

## Tantangan dan Implikasi Tampilan Agama di Media: Mengkaji Respons Masyarakat dan Dampak Sosial Politik

**Rokibullah, Cecep Hidayatulloh**

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

Email: [rokibullah06@gmail.com](mailto:rokibullah06@gmail.com), [cecephidayattulloh@gmail.com](mailto:cecephidayattulloh@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Dalam era digital, media berperan besar dalam membentuk pandangan masyarakat tentang agama. Sejak kemunculan internet, informasi agama menjadi lebih mudah diakses, namun hal ini juga menimbulkan berbagai reaksi dari masyarakat, baik yang positif maupun negatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami respons masyarakat terhadap representasi agama di berbagai media dan pengaruhnya terhadap pemahaman keagamaan mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan ajaran agama, membentuk persepsi, dan memengaruhi praktik keagamaan masyarakat. Terdapat beragam sikap masyarakat, yang dikelompokkan menjadi konservatif, moderat, dan liberal, yang masing-masing memiliki respons berbeda terhadap konten agama di media. Selain itu, media sosial menimbulkan tantangan baru seperti fenomena “ustaz selebriti” dan penyebaran misinformasi. Kesimpulannya, media memiliki peran ganda: sebagai sarana efektif untuk menyebarkan ajaran agama dan sebagai medium yang berpotensi menyebarkan polarisasi dan pemahaman dangkal. Untuk memastikan dampak positif, diperlukan konten yang berkualitas, etika penyajian, dan peningkatan literasi media bagi masyarakat.

**Kata kunci:** persepsi keagamaan; literasi media; komodifikasi agama

### ABSTRACT

*In the digital era, media plays a significant role in shaping public views on religion. Since the advent of the internet, religious information has become more easily accessible, but this has also led to various reactions from the public, both positive and negative. This study aims to understand the public's response to the representation of religion in various media and its influence on their religious understanding. This research uses a descriptive qualitative method. The results and discussion show that media has a great influence in spreading religious teachings, shaping perceptions, and influencing religious practices. There are diverse public attitudes, categorized as conservative, moderate, and liberal, each with a different response to religious content in the media. Social media, in particular, poses new challenges such as the "celebrity preacher" phenomenon and the spread of misinformation. In conclusion, media has a dual role: as an effective tool for disseminating religious teachings and as a medium with the potential to spread polarization and superficial understanding. To ensure a positive impact, it is necessary to present quality content, adhere to media ethics, and enhance media literacy among the public.*

**Keywords:** religious perceptions; media literacy; commodification of religion

---

### PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, media memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk pandangan masyarakat tentang berbagai aspek kehidupan, termasuk agama. Sejak kemunculan internet dan media sosial, informasi tentang agama menjadi lebih mudah diakses dan menyebar luas, menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa batasan geografis (Rubawati, 2018). Agama tidak lagi disampaikan hanya melalui lembaga keagamaan atau guru agama, tetapi kini hadir di berbagai platform media seperti televisi, media cetak, dan media sosial. Ini memungkinkan agama untuk disampaikan melalui berbagai format yang menarik dan modern, seperti ceramah online, video pendek, podcast, dan konten visual lainnya yang relevan dengan tren saat ini (Cholillah & Arju, 2024).

Kehadiran agama di media ini menimbulkan berbagai reaksi dan respons dari masyarakat. Sebagian masyarakat merasa bahwa media adalah sarana yang efektif untuk memperkuat nilai-nilai agama dan memperdalam pemahaman spiritual, khususnya bagi mereka yang sulit mendapatkan akses ke pendidikan agama formal (Daffa & Kamil, 2023). Media dianggap mampu menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks akan informasi agama yang praktis dan dapat diakses di mana saja. Namun, di sisi lain, beberapa pihak merasa khawatir akan dampak negatif dari tampilan agama di media, terutama ketika penyampaian agama dikemas dengan gaya yang terlalu komersial atau bahkan cenderung sensasional (Simone Natale, *Supernatural Entertainments: Victorian Spiritualism and the Rise of Modern Media Culture* (Penn State Press, 2016: 116)).

