

SUBTANSI AGAMA DAN BANALITAS MEDIA

Wawan Setiawan¹, Erin Alvianita²
Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama Tasikmalaya¹, Sekolah Tinggi
Agama Islam Imam Syafii Bandung²
Penulis korespondensi: wawandandia@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara mengembalikan keyakinan seseorang terhadap agama yang sebenarnya, dan mengapa seseorang menjadi bosan (banalitas) dalam mendapatkan sebuah informasi di media sosial. Metode Penelitian menggunakan studi kepustakaan (library research) dengan menghimpun data dari tulisan-tulisan (literasi) yang mempunyai kaitan dengan topik yang dibahas, yaitu Subtansi Agama dan Banalitas Media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agama dan media dalam satu sisi punya kesamaan yaitu dalam hal mencari kebenaran. Agama mencari kebenaran. Media juga bergerak mencari kebenaran. Bedanya adalah, kalau agama mengklaim dirinya telah menemukan kebenaran, sementara media tidak mengatakan seperti itu. Agama dan media tidak lagi perlu dipertentangkan karena keduanya dalam kondisi saling membutuhkan. Subtansi agama sangat diperlukan eksistensinya oleh masyarakat karena agama berperan dan berfungsi untuk mengarahkan manusia kepada keyakinan, kebaikan, mengajarkan dan mendidik manusia kepada kelembutan hati, jiwa, raga dan fikiran. Sedangkan banalitas media merupakan kondisi ketika beragam pesan dan informasi yang disampaikan melalui media massa kehilangan ruhnya dan menjadi tidak bermakna.

Kata Kunci: *Subtansi, Agama, Banalitas, Media.*

Abstract

The purpose of this study is to find out how to restore one's belief in the real religion, and why someone becomes bored (banality) in getting information on social media. The research method uses library research by collecting data from writings (literacy) that are related to the topics discussed, namely the substance of religion and the banality of media. The results of this study indicate that religion and the media on the one hand have something in common, namely in terms of seeking the truth. Religion seeks truth. The media is also moving in search of the truth. The difference is, if religion claims to have found the truth, the media does not say so. Religion and the media no longer need to be contradicted because both are in a condition of mutual need. The substance of religion is very necessary for its existence by the community because religion plays a role and functions to direct humans to belief, goodness, teaches and educates humans to be gentle in heart, soul, body and mind. Meanwhile, media

banality is a condition when various messages and information conveyed through mass media lose their spirit and become meaningless.

Keywords: Substance, Religion, Banality, Media.

Pendahuluan

Agama dan media dilihat dari konteks fakta sosial keduanya sangat berperan penting dalam membentuk perilaku atau karakter seseorang. Agama pada dasarnya mengarahkan manusia kepada kebaikan, mengajarkan dan mendidik manusia kepada kelembutan hati, jiwa, raga dan pikiran. Agama dan media dalam satu sisi punya kesamaan yaitu dalam hal mencari kebenaran. Agama mencari kebenaran. Media juga bergerak mencari kebenaran. Bedanya adalah, kalau agama mengklaim dirinya telah menemukan kebenaran, sementara media tidak mengatakan seperti itu. Salah satu disiplin media adalah melakukan cek dan ricek serta verifikasi sampai menemukan kebenaran sedekat mungkin. Kebenaran bagi media bersifat relatif. Sementara kebenaran bagi agama bersifat absolut.

Agama di Indonesia merupakan bagian yang sangat penting. Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang agamis dan spritual. Terlepas dari keragaman pemaknaan dan calim terhadap agama atau sekte suatu agama, tetapi satu hal yang mungkin sama dimaknai oleh penganut agama di Indonesia yaitu agama tidak hanya menjadi institusi sosial melainkan juga sebagai relasi antara manusia dengan Tuhannya. Fakta seperti ini membuat isu-isu agama menjadi sangat sensitif, tak terkecuali dalam pemberitaan media. