, ia menjelaskan bahwa:

“Ekspresi beragama saat ini menurut sangat simbolik. Orang rajin beribadah, tapi perilaku mereka tidak mencerminkan ajaran agama tersebut, bahkan cenderung untuk membenci agama lain. Di sisi lain, hal-hal tersebut justru dianggap wajar. Karena saya bukan siapa-siapa dan tidak punya status sosial dalam kehidupan sehari-hari saya di masyarakat, saya memilih untuk mengkritik perilaku tersebut di media sosial, terutama untuk mengkritik lembaga keagamaan” (AF, wawancara 18 Desember 2022)

Dengan demikian, terlihat bahwa agaknya ekspresi religius di media sosial oleh sebagian milenial bertujuan untuk melawan suatu tatanan yang mapan, dalam hal ini adalah ekspresi religius yang dianggap normatif dan simbolik yang telah mapan, populer dan dominan dalam masyarakat. Perlawanan tersebut kemudian disalurkan lewat berbagai platform media sosial sebab ekspresi religius yang kontras tersebut umumnya bertabrakan dengan norma sosial di dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram* dianggap oleh sebagian milenial tersebut sebagai ruang yang kondusif untuk menjadi berbeda dan melawan

norma-norma yang ada di dalam masyarakat dalam hal mengekspresikan keberagaman mereka tanpa ada intervensi langsung (*face to face*), sesuatu yang sangat dihindari sebab akan semakin mengeksklusi mereka dari kehidupan sosial dalam kehidupan nyata. Oleh sebab itu, media sosial bisa dikatakan menjadi ruang dalam membangun subkultur untuk melawan yang pragmatis, sebab perlawanan tersebut agaknya tidak secara frontal “merusak” kehidupan nyata mereka sehari-hari dalam relasi dengan masyarakat secara umum.

Hal yang menarik ialah bahwa beberapa milenial memiliki perbedaan yang cukup kontras dalam hal ekspresi religius baik di media sosial maupun di kehidupan nyata mereka sehari-hari. Seorang narasumber menjelaskan:

“Saya sebenarnya cukup religius seperti masyarakat pada umumnya. Saya rajin ke gereja, rajin memimpin ibadah, bahkan saya bekerja sebagai staff di salah satu institusi keagamaan” (KS, wawancara 12 November 2022)

Namun, dalam pantauan observasi yang dilakukan penulis terhadap ekspresi religiusnya di media sosial, narasumber KS agaknya cukup frontal, bahkan *satire* dalam mengkritik berbagai hal yang ada dalam institusi dan praktik keagamaannya. Berikut merupakan bentuk postingan ekspresi religiusnya dalam platform *WhatsApp*:



Gambar 3 Foto Unggahan Informan

Sumber: WhatsApp, 2022

Gambar 3, di atas memperlihatkan bahwa dalam konteks ekspresi religius, milenial memang memiliki perbedaan substansial antara yang mereka tunjukan di dunia nyata dan yang diposting di media sosial. Dalam gambar tersebut menunjukkan argumen yang kontra dari informan dalam memaknai cara pandang agama dan lingkungan hidup. Praktik agama dominan yang dilakukan masyarakat kerap kali tidak sejalan dengan upaya-upaya pelestarian alam dan lingkungan hidup yang dilakukan oleh masyarakat adat yang terpinggirkan dari pembangunan. Dalam hal ini, SR salah satu informan menegaskan bahwa:

“Seringnya masyarakat adat yang merawat hutan dan alam kehilangan haknya, bahkan tidak dianggap jadi bagian dari masyarakat pada umumnya dan terpinggir karena tidak memeluk agama dominan. Jadi saya tekankan lebih baik jangan lakukan upaya kristenisasi terhadap

masyarakat adat, biar saja adat dan alam tetap hidup saling menjaga.” (SR, wawancara 20 Desember 2022).

Sebagai sebuah fenomena yang lazim di masa kini, ekspresi religius di media sosial memperlihatkan satu hal yang menarik, bahwa setiap orang agaknya memiliki ekspresi yang beragam baik secara bentuk, isi dan kandungan-kandungan ideologisnya. Terutama di kalangan milenial, ekspresi yang beragam tersebut akhirnya menemukan momentum untuk disalurkan lewat media sosial, termasuk ekspresi yang bertujuan untuk mengkritik dan melawan ekspresi beragama yang mapan. Hal ini menunjukkan bahwa milenial berhasil memanfaatkan ruang media sosial sebagai sebuah “ruang sosial yang individualis”, sebab ekspresi yang ditunjukkan tersebut bertujuan memang untuk disampaikan terhadap khalayak, namun dengan tidak mengharapkan suatu intervensi balik dengan dasar yang normatif.