Tampilan agama di media juga sering kali dipengaruhi oleh kepentingan politik atau ekonomi. Di Indonesia, misalnya, penggunaan agama dalam media untuk tujuan tertentu kadang-kadang memicu perdebatan publik dan bahkan konflik sosial. Hal ini dapat menyebabkan masyarakat membentuk persepsi yang berbeda-beda mengenai agama, tergantung dari bagaimana agama itu ditampilkan dan disajikan di media (Syukron, 2017). Masyarakat yang menyaksikan tayangan agama yang berfokus pada aspek ritualistik atau yang terlalu mendorong satu sudut pandang tertentu mungkin akan membentuk pandangan yang kurang komprehensif atau bias terhadap agama (Latifa & Fahri, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya pernah membahas tentang peran media dalam membentuk pandangan masyarakat tentang agama. Nurhayati et al., (2023) menemukan bahwa media dapat memperkuat nilai-nilai agama dan memperdalam pemahaman spiritual masyarakat. Namun, Mokhamad Abdul Aziz, (2018) juga menemukan bahwa tampilan agama di media dapat dipengaruhi oleh kepentingan politik atau ekonomi, sehingga dapat menimbulkan dampak negatif. Marisa et al., (2021) juga menemukan bahwa masyarakat dapat membentuk persepsi yang berbeda-beda mengenai agama tergantung dari bagaimana agama itu ditampilkan dan disajikan di media.

Melihat berbagai fenomena tersebut, penting untuk mengkaji bagaimana sikap dan persepsi masyarakat terhadap tampilan agama di media terbentuk. Penelitian ini bertujuan untuk memahami respons masyarakat terhadap representasi agama di berbagai jenis media dan bagaimana pengaruhnya terhadap pemahaman mereka tentang agama. Dengan mengkaji hal ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan tentang peran media dalam membentuk persepsi keagamaan masyarakat di era informasi ini, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Jenis penelitian ini dipilih karena fokusnya adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam bagaimana persepsi dan sikap masyarakat terhadap representasi agama di media terbentuk, serta dampak yang ditimbulkannya, dengan mengandalkan data sekunder yang sudah tersedia. Tujuan utama adalah memperoleh wawasan tentang peran media dalam membentuk persepsi keagamaan masyarakat di era informasi ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kajian literatur. Data dikumpulkan dengan

mengkaji berbagai sumber sekunder, seperti artikel jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian terkait topik hubungan antara agama, media, dan masyarakat. Peneliti menyarikan dan menganalisis temuan dari berbagai publikasi untuk membangun argumen dan kesimpulan penelitian ini. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis isi (content analysis). Analisis ini dilakukan untuk meninjau dan mengkaji berbagai konten media yang merepresentasikan agama, serta menganalisis bagaimana konten tersebut memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat. Selain itu, analisis juga dilakukan untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema yang muncul dari berbagai sumber literatur terkait, seperti bagaimana media membentuk persepsi (misalnya, melalui komodifikasi dan priming), faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat, dan tipologi sikap masyarakat (konservatif, moderat, dan liberal).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Media dalam Menyebarkan Ajaran Agama**

Media memiliki pengaruh besar dalam memperluas jangkauan informasi agama. Tampilan agama yang hadir di media mencakup berbagai bentuk, mulai dari program ceramah, podcast, artikel keagamaan, hingga konten media sosial yang mengulas ajaran agama dalam format singkat. Meilisa, *et al.*, (2023) menekankan bahwa media berperan sebagai sarana utama dalam menyebarkan nilai-nilai agama dan membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap lembaga keagamaan (Nurhayati *et al.*, 2023). Media dapat menyediakan akses yang cepat dan instan, sehingga lebih mudah diikuti oleh masyarakat dari berbagai kalangan dan usia, terutama generasi muda.

Media yang menyebarkan ajaran agama bisa memberikan pengaruh yang luar biasa bagi khalayak masyarakat, diantaranya karena:

1. Media membentuk persepsi agama: Media, terutama televisi, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap agama, baik dalam membangun citra positif maupun negatif (Hjarvard, 2020).

Komodifikasi Agama: Studi Analisis terhadap Tampilan Agama di Media Televisi

2. Priming agama dalam berita: Liputan berita yang mengandung isu-isu agama dapat mempengaruhi sikap publik terhadap topik tertentu, seperti integrasi Eropa, dengan mengaitkan pertimbangan agama dan politik (Truna & Zakaria, 2021).

