

Submitted: 2022-01-26

Reviewed: 2022-01-28

Accepted: 2022-03-8

VIRTUALISASI TUHAN: *MENYELAK* OWNERSHIP TOKOH AGAMA

Elia Tambunan^{1*}, Simon²

¹Sekolah Tinggi Tologi Salatiga & ²Sekolah Tinggi Teologi Anugrah Indonesia
Email corespondence: elia.tambunan@gmail.com

ABSTRACT

The boom of technology is changing the landscape of religious performance, especially when the West falls into a workaholicism without losing spiritualism by not leaving work. Many clerics are not ready, but many of them are doing self-engineering, moreover when the world is hit by the Covid-19 pandemic, that performance is increasingly finding momentum in the virtual space. Islam and Christian leaders are required to exist in shepherding faith of their people. Using modern socio-religious studies, religious phenomena in the digital space are analyzed in this paper to mark the virtualization of religious actorship. The data is collected from an integration of literature and social media related to the teachings of Islamic and Christian religious figures. From there, it was found, because of the sophistication of digital technology, religion in the virtual industry is trapped as a content commodity that has succeeded in placing religious figures as central actors, but often away from control of the audience. The virtualization of religion places the religious leader as filmmakers as well as the main actors in their sacred duties but also turns towards ownership in many ways. This is revealed from the theoretical framework, namely the spiritual market in socio-religious studies, which is used here.

Keywords: *Ownership, Religious Actor, Spiritual Market, Virtualization of God*

ABSTRAK

Dentuman teknologi mengubah lanskap performa agama, khususnya ketika dunia Barat gila kerja tanpa kehilangan spiritualisme dengan tidak meninggalkan pekerjaan. Banyak agamawan tidak siap, tetapi banyak juga yang merekayasa diri, terlebih ketika dunia dihantam pandemic Covid-19, performa tersebut semakin menemukan momentum di ruang virtual. Pemimpin Islam dan Kristen dituntut eksis untuk mengembalakan iman umat. Lewat studi sosial keagamaan modern, fenomena keagamaan di ruang digital dianalisis dalam tulisan ini untuk menyelak virtualisasi pemeranan tokoh agama. Data dikumpulkan dari perpaduan literatur dan media sosial terkait dengan ajaran tokoh agama Islam dan Kristen. Dari sana ditemukan, oleh karena kecanggihan teknologi digital, agama dalam industri virtual terperangkap sebagai komoditas konten yang berhasil menempatkan tokoh agama sebagai aktor sentral, namun sering luput dari kontrol audiens. Secara baru, virtualisasi agama menempatkan para tokoh agama menjadi sineas sekaligus pemeran utama dalam tugas-tugas kudus mereka namun juga berkelok ke arah kepemilikan dalam banyak hal. Hal itu terungkap dari kerangka teori, yaitu pasar rohani dalam studi sosial keagamaan, yang digunakan di sini.

Kata kunci: Aktor Agama, Kepemilikan, Pasar Rohani, Virtualisasi Tuhan

PENDAHULUAN

Sejak merebaknya virus Corona tahun 2019, teknologi virtual sebagai satu platform baru merayakan Tuhan yang banyak digunakan justru makin membelok kepada teater bermain para tokoh agama secara sinematis. Sayang sekali, pembelokan itu belum disingkap peneliti lain. Virtualisasi Tuhan dalam beragama oleh para aktornya belum terungkap. Yang sudah hampir jenuh dituliskan secara “ilmiah” adalah sekedar untuk tersedianya ruang virtual secara deskriptif. Mereka belum membongkar “apa sih” kenyataan makna di balik yang sengaja tampil di sejumlah platform media. Hal itu misalnya ditulis oleh Raymond Sianturi Dosen di STAKN Tarutung. Ia lebih fokus pada kekagetan baru bagaimana perpindahan agama dari sisi eklesiologis dijalankan secara analog bertemu di gedung ke ruang maya dengan memanfaatkan sejumlah platform media sosial (2014, 87–114). Tulisan atas afiliasi agama dan praktik organisasi gereja bertransisi untuk menyajikan penatalayanan serta pelayanan penggembalaan secara virtual pernah dilakukan Fredy Simanjutak, Dewi Sidabutar, Yudhy Sanjaya (2020, 99-114). Respons Kristen terhadap penggunaan aplikasi Clubhouse di era ovid-19 oleh Carmia Margaret dari Gereja Kristen Immanuel Jemaat Hosana, Indonesia dan David Alinurdin. Oleh mereka media digital dibaca sebagai sebuah “teks kultural,” akan ditemukan nilai-nilai yang bersinggungan dengan nilai-nilai Injil, yaitu tentang eksklusivitas dan inklusivitas, serta unsur memberi diri dalam suatu relasi (2021, 229–245).

Menurut kami, yang belum terbaca ialah apa yang masih tersembunyi di balik media yang ada dalam aksi sinematisasi tokoh agama. Karena, seperti analisis Eriyanto, media dikemas dan juga membingkai berita yang disiarkan dilakukan dengan memilih peristiwa tertentu dengan maksud untuk menekankan aspek tertentu lewat bantuan kata, aksentuasi kalimat, gambar dan perangkat lainnya (2012, xxi). Lagipula, teks yang diucapkan di media memiliki wacana tersendiri dalam benak si penyampai (2001, x). Oleh karena itu - lebih sekedar deskripsi seperti oleh peneliti sebelumnya - pertanyaan riset berciri dekonstruksi penting di sini. Mengapa, (dan dalam tujuan tertentu), untuk apa para tokoh agama (tentu saja banyak yang tulus untuk melayani dan menjalankan amanat pastoral secara eklesional) yang memiliki kecenderungan peran sinematis publik (atau merasa telah memenuhi kriteria cocok untuk dikedepankan di mulut kamera) sering memanfaatkan platform media sosial terbaru.

Virtualisasi kami maknai ialah apa yang ditampilkan di berbagai platform media sosial sebenarnya menghendaki sesuatu. Makna itu lahir dari hasil bacaan atas ilmu komputer dunia maya. Virtualisasi adalah

satu trik dalam upaya abstraksi untuk menyembunyikan karakteristik yang diinginkan lewat sistem dan aplikasi oleh pengguna (Pogarcic, Krnjak, Ozanic 2012). Dari studi “cyberspace,” tersebut, kami mau mengingatkan, ada ideologi di balik media yang telah dianggap sebagai salah satu aparatus ideologis karena pada dasarnya ada tujuan tersembunyi di balik tampilan (Goodarzi, Fahimifar, Daryani 2021, 137-162). Lewat virtualisasi media, kita bisa memahami bukan hanya apa yang tampak di media sekaligus juga apa dibaliknya yang ingin dicapai oleh para tokoh yang nampang (Burton, 2005, xii).

Kembali oleh Burton, apa yang dipinta mata penonton justru sering berseberangan oleh si penyampai (2002, ii). Di perangkat media, seringkali para aktor justru memiliki kepentingan ideologi tersembunyi yang hanya diketahui olehnya pribadi, sesuatu yang tidak mudah diterima hanya mendengar pesan yang dilambungkan (2002b, iv). Dengan ide-ide berpikir wacana kritis dalam ilmu analisis framing media, diberikan kebebasan bagi para peneliti untuk menyelak (maksudnya di sini menyingkapkan atau membongkar selubung) (Kamus Besar Bahasa Indonesia) secara lebih tajam (Edwards, Leslie 2003, 1-20). Dengan studi akademik yang bertumpu di atas definisi itu, maka bisa terbaca masyarakat agama yang mengikuti aktivitas agama yang dihelat aktor agama sangat mungkin berkebalikan dari kebutuhan orang yang ingin beribadah dengan cara memanfaatkan media untuk menemukan iman, keyakinan, Tuhan sebagai bekal hidup. Fenomena ini, akan sangat lebih enak jika dikaji dari lintas kajian studi agama, teknologi digital dan panggung sinematik secara integratif dan interkoneksi.

Dalam studi keagamaan di lingkup pendidikan tinggi keagamaan tulisan ini tidak bisa dibilang lawas. Di sini dipadukan studi agama dengan teknologi digital untuk memahami tampilan virtual dari orang yang memimpin agama. Dalam bingkai studi sosial agama seperti itu, tokoh agama ditempatkan sebagai aktor yang memiliki bukan hanya panggilan, kharisma, fungsi teologis tetapi juga sinematik tak bebas dari menginginkan sesuatu baik itu positif dan negatif. Tegas dikatakan William D. Romanowski, dalam iman sinematik tokoh agama ialah aktor yang memerankan lakon dan panggungnya sendiri selain mengekspresikan iman tetapi juga untuk dirinya sendiri (2019, 15-30). Tulisan ini memiliki arsip data yang terbilang sama dengan peneliti lain bidang aktivisme keberagamaan di mana agama bukan sebagai institusi tetapi lebih pada diskursus, kuasa dan budaya seperti dilakukan Craig Martin dan Brad Stoddard (2021). Bedanya, kami menggunakan pasar rohani (spiritual marketplace akan lebih diterangkan di bagian lain) sebagai kerangka teori tidak dengan mengikuti seorang teoritis saja. Pasar rohani dapat mengeksplorasi

dalam makna apa virtualisasi Tuhan oleh tokoh agama di perangkat digital. Pasar rohani perlu diungkap lebih jauh dalam konteks Islam dan Kristen Indonesia. Dari sini akan diperoleh pelajaran penting. Tampilan pesan suci keagamaan yang dipindahkan ke ranah maya oleh pemimpin agama khususnya mereka yang memiliki follower ataupun pengagum acapkali tak memiliki kesamaan makna oleh penerima. Lewat penggunaan media, penginjilan selalu memiliki efek dan makna yang tak seragam bagi pengguna, pendukung dan penikmat (Korpi, Kim, 1986, 410-423).

METODE PENELITIAN

Tulisan ini ada di dalam lanskap studi sosial keagamaan berkait dengan media sosial bukan teologi. Di tangan kami, studi seperti ini berguna untuk mengungkap fenomena agama dari ujaran beberapa tokoh agama Islam dan Kristen dilihat dari perspektif akademis. Oleh karena ada ruang bebas bagi dilibatkannya sejumlah disiplin akademis dengan kerangka teoritik yang ada, studi seperti ini kami gunakan untuk memeriksa peran dan nilai konstruktif beragama dan spiritualitas yang ada di balik kenyataan (Dombo, 2021, 360-370). Meskipun dilakukan dengan kritik ilmu sekuler, uniknya, studi seperti ini tidak kehilangan refleksi nilai-nilai teologis maupun spiritualitas terbaru sesuai dengan perubahan sosial (Sanchez, 2021, 337-340). Data tulisan ini diambil dari literatur, yakni buku, jurnal, halaman web digabungkan dengan data digital media sosial Facebook, WhatsApp Group, Instagram, Youtube. Dalam metode penelitian terbaru ragam platform itu diakui (Sloan, Haase, 2016). Keabsahan data media sosial dengan ragam platform, data digital dalam bingkai kerja-kerja metodologis diterima secara internasional (Zeller, 2016). Lewat perangkat virtual tersebut, kami membaca data dengan menggunakan kerangka teori pasar rohani atau spiritual marketplace bukan terpancang dengan gagasan satu teoritis seperti di lingkungan STT selama ini agar penggunaannya lebih fleksibel sesuai kebutuhan, lagipula tulisan ini sama sekali bukan analisis pemikiran. Kerangka itu kami gunakan untuk menemukan makna di balik virtualisasi agama oleh para tokohnya, bukan pada otoritas keagamaan mereka. Di sini, kata otoritas mengutip John E. Wansbrogh, didefinisikan sebagai instrumen langsung dan nyata dari legitimasi yang selalu terkait dengan kesucian dan transendentalitas keilahian yang tampak dalam praksis beragama diidamkan pengikut (1978, 50).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agama dan Aktor di Pasar Rohani

Dalam kerja-kerja studi akademik yang lebih modern terhadap gejala keagamaan selama dua dekade terakhir semakin ditemukan pergeseran agama secara tradisional ke pendekatan lebih beragam dan kreatif. Dengan menggunakan kerangka teori pasar rohani, sekarang beragama justru menjadi lebih tertarik pada masalah spiritual yang baru tanpa harus berciri institusional yang kaku dan kolot. Ukuran spiritualitas mengharuskan ruang bebas bagi pengalaman pribadi, bahkan di Barat itu telah menjadi prasyarat utama. Sejak tahun 1993, seperti dicatat Wade Roof ketika mewawancarai banyak orang Amerika usia paruh baya, mereka mengungkapkan serangkaian nilai-nilai rohani unik. Generasi setelah baby boomers telah mengubah interpretasi historis keimanan, praktik, dan simbol agama, dan bahkan hal-hal suci sebagai “pasar” iman. Hadirnya praktik spiritualitas baru menuntut tradisi beragama secara terinstitusi sudah harus ditinjau kembali (2001, x). Mewajibkan orang pergi ke gedung gereja bukan lagi menjadi sesuatu yang wajib dan menjadi tolok ukur kesalehan. Orang bisa memperolehnya sembari bekerja dan menjalankan hidup normal kesehariannya tanpa harus berkumpul dalam ibadah korporat. Fenomena itulah yang dikenal dengan payung istilah spiritual marketplace. Oleh para akademisi, hal itu digunakan sebagai kerangka teori untuk memudahkan dalam mengamati dan memetakan fenomena. Hasilnya tampak dari beberapa sarjana studi sosial keagamaan.

Tahun 2009, justru sebelum dunia dihantam Pandemi COVID-19, ketika industri dunia digital di bawah bendera World of Warcraft menghasilkan permainan agama fiksi yang boleh melibatkan beberapa pemain. Ada pula kecenderungan dunia virtual bukan lagi sebagai arena bermain-main untuk kesenangan dunia tetapi saat bersamaan telah dimanfaatkan menjadi ruang ibadah. Banyak masyarakat dunia yang melek digital menghabiskan waktu bukan hanya sebatas tempat untuk membunuh waktu tetapi juga untuk aktivisme keagamaan semacam ritus, iman dan agama. Ruang digital yang tercipta dalam lanskap bisnis tersebut bagi para pemain disediakan ruang bermain sekaligus untuk mengekspresikan iman dalam tiga hal, yakni melakukan peribadatan yang mereka ciptakan sendiri, agama fiksi untuk mendukung jenis pemain dalam game sesuai pilihan permainan (Cort, 2013, 63-66). Oleh karena fenomena beragama terjadi seperti itu di Barat, aktivitas digital yang dibingkai dalam keagamaan sukses menaikkan ruang bagi beroperasinya pasar finansial (Kerlis, 2013, 23-44). Saat itu, Cort dan Kerlis menggunakan pendekatan kerangka spasial

(spatial framework) sebagai teori untuk memahami aktivisme keberagamaan sebagai ruang suci di arena virtual. Fokus dari keduanya ialah mengamati ruang virtual agama bukan pada sisi fungsional pemimpin agama.

Kami tidak puas dengan Cort dan Kerlis. belum diungkap apa di balik yang dilakukan oleh para tokoh di dalam pasar rohani. Karena seperti dikatakan Craig Martin, bahwa di antara agama dan masyarakat, tokoh agama berdiri sebagai aktor yang memiliki legitimasi, otoritas dan dominasi tapi sering luput dari pengawasan akademik (2017, 103-141). Sentralitas tokoh yang tersembunyi oleh kharisma dalam institusi agama di era modern, aksi individualisme pemimpin agama yang terlalu dominan sebagai subjek agama tak lagi terikat pada wacana moral apa pun. Mereka mudah menegosiasikan persaingan kepentingan individu dan komunalitas mereka. Tokoh agama menjadi aktor pemilik otoritas tertinggi yang terlalu bebas (2014, 3-6). Efeknya, agama menjadi tidak masuk akal karena tidak ada retrospeksi yang kuat dari umat. Aktor agama terlibat dalam proses destabilisasi institusi dengan memperlihatkan otonomi pemaknaan agama oleh pribadi mereka (Hammond, 1992, 1, 62). Maka, hal-hal itu penting dikaji.