Antara Media Sosial Dan Real Life: Negosiasi Ekspresi Religius Milenial Dalam Dua Ruang

Melalui media sosial, milenial yang merupakan bagian dari subkultur mencoba untuk menunjukkan opsi lain bagaimana sebuah perlawanan bisa terbentuk secara simbolis, tanpa harus merasa terbebani dan melanggar norma atas konstruksi mengenai corak dan kultur beragama yang dominan. Dalam konteks ini, Media sosial sekaligus menawarkan alternatif bagi para subkultur untuk bisa bernegosiasi dengan keadaan. Subkultur merupakan bentuk kajian yang dipengaruhi oleh cara berpikir para intelektual yang tergabung dalam Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) yang berusaha

menunjukkan keberadaan kelompok budaya dominan dan kelompok budaya lain (di luar dominan). Dengan demikian, subkultur dapat dimaknai sebagai resistensi simbolis yang dilakukan kaum subordinat untuk dapat keluar dari dominasi budaya kelompok elit. Resistensi simbolik yang dilakukan subkultur tidak hanya diperuntukan untuk melawan budaya dominan kelompok elit, namun dalam prakteknya, kerap kali digunakan untuk melawan budaya kelas asal atau yang direpresentasikan sebagai orang tua, yang merepresentasikan budaya yang cenderung membelenggu generasi setelahnya. Berdasarkan praktiknya, kaum mudalah yang kerap melakukan resistensi simbolik kepada orang tua. Pasca perang dunia II, perubahan sosial, budaya, politik, pendidikan dan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, mendorong para kaum muda lebih berpikir liberal dan menunjukkan resistensi simbolik kepada cara hidup orang tua (Sutopo & Lukisworo, 2021).

Sebagai subkultur, milenial dianggap memiliki ideologi berbeda tentang satu tatanan norma atau standar sosial, dimana kerap kali mereka menunjukkan hal ini dengan cara melawan wacana dominan yang sudah mapan dan diwajarkan oleh masyarakat. Pada konteks ini, wacana yang sedang dilawan adalah tentang ekspresi beragama masyarakat dimana mereka tinggal. Sehingga, bisa dikatakan bahwa milenial tersebut berhasil memanfaatkan ruang virtual secara pragmatis untuk membangun sebuah gerakan simbolik yang tidak bisa mereka lakukan secara frontal di keseharian mereka.

Meski demikian, milenial yang menentang aktivitas peribadatan yang normatif pada akhirnya tetap berada pada kultur beragama dominan. Hal ini agaknya menjadi semacam antithesis dari gerakan perlawanan mereka di media sosial, namun juga bisa dipahami sebagai sebuah bentuk “post-subkultur” atau sebuah bentuk “fluiditas” identitas. Dengan demikian, sub-kultur hanya ada dalam bentuk ide-ide di dalam pikiran dan hanya bisa dituangkan secara frontal di media sosial. Sedangkan di *real life*, para milenial tersebut agaknya tetap menjaga posisi dengan secara rasional memilih untuk mengikuti ekspresi-ekspresi religius yang mapan dan populer di dalam masyarakat.

Dari kedua ruang tersebut, dapat dikatakan bahwa milenial sedang melakukan negosiasi dalam diri terhadap ekspresi religiusnya. Dalam hal ini, negosiasi bukan memilih salah satu model ekspresi beragama, atau memilah mana yang harus diadopsi menjadi ekspresi religiusnya, namun negosiasi yang melibatkan dua ruang sosial yang berbeda yaitu antara ruang *real life* dan ruang virtual. Secara sederhana, milenial sedang menghidupi subkultur dan post-subkultur dalam hal ekspresi religius secara bersamaan. Mereka sedang melawan lewat media sosial, namun secara keseluruhan dirinya, mereka sedang berbegosiasi dengan realita yang lebih kompleks. Lebih lanjut Woodward menambahkan bahwasanya identitas bisa saja terus berubah mengikuti *setting* sosial dimana individu berada. Identitas yang berubah (*fluid*) menjadi konsekuensi dari adanya interaksi yang terjadi diantara agensi (faktor internal) dan struktur (faktor eksternal). Interaksi dalam agensi

terjadi dalam realitas kehidupan keluarga dimana lembaga ini menjadi yang utama dalam hal mensosialisasikan bagaimana seharusnya ekspresi beragama yang normatif. Sementara itu, interaksi dengan struktur terjadi ketika individu dihadapkan pada dunia maya dimana terbukanya ruang kebebasan untuk mengekspresikan diri sesuai dengan apa yang diinginkan. Kedua faktor ini yang memunculkan sisi lain milenial, sehingga mereka akan terlihat memiliki identitas yang cair. (Woodward, 2000).

KESIMPULAN

Meskipun pada akhirnya ekspresi religius yang kontrak hanya dapat dipresentasikan oleh milenial di ruang virtual, namun resistensi simbolik ini mampu menjadi cara populer yang menunjukkan eksistensi serta identitas milenial sebagai individu yang otonom. Ekspresi kelompok subordinat agaknya memang cukup sulit untuk diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, sebab harus diakui, norma dan standar yang dominan dan populer dalam mendefinisikan ekspresi religius di masyarakat syarat dengan relasi kuasa yang timpang. Relasi ini terus diwariskan dan direproduksi, sehingga masih langgeng hingga sekarang. Oleh sebab itu, memilih untuk tetap berdampingan dalam praktik beragama yang dominan di masyarakat, dengan alasan agar mereka tetap bisa berada di dalam ruang sosial yang sama tanpa tereksklusi menjadi perlawanan yang unik. Dengan demikian, ada dua hal yang saling dinegosiasikan disini. Media sosial dipilih sebagai ruang untuk menunjukan ekspresi religius subkultur yang bertujuan melawan ekspresi yang dominan. Sedangkan dalam konteks *real life*,

milennial memilih untuk melampaui subkultur yang sedang mereka bangun di media sosial dengan menjadi pribadi yang tidak resisten terhadap norma dan standar beragama normatif yang sedang mereka lawan di media sosial.

Redhead dan Muggleton menjelaskan bahwa karakter yang bersifat cair tersebut justru sebagai kritik terhadap subkultur atau disebut post-subkultur sekaligus sebagai penanda sebuah kultur kaum muda. Resistensi simbolik sebagai karakter subkultur yang ditunjukkan oleh milenial melalui ekspresi religius yang berbeda di dunia maya dan nyata tidak selalu merepresentasikan sebuah bentuk resistensi kultur kaum muda (Sutopo et al., 2020). Lebih lanjut hal ini juga terkait bagaimana milenial ingin menunjukkan dan berbicara tentang ke-diri-an yang berbeda dengan khalayak, tanpa terikat dengan keharusan untuk “menjadi sama” dengan yang lain atau dengan yang dominan. Alasannya, sebab ekspresi beragama di ruang *real life* dalam praktiknya cenderung mengekang mereka untuk menampilkan ekspresi yang berbeda, sehingga media sosial menjadi semacam pelarian dengan memberikan ruang yang kondusif bagi para milenial untuk membangun wacana ke-diri-annya yang berbeda dengan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1). <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Aziz, A. (2018). *Religiusitas Masyarakat Urban di Era Digital (The Religiosity of Urban Communities in the Digital Era)*.
- Epafra, L. (2016). Religious e-Xpression among the Youths in the Indonesian Cyberspace. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 1–18. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.596>
- Graham, E. (2013). *Between a Rock and a Hard Place: Public Theology in a Post-Secular Age*. SCM Press.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Profesional :Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 6(2), 240. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Kozinets, R., V. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd edition). SAGE Publications Ltd;
- Media Indonesia. (2021). 140 Juta Pengguna Media Sosial di Indonesia Aktif Selama Pandemi. *Mediaindonesia.Com*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/386622/140-juta-pengguna-media-sosial-di-indonesia-aktif-selama-pandemi>
- Mustaqim, N., & Sari, N. D. (2021). *Konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikatif Tok di Kabupaten Rokan Hulu*. *Medium*, 9(2), 148-166. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8430](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8430)
- PPPA, B. P. S. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Sadida, N., & Pratiwi, T. A. (2020). Mawas diri berideologi: Tantangan berpartisipasi religius online di era ujaran kebencian. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(3), 261–269. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.25>
- Sofia, C., & Sadida, N. (2021). Hubungan Antara Orientasi Religius dengan Motivasi Mengekspresikan Prasangka di Media Sosial. *Jurnal As-Salam*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.37249/assalam.v5i1.249>
- Starri, M. (2020). *Digital 2020*. <https://wearesocial.com/digital-2020>.
- Sutopo & Lukisworo, O. R. & A. A. (2021). Memahami Budaya Kaum Muda di Era Digital. In *Perspektif Ilmu-Ilmu Sosial di Era Digital Distrupsi Emansipasi dan Rekognisi*. Gadjah Mada University Press.
- Sutopo, O. R., Wibawanto, G. R., & Lukisworo, A. A. (2020). Melampaui Subkultur/Post-Subkultur: Musisi sebagai Jalan Hidup Kaum Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 9(1), 1-12. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.55325>
- Syahputra, I. (2018a). *Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi & Peran Masyarakat Siber pada Aksi Bela Islam*.
- Syahputra, I. (2018b). Penggunaan Media Sosial Dan Kemarahan Religius dalam Kasus Pembakaran Vihara di Kota Tanjung Balai, Indonesia. *Epistémé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*,

13(1), 149–172.

<https://doi.org/10.21274/epis.2018.13.1.149-172>

Vriese, H. D., & Vanheeswijck, G. (2018). *The performative force of the postsecular* (1st Edition). Routledge.

Woodward, K. (2000). Questioning Identity: Gender, Class, Nation. In *An Introduction To The Social Sciences: Understanding Social Change*. Routledge.