Adapun beberapa faktor yang bisa mempengaruhi persepsi masyarakat antara lain (Hakim & Si, 2021):

1. Latar Belakang Pendidikan

- a. Tingkat pemahaman keagamaan

Tingkat pemahaman keagamaan berhubungan dengan bagaimana individu memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama. Pemahaman ini tidak hanya mencakup pengetahuan tentang doktrin dan ajaran agama, tetapi juga melibatkan interpretasi nilai-nilai moral dan etika yang terkandung dalam agama tersebut.

- b. Kemampuan analisis kritis

Kemampuan analisis kritis memungkinkan individu untuk mengevaluasi informasi, argumen, dan berbagai perspektif secara objektif. Keterampilan ini tidak hanya

bermanfaat dalam konteks akademis, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari, di mana individu dihadapkan pada berbagai informasi dan opini yang sering kali bertentangan

## 2. Demografis

### a. Usia

Generasi muda, khususnya remaja dan dewasa muda, cenderung lebih aktif menggunakan media sosial dan menerima konten dakwah daring sebagai sumber pendidikan agama yang relevan dengan kehidupan modern. Sementara itu, generasi yang lebih tua mungkin lebih mengandalkan sumber-sumber tradisional, namun juga bisa dipengaruhi oleh tayangan keagamaan di televisi atau media cetak.

### b. Jenis kelamin

Meskipun naskah tidak memberikan detail spesifik, perbedaan gender dapat memengaruhi preferensi jenis konten agama. Misalnya, konten yang berfokus pada peran gender atau isu keluarga mungkin lebih menarik bagi audiens perempuan, sedangkan konten tentang kepemimpinan atau isu sosial-politik mungkin lebih menarik bagi audiens laki-laki.

### c. Sosial ekonomi

Tingkat sosial ekonomi dapat menentukan akses seseorang terhadap media dan jenis konten yang dikonsumsi. Masyarakat dengan tingkat ekonomi yang lebih tinggi mungkin memiliki akses ke beragam platform media berbayar, sementara masyarakat dengan tingkat ekonomi lebih rendah mungkin lebih bergantung pada media gratis atau siaran publik. Selain itu, motif komersial atau ekonomi dalam tampilan agama di media bisa lebih memengaruhi kelompok sosial tertentu.

## 3. Ideologi

### a. Aliran keagamaan

Setiap aliran keagamaan memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cara individu dan kelompok memandang realitas sosial. Misalnya, aliran fundamentalis cenderung mempertahankan penafsiran literal terhadap teks keagamaan, yang menghasilkan sikap yang relatif kaku dan kurang toleran terhadap perbedaan pandangan. Sebaliknya, aliran moderat menunjukkan pendekatan yang lebih fleksibel, mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dengan konteks modern sambil tetap mempertahankan esensi ajaran. Mereka lebih terbuka terhadap dialog antarumat beragama dan menekankan aspek substantif dari ajaran agama. Sementara itu, aliran progresif bahkan lebih jauh lagi dengan melakukan reinterpretasi ajaran keagamaan, mengutamakan kontekstualisasi pemahaman dan menekankan nilai-nilai kemanusiaan universal. Dinamika antaraliran ini tidak statis, melainkan terus berevolusi dipengaruhi oleh konteks sosial-politik dan perubahan global. Interaksi antaraliran, proses transformasi pemikiran keagamaan, dan respons terhadap tantangan kontemporer membentuk lanskap ideologis yang kompleks dan terus berubah.

### b. Pemahaman keagamaan

Terdapat variasi dalam pemahaman keagamaan, mulai dari pendekatan tekstual yang cenderung literal hingga pendekatan kontekstual yang lebih fleksibel dan mempertimbangkan konteks sosial-historis. Pendekatan spiritual-filosofis bahkan lebih

jauh lagi dengan menekankan eksplorasi makna mendalam dan refleksi filosofis atas ajaran agama. Implikasi dari pemahaman keagamaan ini sangat luas. Ia tidak hanya membentuk sikap sosial individu, tetapi juga memengaruhi pola interaksi antarumat beragama, respon terhadap isu-isu sosial, dan konstruksi nilai-nilai moral dalam masyarakat. Dalam konteks global yang semakin kompleks, tantangan seperti globalisasi, kemajemukan masyarakat, perkembangan teknologi, dan perubahan struktur sosial terus menguji dan membentuk ulang pemahaman keagamaan.

### **Sikap Masyarakat Terhadap Representasi Agama di Media**

Sikap masyarakat terhadap representasi agama di media sangat beragam dan tergantung pada faktor-faktor sosial, budaya, dan usia.

1. Sikap positif dan penerimaan: banyak masyarakat yang menerima tampilan agama di media sebagai sumber pendidikan agama yang relevan dengan kehidupan modern (Nurhayati et al., 2023). Bagi mereka, media adalah sarana praktis untuk memperkuat pengetahuan keagamaan dan memotivasi diri untuk lebih mendekatkan diri pada ajaran agama. Hal ini terutama terlihat pada kalangan remaja dan dewasa muda yang aktif di media sosial dan sering mengakses ceramah serta konten dakwah daring.
2. Kekhawatiran tentang komersialisasi agama: Di sisi lain, sebagian masyarakat merasa bahwa media terkadang terlalu mengeksploitasi agama untuk tujuan komersial atau hiburan, yang berpotensi mengurangi nilai-nilai sakral dari ajaran agama (Natale, 2016). Pendekatan yang terlalu mengedepankan aspek hiburan dapat menyebabkan konten agama menjadi dangkal dan menyimpang dari esensi ajarannya.
3. Penolakan terhadap stereotipe negatif: banyak orang merasa tersinggung dengan representasi agama yang merugikan, seperti stereotipe negatif atau gambar yang memperkuat prasangka (Said, 2024).
4. Kekhawatiran tentang ekstremisme: tampilan agama di media seringkali dikaitkan dengan ekstremisme dan kekerasan, yang dapat menyebabkan ketakutan dan ketidakpercayaan terhadap agama secara umum (Natasari, 2019).
5. Panggilan untuk toleransi dan dialog: banyak orang mendorong media untuk mempromosikan toleransi, pemahaman, dan dialog antar agama, untuk mengatasi kesalahpahaman dan meningkatkan hubungan antar komunitas (Wibowo, 2023).

Sementara itu, menurut Wakhidah dan Kasori (2024), Tipologi Sikap Masyarakat bisa terbagi menjadi beberapa bagian, antara lain (Kurniawati & Mujahid, 2024):

#### **1. Kelompok Konservatif**

##### **a. Sangat kritis terhadap tampilan media**

Sikap kritis terhadap tampilan media merupakan salah satu ciri utama kelompok konservatif. Mereka cenderung sangat selektif dan ketat dalam memandang konten media, menganggap banyak materi media sebagai ancaman terhadap nilai-nilai moral dan spiritual yang mereka yakini. Setiap tayangan, baik di televisi, internet, maupun media sosial, akan dievaluasi secara mendalam untuk memastikan tidak ada hal-hal yang dianggap dapat merusak akidah atau melanggar norma-norma keagamaan yang mereka anut.

##### **b. Mementingkan kemurnian ajaran**

Komitmen terhadap kemurnian ajaran menjadi fondasi utama pemikiran kelompok konservatif. Mereka percaya bahwa setiap penafsiran atau praktik keagamaan harus sedekat mungkin dengan sumber asli ajaran, yaitu kitab suci dan tradisi para pendahulu. Segala bentuk praktik yang dianggap sebagai bid'ah atau penyimpangan akan ditolak secara tegas. Kelompok ini memandang pentingnya menjaga kemurnian ajaran sebagai cara untuk mempertahankan integritas dan kesucian agama dari berbagai pengaruh eksternal yang dianggap dapat mengaburkan esensi ajaran.

c. Cenderung menolak interpretasi baru

Penolakan terhadap interpretasi baru merupakan konsekuensi logis dari sikap konservatif mereka. Setiap upaya untuk melakukan reinterpretasi atau kontekstualisasi ajaran keagamaan akan dianggap sebagai bentuk penyimpangan atau bahkan pengkerdilan makna asli. Mereka yakin bahwa ajaran agama bersifat absolut dan universal, sehingga tidak perlu dan tidak boleh disesuaikan dengan konteks zaman. Interpretasi baru dianggap sebagai ancaman yang dapat melemahkan otentisitas ajaran dan membuka peluang untuk penafsiran yang lebih longgar atau bahkan menyimpang dari prinsip-prinsip dasar agama.

2. Kelompok Moderat

a. Bersikap terbuka namun selektif

Sikap terbuka namun selektif menjadi karakteristik utama yang membedakan kelompok moderat dari kelompok-kelompok lain. Keterbukaan mereka tercermin dalam kemampuan untuk menerima gagasan baru, pemikiran alternatif, dan berbagai perspektif yang berbeda tanpa kehilangan pegangan fundamental terhadap prinsip-prinsip keagamaan yang diyakininya. Mereka tidak secara mentah-mentah menolak informasi atau ide baru, namun juga tidak serta-merta menerimanya tanpa kritik. Sikap selektif yang mereka miliki memungkinkan mereka untuk melakukan penilaian kritis terhadap setiap informasi yang masuk, mempertimbangkan relevansi, konteks, dan dampaknya terhadap nilai-nilai spiritual dan sosial.

b. Menerima informasi dengan pertimbangan

Dalam menerima informasi, kelompok moderat menerapkan pendekatan yang sangat hati-hati dan mendalam. Mereka tidak hanya melihat permukaan informasi, melainkan melakukan analisis komprehensif yang mempertimbangkan berbagai aspek. Pertimbangan mereka meliputi kesesuaian dengan prinsip-prinsip dasar ajaran agama, konteks sosial-budaya, dampak potensial terhadap masyarakat, dan relevansi dengan tantangan zaman. Setiap informasi yang diterima akan diuji melalui proses seleksi yang ketat, memastikan bahwa hal tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai fundamental yang mereka yakini.

3. Kelompok Liberal

a. Menerima beragam interpretasi

Kemampuan menerima beragam interpretasi menjadi ciri khas utama kelompok liberal. Mereka memandang teks-teks keagamaan tidak sebagai dokumen yang beku dan mutlak, melainkan sebagai konstruksi yang dapat ditafsirkan ulang sesuai konteks zaman. Bagi mereka, kebenaran spiritual bukanlah sesuatu yang tunggal dan rigid,

melainkan memiliki ruang untuk diversifikasi pemahaman. Setiap individu dianggap memiliki hak untuk melakukan interpretasi personal terhadap ajaran agama, sepanjang tetap berada dalam koridor etika dan semangat kemanusiaan.

b. Terbuka terhadap pembaharuan

Keterbukaan mereka terhadap pembaharuan merupakan manifestasi dari sikap progresif yang dimiliki. Kelompok liberal melihat agama sebagai sistem yang hidup dan dinamis, bukan sekadar warisan statis dari masa lalu. Mereka yakin bahwa ajaran agama harus senantiasa dikontekstualisasikan dengan perkembangan zaman, tantangan sosial, dan kemajuan intelektual. Pembaharuan tidak dianggap sebagai ancaman terhadap kemurnian ajaran, melainkan sebagai upaya untuk tetap relevan dan bermakna dalam kehidupan modern.

### **Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Keagamaan**

Media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan konten keagamaan. Dalam platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, agama disampaikan dalam bentuk yang lebih interaktif dan visual. Menurut Susilo & Fathurrohman (2024), kehadiran tokoh-tokoh agama di media sosial membawa dampak positif dalam memperluas jangkauan dakwah (S. H. Pratama & Husen, 2024). Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menimbulkan misinformasi jika ajaran agama disampaikan oleh individu yang kurang kompeten atau tanpa latar belakang yang memadai (Bashori, 2022).

1. Fenomena ustadz selebriti: fenomena di mana tokoh agama atau “ustaz selebriti” menjadi terkenal melalui media sosial memberikan pengaruh besar terhadap masyarakat, khususnya generasi muda<sup>1</sup>. Meskipun dapat menarik perhatian, terdapat kekhawatiran bahwa popularitas ini terkadang lebih didorong oleh konten yang viral dan menghibur daripada kajian agama yang mendalam (Rachmadhani, 2021; Romario, 2022).
2. Misinformasi dan penyebaran hoaks: media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat, tetapi juga membuka peluang bagi penyebaran hoaks dan misinformasi tentang ajaran agama. Andi Riski Pratama *et al.*, (2024) mengungkapkan bahwa misinformasi ini dapat memengaruhi persepsi masyarakat dan menimbulkan pandangan yang tidak akurat terhadap ajaran agama, terutama di kalangan masyarakat yang kurang memiliki literasi media (A. R. Pratama *et al.*, 2024).