Dalam pasar rohani, meski terlihat ada kesan gereja atau rumah ibadah seolah tak lagi berfungsi secara tradisional tetapi dari kasus gaya hidup Amerika tetap terbaca adanya inovasi kehidupan beragama yang sedang membentuk cara berohani terbaru. James Dennis LoRusso melihat, pada awal abad ke-21, orang Amerika telah menganut visi kerja yang holistik, bahwa pekerjaan seseorang harus dipenuhi dengan makna dan tujuan, bahwa bisnis tidak hanya melayani pemegang saham tetapi juga kebaikan bersama, dan bagi banyak orang, harus memperhatikan kesehatan spiritual individu dan masyarakat. Semakin banyak suara sebagai upaya untuk memperkenalkan perayaan spiritualitas di tempat kerja. Bagi mereka yang mengafirmasi kebaruan dalam mencari Tuhan di era digital, ini dilihat sebagai inovasi terbaru yang memiliki potensi untuk mengubah bisnis dan tempat kerja Amerika secara positif bukan untuk mengkritisi diri dan ilmu teologi itu sendiri. Oleh sarjana teologi, Jonas Kulberg dari Jerman, era itu dimaknai sebagai penegasan yang membutuhkan refleksi diri teologi dari situasinya sendiri (2020). Teologi digital pada akhirnya tetap akan menjadi teologi karena teologi itu dilihat sebagai sesuatu yang polos bisa diarahkan atau diubah ke mana saja. Meskipun revolusi digital masih cukup mengganggu, namun itu dilihat untuk merangsang imajinasi teologis kita (2020a). Ada hal penting yang belum diperhatikan secara kritis dalam ide-ide teologi seperti itu. Teolog tidak melakukan inovasi tetapi hanya ikut terhisap ke dalamnya. Teologi kemudian hanya

terus-menerus akan menjadi “parasit” pada budaya digital seperti disindir Simon Tanner dan Marilyn Deegan (2003). Oleh hanya karena terbiasa melakukan teologi secara digital hanya ikut tren, maka praktik dan imajiner digital akan menjadi kurang terlihat sebagai perangkat hasil inovasi buatan sendiri. Kelemahan lain di dalamnya tak luput dari para ilmuwan.

Di mata LoRusso spiritualitas di tempat kerja sebenarnya lebih selaras dengan ideologi neoliberal yang melayani kepentingan, kekayaan pribadi namun justru melemahkan kekuatan orang-orang yang bekerja. Baginya, ide-ide di baliknya ialah bahasa moral bisnis yang baru sengaja dimunculkan sebagai bagian dari pergeseran kesejahteraan negara menuju tatanan sosial berorientasi pasar global. Di baliknya, terdapat perdebatan antara konservatisme agama Amerika dan kebangkitan kapitalisme global. Spiritualitas progresif seperti itu lebih banyak berurusan dengan budaya Amerika yang ditimbang dengan kepemilikan uang seperti yang diamatinya di New York City dan San Francisco. Para pengusaha sejatinya tidak rela bila para karyawan tersebut libur barang seharipun dengan alasan ibadah sekalipun. Maka didengungkanlah bisnis ialah pendukung spiritualitas tempat kerja yang terkemuka efek buruk yang tidak disengaja mengakibatkan terbangunnya asumsi bahwa ruang ibadah menjadi dianggap penghalang pekerjaan, budaya perusahaan, dan bisnis di Amerika kontemporer (2017, 59-79).

Menggejalanya spiritual marketplace justru menjadi titik pembuka dibutuhkan media komunikasi untuk mengemas dan mengirimkan pesan-pesan rohani oleh pemimpin rohani. Perangkat digital yang portable dan bisa online 24 jam dianggap menjadi solusi terhebat bagi orang-orang Barat yang telah gila kerja tanpa harus jauh dari yang kudus (Fry, Matherly, 2006, 330-351). Di situasi seperti inilah peran tokoh agama sebagai aktor dituntut oleh pasar kapital global untuk bisa tampil menghibur mereka yang terjebak dalam tekanan industri global. Para pemimpin agama seakan terpaksa berlomba dan bertanding menjadi para sineas di berbagai layar media. Tokoh agama akhirnya menjadi aktor juga akhirnya menjadi terjebak dalam kontestasi pasar rohani yang memang tuntutan pasar. Buruknya, kini tak lagi jelas yang mana pesan pastoral atau pesan kapital.

Oleh karena agama sudah terlalu banyak digunakan dan disebar dalam beragam zaman dan situasi bahkan lewat platform media, di era budaya populer saat ini, keberagaman orang beriman seakan tampak sebagai pasar spiritualitas. Oleh peneliti sosial keagamaan, gejala-gejala itu ditambah oleh karena umat tidak lagi bersedia untuk mengkritisi secara lebih tajam, terbuka dan terus terang, stereotip agama justru

lebih tampak sebagai sesuatu yang klise saja (Stoddard, Martin, 2017, 1), bahkan kesannya telah mencapai tahap sangat omong kosong (religion is bullshit), seperti hasil penelitian Rebekka King di masyarakat Amerika (2017). Pesan utama yang ingin ditegaskan dalam kajian tersebut, audiens memerlukan saringan yang ketat untuk mudah mendeteksi kebohongan dan kebenaran karena di balik pesan agama “online” bisa saja ada fabrikasi “on-lie” demi ambisi pribadi aktor agama yang ingin selalu keluar sebagai pemenang followers.

Berikut akan diperlihatkan efek buruk ketika penjelasan keagamaan menjadi tidak masuk akal karena tidak lagi ada retrospeksi yang kuat dari umat dengan memajukan seorang Katolik Indonesia yakni Agustinus Christovel Kainama menjadi muallaf kemudian menjadi Ustadz. Dari keterangannya, tegas sekali bahwa Kainama adalah Ustadz gerakan 212. Sekedar mengulang memori kolektif publik, kehadiran aksi pembelaan Islam 212 ialah kekuatan politik tandingan bagi petahana, dengan wacana publik tentang penodaan Al-Qur'an oleh Ahok, yang berkelanjutan. Dengan melakukan studi lebih jauh, aksi tersebut terpahami, tidak hanya membentuk peta politik di Indonesia, tetapi juga dimensi lain berupa spirit bisnis berbasis muslim seperti Muslim Entrepreneur Center (212 Mart), Koperasi Syariah 212 didukung oleh tokoh masyarakat untuk ketahanan sistem perbankan syariah di Indonesia (Katimin, Panggabean, 2021, 53-72). Keterkaitan dakwah Islamisme (maksudnya, Islam sebagai ideologi politik) Kainama mudah disingkap jika mendengar dan menonton tausiahnya secara kritis.

Dengan menampilkan Kainama sebagai representasi data, terlihat bahwa dengan pendekatan studi soal keagamaan akan lebih mudah untuk memperoleh garis agama, permainan, dan media secara saling interaktif satu dengan lainnya melekat dengan politik dan ekonomi atas nama memualafkan Kristen dan Katolik seturut dengan target sponsor. Upaya-upaya mempersaksikan mereka yang melakukan konversi agama, selalu menghadirkan seseorang sebelumnya dari Islam ke Kristen menjadi sajian favorit oleh Yusuf Manubulu dalam kanalnya. Ada lagi kanal Tanparagi dengan menyertakan nomor rekening di layarnya fokus dalam framing polemik Kristen Islam seakan keduanya busuk seluruhnya. Kanal Layar Teologi (oleh youtuber Rudy Phan), tak ketinggalan pula disebutkan di sini yang meriuhkan polemik teologis yang tak berkesudahan. Belum lagi Rudi Yohanes lewat kanalnya Sang Debater selalu ngotot dalam perdebatan tentang apa saja yang dianggapnya tidak sesuai dengan nilai pribadinya. Yang tak kalah seru ialah Mangapul Lubis di kanal yang selalu bangga dengan alamatnya dari Universitas Indonesia dan jebolan Seminari

Teologi dari luar negeri. Baginya, siapapun yang tidak seperti itu ditempatkan di posisi imperior. Tentu banyak juga kanal media sosial Islam dan Kristen lain berciri edukatif dan hal-hal positif lainnya, sebut saja Bambang Noorsena dengan kajian dialogis Islam dan Kristen.

Kami mengamati, penggunaan internet sebagai saluran komunikasi dalam mengejar, memanggungkan kepemilikan dalam banyak area yang hendak direngkuh oleh mereka yang mempunyai ketangguhan (endurance) untuk tampil di layar digital berkepanjangan. Itu misalnya dalam hal keuangan jika dilihat dari disertakannya nomor rekening di layar. Mereka memanfaatkan atensi netizen yang juga sedang tertambat oleh dentuman teknologi tersebut. Fenomena hidup di dunia digital telah melahirkan lansekap dan situasi baru di mana pengguna internet tidak hanya menjadi konsumen berita melainkan juga menjadi produsen gagasan di komunitas-komunitas virtual yang mereka miliki (Heryanto, 2015, 172-196). Kainama, jamaah beserta jejaring aktivisme dakwah di sekitarnya terlibat dalam hal itu. Dengan online, mereka ingin tetap memenuhi kepuasan hati bahkan tuntutan pengikut. Dengan cara yang sangat kritis akan tersingkap bagaimana Kainama sebagai aktor agama yang manggung di ruang-ruang kudus peribadatan dengan berbagai platform yang mengajarkan Kristen namun dengan tujuan mengislamkan.

Berikut ditampilkan lagi, Ulama yang menampilkan virtualisasi agama dalam ide-ide money game, yakni Ustadz Yusuf Mansur. Di tangan Mansur, money game dibuat dalam skema piramida lewat sistem pemasaran Multi Level Marketing kepada sesama Muslim secara meyakinkan karena ada agama di dalamnya. Ada pula biaya kepesertaan (sebagai investasi tanda untuk menjadi mitra kerja. Mitra mendapat komisi dari biaya kepesertaan mitra baru. Kemudian mitra tergantung pada adanya mitra baru untuk mendapat keuntungan. Permainan uang ini berjejaring dengan mencampur-adukkan bisnis dengan dakwah dalam ide-ide sedekah untuk mengumpulkan uang jamaah. Erwandi Tarmizi tegas menolak, sedekah itu merupakan modus uang dengan memanfaatkan kebodohan umat (2022). Tak mungkin terhindarkan bahwa silsilah keluarga besar Yusuf Mansur turut membentuk kepercayaan masyarakat Islam. Banyak yang mencemooh aktivisme dakwah islamisnya. Misalnya mantan wartawan Majalah Gatra yakni Heri Muhammad Yusuf mengatakan Yusuf Mansur berdusta (2017). Sedangkan, Darso Arief Bakuama menggugat kezaliman Yusuf Mansur dengan menulis sejumlah buku “Menggugat Ustad Mansur” (2018), “1001 Dusta Paytren & Yusuf Mansur” (2017), “Yusuf Mansur Menebar Cerita Fiktif Menjaring Harta Umat” (2016b), “Banyak Orang Bilang: Yusuf Mansur Menipu” (2016a).

Dari pembacaan terhadap sumber-sumber Islam tersebut terlihat kutbah-kutbah Yusuf Mansur menyeru pada urusan surgawi dengan ekonomi duniawi yang ujung-ujungnya bermasalah hukum. Ide-ide permainan uang itu telah ditulis ekonom Pasifis dan Inggris. Permainan uang melibatkan banyak pihak. Mereka adalah bankir, dunia industri, bank, pialang dengan jumlah catatan transaksi mereka yang semestinya menjadi alat bukti (Angell, 1929). Ada sindikasi terorganisir yang mempunyai legitimasi kuat dari sejumlah orang kuat di balik permainan (McCormick, 1930). Polanya selalu bertindak sebagai penyedia kesejahteraan non-negara, diasosiasikan untuk memberikan “jaminan sosial” kepada kelompok miskin dan kurang beruntung sebagai sarana untuk mempromosikan barang publik. Seperti itulah proses pemijahan filantropi Islam. Selalu ada asosiasi antara aktivisme sosial dan politik Islam yang di Indonesia seperti di tempat lain di dunia Muslim lainnya (Latief, 2016, 269-286). Agar berimbang, berikut dilihat dari sisi Kristen yakni khutbah yang ditampilkan dan dibagikan sejumlah media.

Daftar Link Youtube Khotbah Para Pendeta tentang Uang

Judul	Link
Mendapatkan Berkat Double Portion -Melakukan Pekerjaan Yang Besar - Pdt Dr Ir Niko Nyotorahardjo	https://www.youtube.com/watch?v=w3RQ7Wx5jsk
Kekayaan Allah Di Bumi Baru - Ucapan Bahagia (Bag 20) Pdt. Dr. Erastus Sabdono 02 Mei 2021	https://www.youtube.com/watch?v=_Nn3mU2-QMg
Pandangan Kristen Tentang Uang - Khotbah Tentang Cinta Uang	https://www.youtube.com/watch?v=zeLh_IN75L8
Ps. Gilbert Lumoindong - Harta	https://www.youtube.com/watch?v=XgLpHoY6rZo
Pdt Dr Rubin Adi Abraham Hidup Dalam Berkat Tuhan	https://www.youtube.com/watch?v=hGF2Ut3GCWI
Bisnis Yang Diurapi Oleh Tuhan Ps Judy Koesmanto	https://www.youtube.com/watch?v=bRY1UemC_gg
Berkat Tuhan Dalam Pekerjaan	https://www.youtube.com/watch?v=c7eBbZTiRQg

Akselerasi Dalam Bisnis Dan Pekerjaan (1 Of 2) (Official Khotbah Philip Mantofa)	https://www.youtube.com/watch?v=qFPOpHUFyLA
Bijak Mengelola Keuangan - Henny Kristianus	https://www.youtube.com/watch?v=ml6lQnqOIM4
Mengatur Keuangan, Menata Kehidupan (Official Khotbah Philip Mantofa)	https://www.youtube.com/watch?v=XglE0D61dA8
Pdt Yakub B. Susabda, Ph.D. - Sikap Kristiani Terhadap Uang Dan Kekayaan	https://www.youtube.com/watch?v=ex1p2M5-Uhs
Khotbah Kristen Terbaru - Tuhan Memberi Berkah Bukan Untuk Pamer	https://www.youtube.com/watch?v=BQktXxQDd_A
Khotbah Pdt. Gilbert "Memperoleh Berkah" 9 Mei 2021	https://www.youtube.com/watch?v=ffH6eY-0v3g
Memperoleh Dan Mengelola Harta - Pdt. Dr. Stephen Tong Kesaksian Kristen	https://www.youtube.com/watch?v=A_7u3WGI890
Mengelola Harta Secara Alkitabiah (Matius 6:19-21; 1 Timotius 6:17)	https://www.youtube.com/watch?v=By2BFOTvZOA
Berkah Yang Tak Terduga - Kotbah Untuk Yang Menunggu Janji Tuhan	https://www.youtube.com/watch?v=9afjaiDiuuM
Jalan Mendapat Berkah yang Jadi Bagianmu	https://www.youtube.com/watch?v=5-CSRnkA15k
Saat Teduh Bersama - RAHASIA 100 KALI LIPAT 8 September 2021 (Official Philip Mantofa)	https://www.youtube.com/watch?v=tvq4RfQSbFY

Hasil temuan studi sosial agama seperti di atas menjadi sukar untuk dibantah. Umat beragama yang mencari Tuhan lewat dakwah seringkali, jika “meminjam” paparan Gun Gun Heriyanto, justru kebingungan untuk menakar sendiri yang mana idealitas agama dan yang mana pula realitas politik. Itulah dampak lain dari dakwah agama dan politik yang disatukan dalam komunikasi panggung (2019a, 236). Oleh Heriyanto, berbagai kemasan program bercorak acara-acara keislaman (reality show, sinetron, talkshow, komedi, ceramah keagamaan dan lain-lain) merupakan terpaan dan peluang ekonomi-politik secara kuat membentuk imajinasi khalayak muslim karena media dapat menerapkan prinsip konsonansi, maksudnya pengulangan bunyi dan makna untuk mencapai efek tertentu yang diinginkan si pembuat (2017, 85-98). Meskipun demikian, tetap harus diingat bahwa dalam agama memang ada semangat mengajar tiap orang, tetapi penting dieksplorasi terus-menerus makna di balik tindakan beragama yang sebagian besar diniatkan tanpa mencoreng muka masyarakat (Monk, 1980, 1). Ketika sudah masuk ke ranah tampilan publik lewat media, tokoh agama sekaligus menjadi seorang sebagai sineas yang memanggungkan ajaran dan kepentingannya tak ubahnya Hollywood di mana para selebriti dunia hidup penuh drama, mitologi, dan narasi panggung tetapi justru bertarif mahal, kata Milja Radovic (2014, 86). Secara teoritik menunjukkan sejarah permainan dan hubungannya dengan agama, hubungan antara ramalan dan permainan, hubungan antara olahraga dan ritual, fungsi pedagogis permainan dalam pendidikan agama, dan interaksi yang berkontribusi pada studi agama, ritual, permainan dan studi media untuk ditujukan kepada akademisi serta masyarakat umum. Sebelumnya mereka meyakini ada keterkaitan sejarah permainan dan hubungannya dengan agama, antara olahraga dan ritual dan interaksi di dalamnya (Bornet, Burger 2012, 15-22). Oleh Covid hal-hal tersebut mengalami pergeseran di dunia virtual. Tokoh agama sebagai aktor menemukan momentum.

Dengan ledakan alat dan media komunikasi internet, perangkat virtual tersebut mampu mengubah wajah agama-agama secara meluas di dunia. Para “user” virtual telah menghipnotis dan mengalihkan perhatian manusia kepada apa yang dirasa lebih berguna dalam kehidupan meskipun bisa saja diganggu, diretas, dihujat sejumlah orang (Dawson, Cowan, 2004, 10-16). Kehidupan manusia di sinematisasi dalam perang media sosial. Hidup menjadi sebatas apa yang terlihat fashionable di layar, layaknya fenomena menjadi Pastogram. Padahal, apa yang nampak di layar sering lebih buruk (atau sebaliknya lebih baik) dari realitas. Interaksi sosial kehidupan menjadi hiper-simbolik yang jauh lebih penting pada ekspresi

daripada eksistensi hidup nyata di internal, keluarga dan anak-anak kandung. Internet dengan seluruh perangkat yang mengagumkan dengan ragam platform di dalamnya telah menjadi ritus meditasi spiritualitas manusia yang tak lagi terabaikan. Selain dari tempat tidur di bawah selimut hingga ke toilet, kita semua menjadi tertambat (tethered) seperti anjing dengan kalung di lehernya oleh gadget yang kita beli dan pakani sendiri dengan kuota berbayar dan berpaket. Apalagi ada Pastogram idola atau Ustagram lagi “tik-tok” di instastory-nya.

Pemeran Utama dalam Agama Virtual

Agama dalam teknologi virtual seringkali dianggap sebagai gagasan teater bermain. Hal itu menjadi sangat menarik jika sejenak kita bersedia untuk mengingat proses dari belakang kemunculan apa yang disebut sebagai industri televangelisme. Ketika munculnya teknologi frekuensi elektromagnetik dan tabung yang mewujud dalam teknologi televisi tersebut, peradaban dunia termasuk keagamaan manusia menjadi tereksplorasi dalam banyak wajah televangelisme dunia saat itu, termasuk Kristen, Islam dan Hindu. Para peneliti media berjejaring menganalisis korespondensi dan perbedaan utama antara televangelisme global dan lokal, individu utama yang terlibat dalam televangelisme, praktik, dampak sosial dan budaya. Agama di era perkembangan informasi, teknologi dan media sedang dimodifikasi ulang sesuai selera dan kepentingan pemilik kapital yang bermain dalam industri media berjejaring (Thomas, Lee, 2012, 1-12).

Diintip dari situasi Indonesia beberapa dekade terbaru, makin banyak orang populer dipuja dengan berbagai alasan di hati pengikut. Untuk Islam KH. Zainuddin MZ, dan AA. Gymnastiar (biasa dipanggil AA) terbilang tokoh yang dianggap paling cocok untuk tampil di ruang publik. Seolah dua Ulama tersebut memiliki daya magis hebat untuk mengumpulkan pendengarnya. Oleh popularitas mereka yang sukar dibantah, meskipun mereka telah semakin dilupakan publik oleh karena berbagai hal, tausiah kemubalighan mereka tetapi dimasukkan ke kanal-kanal media internet. Dalam sistem digitasi saat ini, meskipun sang aktor agama telah tiada sekalipun (seperti Zainuddin MZ) atau kehilangan momentum popularitasnya (seperti AA. Gym), bukan berarti eksisten mereka lenyap sepenuhnya dari keriuhan teknologi virtual.

Dua tokoh itu sering kali masih dianggap sebagai gagasan teater bermain dalam televangelisme saat itu yang mana tausiah-tausiah mereka masih disebar ulang hingga sekarang. Pada kenyataannya, keduanya akhirnya juga bermuara pada kepentingan partai politik Islamis atau gerakan Islamis di Indonesia. Bersamaan dengan itu, ketokohan mereka melanggengkan kharisma ketokohan. Apa yang dipelajari,

kharisma dalam media sebagai titik tumpu harapan, kepura-puraan, dan pengakuan kharismatik aktor agama (Joosse, 2017, 334-358). Istilah Islamis ialah orang, komunitas, pendidikan, bisnis, waralaba, organisasi yang menjadikan Islam sebagai ideologi politik yang disebut Islamisme dengan ragam tampilan misalnya berwujud dakwah maupun partai politik untuk mentransformasi nasionalisme Indonesia menjadi Islamis. Niat awalnya hadir di Indonesia sekitar tahun 1970-an lewat gerakan politik ingin mengubah negara Indonesia menjadi negara Islam dengan ragam proyek islamisasi versi masing-masing organisasi masyarakat Islam dengan jejaring Timur Tengah, seperti Muslim Brotherhood atau Ikhwanul Muslimin Mesir. Sebelum meninggal pada 30 Juni 2020, oleh Hilmi Aminuddin yang membawa Ikhwanul Muslimin ke Indonesia, Hilmi adalah seorang Ulama Islamis mendirikan Partai Keadilan Sejahtera setelah jatuhnya rezim Suharto. Dalam berbagai gerakan, Ikhwanul Muslimin memperkenalkan proyek sosial-politik yang disiplin untuk mengislamkan Indonesia melalui universitas, melalui proses demokrasi dan akhirnya melalui negara dalam sistem kepartaian yang legal (Temby, 2020). Pada masa jaya dan hidup mereka yang glorious, Zainuddin dan AA belum terpastikan ada niat sama sekali ke arah gerakan politik. Tetapi, apa yang mereka kerjakan justru bergerak menjadi alat untuk menarik audiens agar terimmersi ke dalam kantong-kantong kepentingan gerakan dakwah berbarengan gerakan politik Islamis.

Dua tokoh Islamis kharismatis tersebut penting dilihat merepresentasikan dakwah agama berjalan bersamaan dengan industri media, dan politik sekaligus. AA sangat dipuja di ladang dakwah. Ia bisa menyanyi, menulis, usahawan dan tokoh pendidikan Islam karena mendirikan Pondok Pesantren Daarut Tauhiid Gegerkalong Girang, Bandung. Jaringan industri atas nama dakwah Islam tumbuh di tangannya sebelum akhirnya redup oleh prahara asmara. Dengan semua populisme tersebut, majalah Time menyebut Gym sebagai orang suci dalam sandiwara televangelistik. Unik, ketika belum terjadi ambruknya kehidupan glamour terkait dengan prahara poligaminya, AA, menjelaskan, pemimpin Indonesia jatuh karena mereka memakai topeng untuk menyembunyikan kelemahan karakter mereka (Elegant, Jason, 2002).