### **Pengaruh Tampilan Agama di Media Terhadap Kehidupan Beragama Masyarakat**

Tampilan agama di media berpotensi memengaruhi kehidupan beragama masyarakat secara signifikan. Dalam penelitian Farhan & Faisul (2019), media dianggap memainkan peran dalam membentuk pemahaman agama masyarakat serta memengaruhi cara masyarakat menjalankan praktik agama (Farhan & Islamiyah, 2019). Kehadiran konten agama di media memungkinkan pemahaman agama yang lebih mudah diakses, mulai dari ceramah, kajian, hingga diskusi interaktif tentang nilai-nilai agama. Hal ini tentu membawa dampak positif

---

<sup>1</sup> Di Indonesia, fenomena "ustaz selebriti" merujuk pada para pendakwah yang tidak hanya dikenal melalui ceramah agama, tetapi juga aktif di media massa dan media sosial, sehingga memiliki popularitas yang luas. Beberapa contoh ustaz selebriti yang ada di Indonesia antara lain: Ustadz Solmed, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Riza Muhammad, Ustadz Das'ad Latif, Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Wijayanto dan lainnya.

karena dapat membantu masyarakat mengenal agama secara lebih luas, terutama di era digital di mana informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Namun ada risiko bahwa masyarakat hanya memahami aspek-aspek agama yang populer atau mudah dicerna tanpa mendalami lebih lanjut, seperti pemahaman yang terbatas pada aspek-aspek agama yang populer atau viral. Di sisi lain, keberadaan konten agama yang tersebar luas di media juga dapat memengaruhi cara masyarakat menjalankan praktik keagamaannya. Konten agama yang beredar di media sering kali dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dicerna, sehingga masyarakat cenderung mengadopsi ritual atau pandangan keagamaan yang disajikan secara praktis tanpa mempertimbangkan konteks atau pengetahuan yang lebih mendalam.

Hal ini dapat menyebabkan “pemahaman agama yang instan” di mana masyarakat cenderung lebih memahami agama melalui sudut pandang yang disajikan di media, yang terkadang bisa bersifat terbatas dan tidak menyeluruh (Wahyuni, 2017). Fenomena ini penting untuk dicermati, karena jika konten agama tidak disampaikan dengan benar, hal tersebut berpotensi mengubah cara masyarakat mengamalkan agama dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk tetap kritis dan selektif dalam menyerap informasi agama dari media, serta berupaya memperdalam pengetahuan agama melalui jalur yang lebih formal atau langsung dari sumber-sumber yang kredibel.

### **Pengaruh Sosial dan Politik dari Representasi Agama di Media**

Di Indonesia, tampilan agama di media tidak jarang dikaitkan dengan isu-isu sosial dan politik. Representasi agama yang disajikan secara politis di media berpotensi membentuk pandangan masyarakat terhadap agama dan mengakibatkan munculnya polarisasi atau sentimen tertentu di antara kelompok masyarakat (Ronaldo & Darmaiza, 2021). Media menjadi alat yang efektif untuk memobilisasi sentimen keagamaan dalam konteks politik atau isu sosial tertentu.

Dengan kemampuan menyebarkan informasi secara cepat dan luas, media memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu yang melibatkan agama. Konten yang memuat narasi keagamaan sering digunakan untuk menggalang dukungan atau membangun solidaritas di antara kelompok tertentu, terutama ketika isu tersebut berkaitan dengan identitas agama. Misalnya, dalam kampanye politik, simbol-simbol keagamaan atau retorika berbasis agama kerap dimanfaatkan untuk menarik simpati pemilih dari komunitas tertentu. Hal ini menunjukkan bagaimana media mampu menghubungkan agama dengan kepentingan politik atau sosial, menciptakan momentum yang dapat memengaruhi opini publik secara signifikan.

Namun, penggunaan media untuk memobilisasi sentimen keagamaan tidak selalu membawa dampak positif. Dalam beberapa kasus, media dapat menjadi medium untuk menyebarkan narasi yang bersifat polarisasi, bahkan provokasi, yang memperkuat perpecahan di masyarakat. Ketika sentimen keagamaan dimanfaatkan untuk mempertegas perbedaan atau konflik antar kelompok, potensi terjadinya ketegangan sosial meningkat. Misalnya, penyebaran berita atau konten yang berisi ujaran kebencian berbasis agama dapat memperburuk hubungan antarumat beragama (Suciana, 2023). Oleh karena itu, penting bagi media untuk berperan secara bertanggung jawab dalam menyampaikan isu-isu keagamaan, dengan mengedepankan

prinsip objektivitas dan sensitivitas, agar dapat mendorong harmoni sosial daripada memperkeruh situasi yang sudah sensitif.

Sebagian masyarakat melihat hal ini sebagai suatu bentuk penyelewengan fungsi agama dalam kehidupan sosial, karena agama yang semestinya bersifat privat dan sakral berubah menjadi alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Oleh karena itu, masyarakat cenderung memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap media yang menyajikan agama, bergantung pada konten dan konteks penyajiannya (Silviani et al., 2021).

### **Rekomendasi Pengembangan Representasi Agama yang Positif di Media**

Agar tampilan agama di media dapat memberikan dampak positif dan membangun pemahaman yang benar, beberapa rekomendasi dapat diberikan:

1. Konten berkualitas dan mendidik: media perlu menyajikan konten agama yang lebih mendalam dan edukatif agar masyarakat dapat memahami ajaran agama dengan benar (Istiqomah et al., 2023).
2. Etika penyajian agama di media: pengelola media harus mempertimbangkan aspek etika dalam menampilkan konten agama dan menghindari eksploitasi yang bersifat komersial atau sensasional (M. Fikri AR, 2015).
3. Peningkatan literasi media untuk masyarakat: masyarakat perlu diedukasi agar lebih kritis dan selektif dalam menyerap informasi agama di media, terutama di media sosial (Febriani & Desrani, 2021).

### **KESIMPULAN**

Media memiliki peran penting dalam menyebarkan ajaran agama, terutama di era digital. Dengan berbagai format seperti ceramah daring, artikel, dan video pendek, media memudahkan akses agama oleh berbagai kelompok masyarakat. Namun, pengaruh ini menghadapi tantangan, seperti komodifikasi agama, penyebaran misinformasi, dan pemahaman dangkal yang cenderung fokus pada konten populer tanpa pendalaman. Dalam ranah sosial dan politik, media kerap menjadi alat mobilisasi sentimen keagamaan, baik untuk solidaritas maupun strategi politik. Sayangnya, media juga berpotensi memperkuat polarisasi dan konflik antar kelompok melalui narasi provokatif atau stereotipe negatif. Hal ini menuntut peran media yang lebih bertanggung jawab dengan menekankan prinsip objektivitas dan sensitivitas.