AA adalah seorang televangelis dan pengusaha yang memanfaatkan budaya populer dan media untuk menjadi seorang pengkhotbah Islam yang berpengaruh yang menjadikannya sebagai pemimpin super dan pengusaha manajer super. Dengan menekankan kesalehan di ruang publik keagamaan kemudian beralih ke politisasi kesalehan, dan penggunaan etika publik tentang visi dan rasa malu, juga mencoba tampil sebagai alternatif sumber otoritas keagamaan di Indonesia. AA ialah representasi dari tokoh Islam Indonesia

yang dengan jelas memenuhi tujuan yang ia tetapkan untuk dirinya sendiri. Bagaimana ceruk budaya populer dari Sufi dan guru swadaya telah berhasil mengkalibrasi ulang otoritas agama, subjektivitas Muslim, dan politik agama di pasca Indonesia yang otoriter pasca-Soeharto awal. AA ialah representasi jaringan bisnis dan jaringan keagamaan serupa di Indonesia dengan cara “rebranding” Islam. Hal-hal seperti itu perlu diantisipasi kemunculannya kembali dalam kancah keagamaan ketika ada kesempatan (Hoesterey, 2016, xviii, xix).

Rev. John Hartman yang kerap mengisi mimbar keagamaan era 1990-2000 di RCTI dalam acara Penyegaran Rohani Kristen Protestan akan dimajukan sebagai representasi data dari komunitas masyarakat beragama Kristen. Hartman memulai pelayanan di Placerville, California sejak 1976. Sebelum menjadi pendeta, Hartman bekerja sebagai seorang detektif di Long Beach Police Department California. Ia pernah menjadi “bodyguard” beberapa penyanyi terkenal seperti Elvis Presley dan Michael Landon. Ia lulus dari Rhema Bible College Broken Arrow, Tulsa, Oklahoma yang didirikan oleh Kenneth E. Hagin tahun 1974. Setelah mengesap pendidikan teologinya, Hartman mulai melayani di sejumlah area Amerika Serikat misalnya pemukiman masyarakat Indian Amerika. Akhirnya bertemu dengan Pdt. H. L Senduk, pendiri Sinode GBI, yang mengenalkannya ke publik televisi Indonesia. Hartman adalah pendiri dari GO Studio atau Gospel Overseas Jakarta yang diklaim sebagai pelayan profesional televisi Kristen pertama di Indonesia. Tampilannya di televisi ditunggu banyak orang Kristen.

Remy Sylado mengendus ada yang aneh dalam diri dan tampilan Hartman. Meskipun puluhan tahun setiap pekan tampil di televisi tidak berusaha belajar bahasa Indonesia karena saban manggung di RCTI selalu berkhotbah dengan bahasa Inggris. Sylado, sastrawan Indonesia asal Minahasa nama lengkapnya Yapi Panda Abdiel Tambayong tersebut merasa bahwa karena tidak membumi seperti Yesus datang dan turun ke dunia, Hartman pantas untuk dicela karena tidak berinkulturasi dengan Indonesia dan pendengarnya. Ia dianggap jauh dari makna dan semangat Injil seperti tertera dalam Matius 28 ayat 19. Dengan membandingkan dengan para penginjil Barat sebelumnya, cara Hartman tidak seperti Franciscus Xaverius di Ambon abad ke-16, Nommensen di tanah Batak abad ke-19, Bruckner di daratan Jawa abad ke-19, Schwarz di tanah Minahasa abad ke-19, Joseph kam di Maluku abad ke-19. Dengan logika inkulturasi seperti itu di mata Sylado, maka Hartman layak dicela sebagai pendeta gaya hidup yang kareseh-peseh (2017). Kata itu dalam penjelasan Sylado, populer sebagai perlawanan para satrawan Indonesia terhadap

kolonialisme di Indonesia, maksudnya secara budaya terus-menerus masih berniat secara tidak mengatakan tetapi dari tampilan dan bertutur selalu mempertahankan superioritasnya sebagai orang dan martabat Barat yang melihat Indonesia tetap sebagai Inlander dengan cara bercakap-cakap dalam bahasa Eropa. Dalam kerangka seperti itu, bahasa bukan sekedar pemersatu tetapi juga diskriminasi bangsawan dan budak. Itu selalu dilihat sebagai penyakit menular sok Inggris dalam bahasa Indonesia (2004, 6-9). Apalagi masih terus aktif di sejumlah media sosial, dan masih terus dibagikan di grup-grup sosial yang ada, tampaknya Gilbert Lumoindong juga masih tepat untuk dimajukan sebagai representasi kedua dari komunitas masyarakat beragama Kristen.

Ketika acara Mimbar Agama di stasiun TVRI eranya sudah lenyap diganti perubahan zaman, kini kita hidup di pasar manajemen modern pertelevisian kemudian bergeser ke dalam industri digital. Menurut peneliti sudah sangat sukar untuk menakar kehadiran tokoh agama ke ruang publik sebagai gagasan teater bermain tanpa melewatkan ada apa di baliknya. Tentu relatif sukar karena aktivitas keagamaan mereka sudah berbicara dalam sistem tarif dan rating televisi. Misalnya, dalam perjalannya ketika mulai muncul GL Ministry bekerjasama dengan provider Telkomsel, dampak popularitas Gilbert di televisi meningkat, maka masyarakat dipromosikan untuk mengunduh lagu-ringtone, dengan mendapatkan point reward, yakni didoakan agar lepas dari persoalan-persoalan hidup yang membebani, namun terlebih dahulu membayar dengan nominal uang tertentu. Fenomena virtual Tuhan yang dikanalkan itu, kemudian diukur dari media sebagai platform permainan dengan agama sebagai konten dan tokoh agama sebagai aktor bahkan jejaring gereja sebagai kru pelaksana, maka tak mudah untuk menafikan ada “Godwired,” maksudnya Tuhan yang dikabelkan (Wagner, 2012).

Di sini, pantas juga untuk diajukan beberapa nama dari sejumlah tokoh agama Kristen yang hangat diperbincangkan sekaitan dengan ledakan virtualisasi agama. Misalnya yang terbaru, Pdt. Joshua Tewuh (biasa dikenal JT) dengan pengajaran sendiri telah menimbulkan gejolak di internal Gereja Bethel Indonesia (GBI) kemudian akhirnya membawa JT mengundurkan diri dari GBI. Pdt. Erastus Sabdon (populer dengan sebutan ES) juga sebelumnya pendiri jemaat Rebot Ministry dari GBI tersebut akhirnya mendirikan sinode sendiri, yakni Gereja Suara Kebenaran Injil. Ada juga nubuatan yang diklaim langsung didengar dan dibisikkan sendiri oleh Roh Kudus kepada Pdt. Dr. Ir. Niko Njotorahardjo Gembala Sidang dari keluarga besar GBI Gatot Subroto Jakarta (sebelumnya dikenal dengan GBI Bethany Jakarta).

Diviralkan, bahwa bahasa Roh sanggup meningkatkan immune tubuh manusia untuk lawan COVID-19 sehingga tidak perlu takut beribadah di gereja. Anehnya, Niko juga dalam Youtube “Channel LGF Church Tuhan” berbicara lagi kepadanya agar umat Kristen, seperti diperintahkan Tuhan untuk sembunyi, menutup diri dan berdiam diri di kamar rumah masing-masing karena COVID-19 adalah Amarah Tuhan yang belum akan hilang secepatnya. Bernubuat untuk juga dilakukan Iin Cipto dalam video khotbah sensasional. Iin dalam gereja mereka disebut sebagai “Prophet” atau nabiah sangat intens dan percaya diri mengkhotbahkan wahyu Tuhan yang membuat pengikutnya terpana. Ia menubuatkan di depan pengikutnya bahwa wabah Corona akan hilang di akhir Maret 2020. Namun hingga tulisan ini ada, itu belum lenyap sama sekali.

Terlepas dari kekonyolan para aktor agama tersebut, fenomena itu terlihat sebagai ajang “bermain” yang belum bisa dikatakan membawa kedewasaan baru beragama. Penggunaan pesan-pesan virtual sebagai medium kepemilikan individu aktor keagamaan. Tulisan Junifrius Gultom, Pendeta GBI dan teolog dari STT Bethel Petamburan Jakarta di Facebook tanggal 20 dan 23 Januari 2022 tepat menggambarkan kenyataan virtualisasi agama dan aktornya hari ini. Sebagai sesama pelaku media sosial, dan juga mengenal secara baik nama-nama tersebut karena awalnya masih sesama pendeta di GBI, ia melihat para pastogram seringkali berkhotbah dari Alkitab dengan buru-buru terobsesi dengan masalah-masalah hidup lepas dari upaya mempelajari konteks perikop lewat pembacaan dengan ragam tafsir yang relevan dan kekinian. Ajaran mereka sering ekstrim sehingga tidak akan “mendarat”. Hal itu karena para pengkhotbah, tak lagi fokus kepada mengajarkan kebenaran. Belum lagi di megachurch, Kharismatik misalnya, peribadatan sudah kehilangan esensinya, salah satunya makin kurangnya partisipasi dari jemaat. Aktor agama lebih tampil sebagai pemain show off atau over-acting, ibadah ibarat manggung saja, itu maksudnya. Para pendeta di megachurch di Indonesia begitu menyakinkan dalam kotbah mereka di sosial media. Padahal kenyataannya apa yang mereka ucapkan tak bermutu yang ujungnya untuk mempertahankan pengamanan aset. Meski demikian, bahwa orang-orang Kristen percaya. Sebaiknya, kita tak lagi bersedia untuk bergereja di tempat yang tidak dikelola dengan sistem yang akuntabel, transparan dan fair. Jemaat yang polos justru akan dimanfaatkan. Kejelian untuk melihat agenda jangka panjang gereja sangat dibutuhkan.

Dari data di atas jelas terbaca virtualisasi Tuhan oleh aktor sangat menawarkan eksplorasi menarik dari praktik keagamaan di era digital. Pengalaman virtual, testimoni personal pendeta berciri heroisme, cerita mujizat orang lain yang disaksikan ulang kepada audiens, permainan sinematografis dan seni visual, audial

dan ritual, seluruhnya adalah bentuk virtualisasi agar sang aktor agama enak dan cocok di gendang telinga. Dalam takaran tertentu, aktivitas virtual yang mengandalkan kreativitas dan interaktif bisa dibilang tetap berguna secara religius namun ada efek lain yang diharapkan oleh tokoh. Karena kontennya memang bersifat suci di ruang sakral dalam konteks virtualisasi, Tuhan diperangkap oleh teknologi bertransformasi menjadi permainan teks suci oleh aktor. Itulah karakteristik Tuhan yang divirtualisasi online.

Yang hilang dari virtualisasi ialah kontrol sosial namun yang justru menguat adalah mobilisasi pengikut (Armanios, 2018, 59). Apalagi tidak ditutupi, ada juga secara terbuka untuk menganjurkan agar like dan subscribe untuk berbagai alasan. Apa daya, dalam situasi Covid-19 dalam berbagai varian, itulah realita Tuhan, agama dan tokohnya hari ini. Dalam rangka mengajarkan “kebenaran” yang diharapkan follower yang tidak homogen, maka saat itu pulalah pengajar “kebenaran” itu merekayasa diri. Semakin banyak pengikut semakin kencang legitimasi sosial aktor agama berkesempatan untuk menyiarkan “kebenaran” sendiri. Fenomena itu disinyalimen sebagai penyimpangan radikal dari praktik keagamaan tradisional ke artifisial untuk mengejar sesuatu yang mengerucut pada kepemilikan (*ownership*) sukar diabaikan (Chaudary, 2021). Kepemilikan selalu ada dalam kuasa properti untuk memiliki dan menguasai. Kepemilikan acapkali bertalian dengan kekuasaan didukung oleh finansial dan sosial untuk memegang kontrol secara eksklusif dan menggunakannya untuk tujuan pribadi (Pierce, Kostova, 2003, 84-107).

KESIMPULAN

Berkeanaan dengan virtualitas agama dan tokohnya tidak lagi bisa hanya dilihat dari sisi audiens semata apalagi dari titik tekan isi teologis belaka. Fenomena “manusia” digital hari ini perlu juga ditelisik dari sisi apa yang ada di balik tampilan lewat media sosial dengan berbagai platform. Lewat pendekatan teori dan ditampilkannya data riil empiris, tulisan ini mengetengahkan bahwa media digital bukan hanya platform virtualisasi sang tokoh agama secara personal tetapi juga beresonansi dengan kepemilikan (*ownership*) sendiri lebih dari sekadar otoritas. Biar pun seorang mempunyai otoritas, misalnya gelar, kepintaran, tampilan, namun dipandang lemah apabila dalam sisi kepemilikan nihil. Uanglah pembeli solidaritas, kepercayaan, komitmen sosial, tak terkecuali otoritas dan untuk menjaga stabilitas itu semua para elit sosial kerap muncul di publik (Turner, 2013, 189). Dalam maksud lain, semakin gencarnya tokoh agama untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama secara virtual membuka peluang menaikinya kepemilikan yang acap kali tidak tunggal terselip di balik kekaguman followers dan subscribers. Di sinilah kejelian kritis dari

kerja-kerja ilmiah dibutuhkan. Studi sosial keagamaan seperti tulisan menyigi agama sebagai ajang “bermain” atau “permainan.” Dengan berkecambahnya teknologi media berbasis digital sebagai platform baru, tokoh agama menemukan kepemilikan peran sosiologis, yang sejak lama disebut Weber sebagai aristokrasi kharismatik kuno (2009, 243-253). Tetapi dalam tulisan ini, kepemilikan itu bertransformasi untuk maksud performatif yang lebih modis. Dengannya, pengikut terpengaruh pesona pemimpin yang sejatinya sering kali karena pengikut tidak percaya diri dengan status mereka. Kesalehan telah berubah menjadi permainan mengelabui banyak orang. Jika hal-hal itu belum banyak diungkapkan ke publik, hal itu justru akan berkelok kepada konsekuensi dan kualitas spiritualitas bangsa Indonesia. Konsekuensi dan kualitas tersebut, sejatinya menarik untuk diteliti dalam riset selanjutnya, harus diakui masih merupakan kekurangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- (KBBI), K. B. B. I. (n.d.). *Selak, Menyelak*.
- Angell, N. (1929). *The Money Game Explaining Fundamental Finance: A New Instrument of Economic Education*. E. P. Dutton & Co., Inc.
- Bakuama, D. A. (2016a). *Banyak Orang Bilang: "Yusuf Mansur Menipu."* Teras Publishing.
- Bakuama, D. A. (2016b). *Yusuf Mansur Menebar Cerita Fiktif Menjaring Harta Umat*. Teras Publishing.
- Bakuama, D. A. (2017). *1001 Dusta Paytren & Yusuf Mansur*. Bahas Bisnis.
- Bakuama, D. A. (2018). *Menggugat Yusuf Mansur*. Yayasan ACR.
- Bornet, P. (2012). Introduction: Games and Religion in History. In Maya B. Philippe Bornet (Ed.), *Religions in Play: Games, Rituals, and Virtual World* (pp. 15–22). Theologischer Verlag Zürich.
- Brad Stoddard, C. M. (2017). Introduction. In C. M. Brad Stoddard (Ed.), *Stereotyping Religion: Critiquing Clichés* (p. 1). Bloomsbury Academic.
- Burton, G. (2002a). *More than Meets the Eye: An Introduction to Media Studies*. Edward Arnold Publisher.
- Burton, G. (2002b). *Talking Television: An Introduction to the Study of Television*. Edward Arnold Publisher.
- Burton, G. (2005). *Media and Society: Critical Perspectives*. Open University Press.
- Carmia Margaret, D. A. (2021). Sebuah Respons Kristen terhadap Penggunaan Aplikasi Clubhouse di Era Covid-19. *Societas Dei*, 8(2), 229–245. <https://doi.org/https://doi.org/10.33550/sd.v8i2.251>
- Chaudhary, Y. (2021). Augmented Reality, Virtual Reality and Religion. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=3888253>
- Corts, A. (2013). Religious Practice in Virtual Worlds. *Ecumenica*, 6(1), 63–66. <https://www.jstor.org/stable/10.5325/ecumenica.6.1.0063>