Respons masyarakat terhadap representasi agama di media pun beragam. Sebagian menerima media sebagai sarana edukasi agama, sementara yang lain khawatir akan eksploitasi agama untuk tujuan komersial atau politis. Perbedaan persepsi ini terlihat dalam pandangan masyarakat konservatif, moderat, dan liberal, yang mencerminkan kompleksitas sikap terhadap konten agama di media. Untuk memastikan dampak positif, diperlukan langkah strategis seperti penyajian konten edukatif, penerapan etika media, dan peningkatan literasi media. Dengan pendekatan bertanggung jawab, media dapat menjadi sarana untuk menyebarkan ajaran agama, mendorong pemahaman mendalam, serta mempromosikan toleransi dan dialog antarumat beragama, sehingga berkontribusi dalam menciptakan masyarakat harmonis dan berwawasan luas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- AR, M. F. (2015). *Konflik agama dan konstruksi new media: kajian kritis pemberitaan konflik di media berita online*. Universitas Brawijaya Press.
- Aziz, M. A. (2018). Netizen jurnalisme dan tantangan dakwah di media baru. *Islamic Communication*, 3(2), 121–140.
- Bashori, A. H. (2022). Gaya Komunikasi Da'i dalam Kegiatan Dakwah. *El-Fatih: Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1–30.
- Cholillah, C., & Arju, A. N. (2024). Mediatisasi Agama Dalam Dakwah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram. *Al-Qudwah*, 2(1), 83–98.
- Daffa, M., & Kamil, F. A. R. (2023). Dinamika Kebenaran Epistemik Keagamaan dalam Tantangan dan Pembaharuan Pada Era Penggunaan Kecerdasan Buatan. *Jurnal Riset Agama*, 3(3), 428–449.
- Farhan, F., & Islamiyah, F. (2019). Komodifikasi Agama Dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' Di Media Online Dalam Persepsi Netizen. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 7(1), 51–69.
- Febriani, S. R., & Desrani, A. (2021). Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial. *Jurnal Perspektif*, 14(2), 339–356.
- Hakim, M. L., & Si, S. I. P. M. (2021). *Agama dan perubahan Sosial*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hjarvard, S. (2020). Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion. *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*, 21–44.
- Istiqomah, N. H., Fatimah, S., & Fahmi, Z. A. (2023). Penggunaan Teknologi Informasi dalam Membentuk Citra dan Branding dalam Dakwah. *Journal Of Dakwah Management*, 2(02), 338–353.
- Kurniawati, W., & Mujahid, K. (2024). Moderasi Beragama dalam Bingkai antar Umat Beragama. *ANWARUL*, 4(1), 367–382.
- Latifa, R., & Fahri, M. (2022). *Moderasi Beragama: Potret Wawasan, sikap dan intensi masyarakat*. Rajawali Press.
- Marisa, S. N., Juliana, R., & Juliani, R. (2021). Opini Masyarakat Mengenai Hate Speech pada Media Massa terhadap Ulama (Studi Kasus pada Masyarakat Meulaboh, Aceh Barat). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 56–63.
- Natale, S. (2016). *Supernatural entertainments: Victorian spiritualism and the rise of modern media culture*. Penn State Press.
- Natasari, N. (2019). *Propaganda ISIS di Media Baru: Analisis Wacana Tauhid, Hijrah, Jihad, Jamaah dan Khilafah Pada Majalah Online Dabiq dan Buletin Online Al-Fatihin* [Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58013>
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *AL-AUFA: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 1–27.
- Pratama, A. R., Aprison, W., Yulius, Y., Latifa, N., & Syafrudin, S. (2024). Dakwah digital dalam penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. *Tabayyun*, 5(1), 45–53.
- Pratama, S. H., & Husen, F. (2024). Habib Husein Ja'far dan Dakwah Online: Literasi
-

- Moderasi Beragama di Era Digital. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2), 176–193.
- Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(2), 150–169.
- Romario, R. (2022). New Media dan Otoritas Keagamaan Baru: Analisis Wacana Konspirasi Rahmat Baequni (New Media And New Religious Authorities: An Analysis On Rahmat Baequni's Conspiracy Discourse). *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 16(2), 289–316.
- Ronaldo, R., & Darmaiza, D. (2021). Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada Pemilu Presiden Indonesia 2019. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 3(1), 33–48.
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 126–142.
- Said, R. (2024). *Representasi Rasisme Dalam Serial Kartun Family Guy (Analisis Semiotika Roland Barthes)* [Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76957>
- Silviani, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen Media Massa*. Scopindo Media Pustaka.
- Suciana, M. (2023). *Hate Speech Joseph Paul Zhang Dalam Kasus Penistaan Agama Di Media Sosial Youtube Perspektif Semiotika Ferdinand De Saussure*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Syukron, B. (2017). Agama Dalam Pusaran Konflik (Studi Analisis Resolusi Terhadap Munculnya Kekerasan Sosial Berbasis Agama Di Indonesia). *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 2(01), 1–28.
- Truna, D. S., & Zakaria, T. (2021). *Prasangka Agama dan Etnik*. Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Wahyuni, D. (2017). Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 18(2), 83–91.
- Wibowo, H. S. (2023). *Wawasan Islam Kontemporer: Memahami Dinamika Umat Muslim pada Era Modern*. Unwahas Press.