- Dombo, E. A. (2021). The Influence of Religious and Spiritual Traditions on Social Work Practice Across the Globe: Does It Influence Social Work Education? *Journal of Religion & Spirituality in Social Work: Social Thought*, 40(2), 360–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15426432.2021.2001726>
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Febe Armanios, B. E. (2018). *Halal Food: A History*. Oxford University Press.
- Fredy Simanjuntak, Dewi Lidya Sidabutar, Y. S. (2020). Amanat Pengembalaan dalam Ruang Virtual. *Tronos*, 1(2), 99–114. <http://e-journal.bmptkki.org/index.php/thronos>
- Hammond, P. E. (1992). *Religion and Personal Autonomy: The Third Disestablishment in America*. University of South Carolina Press.
- Heryanto, G. G. (2015). Konvergensi Simbolik di Media Online. *Communication*, 6(2), 172–196.
- Heryanto, G. G. (2017). Ekonomi Politik Media Penyiaran: Rivalitas Idealisme Nilai Islami dan Mekanisme Pasar. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 85–98.
- Heryanto, G. G. (2019a). *Panggung Komunikasi Politik: Dilema antara Idealitas dan Realitas Politik*. IRCiSoD.
- Heryanto, G. G. (2019b). *Problematika Komunikasi Politik: Bingkai Politik Indonesia Kontemporer*. IRCiSoD.
- Hoesterey, J. B. (2016). *Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and a Self-Help Guru*. Stanford University Press.
- Ivan Pogarcic, David Krnjak, D. O. (2012). Business Benefits from the Virtualization of an ICT Infrastructure. *International Journal of Engineering Business Management*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.5772/51603>
- Joesoef, H. (2017). *Yusuf Mansur Obong*. Yayasan Al Arief Cendikia Rote.
- John L. Pierce, Tatiana Kostova, K. T. D. (2003). The State of Psychological Ownership: Integrating and Extending a Century of Research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>

Joosse, P. (2017). Max Weber's Disciples: Theorizing the Charismatic Aristocracy. *Sociological Theory*, 35(4), 334–358.

Katimin, T. P. (2021). Islamic Defense Action Movement 212 in the Perspective of Muslim. *Millatī, Journal of Islamic Studies and Humanities*, 6(1), 53–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/mlt.v6i1.5811>

Keli Edwards, M. L. (2003). *International Televangelism/American Ideology: The Case of the 700 Club*.

Kerlis, B. (2013). Sacred Spaces in Virtual Places: Locating Religion in the Financial Market. *Journal for the Study of Religion*, 26(1), 23–44. <https://www.jstor.org/stable/24799435>

Kim, M. F. K. and K. L. (1986). The Uses and Effects of Televangelism: A Factorial Model of Support and Contribution. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 25(4), 410–423. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1385908>

King, R. (2017). *Religion is Bullshit* (C. M. Brad Stoddard (ed.)). Bloomsbury.

Kurlberg, J. (2020a). “Digital Theology” in Plain Language. *Cursor: Zeitschrift Für Explorative Theologie*. <https://doi.org/10.21428/fb61f6aa.eef0ce93>

Kurlberg, J. (2020b). Doing God in Digital Culture: How Digitality is Shaping Theology. *Cursor: Zeitschrift Für Explorative Theologie*. <https://doi.org/10.21428/fb61f6aa.db204d48>

Latief, H. (2013). Islamic Charities and Political Patronage in Contemporary Indonesia. *Al-Jami'ah: Jurnal of Islamic Studies*, 5, 2.

Latief, H. (2016). Philanthropy and “Muslim citizenship” in Post-Suharto Indonesia. *Southeast Asian Studies*, 5(2), 269–286. https://doi.org/10.20495/seas.5.2_269

Lorne L. Dawson, D. E. C. (2004). Introduction. In D. E. C. Lorne L. Dawson (Ed.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (pp. 10–16). Routledge.

LoRusso, J. D. (2017). *Spirituality, Corporate Culture, and American Business: The Neoliberal Ethic and the Spirit of Global Capital*. Bloomsbury.

Louis W. Fry, Laura L. Matherly, S. V. (2006). Spiritual Leadership Theory as a Source for Future Theory, Research and Recovery from Workaholism. In R. J. Burke (Ed.), *Research Companion to Working Time and Work Addiction* (pp. 330–351). Edward Elgar.

Luke Sloan, A. Q.-H. (2016). *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE Publications.

Martin, Craig, B. S. (2021). *Critiquing Religion: Discourse, Power, Culture*. Bloomsbury.

Martin, C. (2014). *Capitalizing Religion: Ideology and the Opiate of the Bourgeoisie*. Bloomsbury.

Martin, C. (2017). *A Critical Introduction to the Study of Religion*. Routledge.

McCormick, T. C. (1930). Book Review: The Money Game. By Norman Angell. New York: E. P. Dutton & Co, 1929. Pp. 221. \$6.00. *American Journal of Sociology*, 36(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/215362>

Monk, R. C. (1980). *Exploring Religious Meaning*. Prentice Hall, Inc.

Mostafa Goodarzi, Ali Asghar Fahimifar, E. S. D. (2021). New Media and Ideology: A Critical Perspective. *Journal of Cyber Studies*, 5(2), 137–162. <https://doi.org/10.22059/JCSS.2021.327938.1065>

Noor, F. (2012). Evaluasi Kondisi Kepartaian dalam 14 Tahun Reformasi dalam Perspektif Pelembagaan Sistem Kepartaian. *Masyarakat Indonesia*, 38(2), 221–250.

Pradip N. Thomas, P. L. (2012). Global and Local Televangelism: An Introduction. In P. L. Pradip N. Thomas (Ed.), *Global and Local Televangelism* (pp. 1–12). Plagrave Macmillan.

Radovic, M. (2014). *Transnational Cinema and Ideology: Representing Religion, Identity and Cultural Myths*. Routledge.

Romanowski, W. D. (2019). *Cinematic Faith: A Christian Perspective on Movies and Meaning*. Baker Academic.

Roof, W. C. (2001). *Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion*. Princeton University Press.

Saat, N. (2017). Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and a Self-Help Guru. By James Bourk Hoesterey. California: Stanford University Press, 2016. xix+262 pp. *SOJOURN: Journal of Social Issues in Southeast Asia*, 32(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1355/sj32-2m>

Sanchez, M. C. (2021). Critical Reflections. *Critical Research on Religion*, 9(3), 337–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/20503032211044425>

Sianturi, oleh R. P. (2014). KOMUNITAS VIRTUAL KRISTEN: Era Baru Eklesia dalam Konteks Virtual dan Kontribusinya bagi Kebebasan Beragama di Indonesia. *Gema Teologi*, 38(1), 87–114.

Silado, R. (2004). *Bahasa: Resleting*. Perpustakaan Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.

Silado, R. (2017). *Perempuan Bernama Arjuna 5: Minasanologi dalam Fiksi*. Nuansa Cendekia.

Simon Elegant, J. T. (2002). Holy Man. *Time Magazine*. <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,386977,00.html>

Simon Tanner, M. D. (2003). Exploring Charging Models for Digital Cultural Heritage in Europe. *D-Lib Magazine*, 9(5).

Soroush, A. (2002). *Reason, Freedom, and Democracy in Islam: Essential Writings of Abdolkarim Soroush Translated, Edited, with a Critical Introduction by Mahmoud Sadri, Ahmad Sadri*. Oxford University Press.

Tarmizi, E. (2022). *Harta Haram Muamalat Kontemporer Versi Google Play*. Berkat Mulia Insani.

Temby, Q. (2020). *The Elusive Pragmatist Who Transformed Political Islam in Indonesia*. The Interpreter The Lowy Institute.

Turner, J. H. (2013). *Theoretical Sociology: 1830 to the Present*. SAGE Publications, Inc.

Wagne, R. (2012). *Godwired: Religion, Ritual and Virtual Reality*. Routledge.

Wansbrough, J. E. (1978). *The Sectarian Milieu Content and Composition of Islamic Salvation History*. London University Press.

Weber, M. (2009). *From Max Weber Essays in Sociology: With an Introduction by H. H. Gerth and C. Wright Mills with New Preface by Bryan S. Turner*. Routledge.

Zeller, F. (2016). *Analyzing Social Media Data and Other Data Sources: A Methodological Overview*. SAGE Publications.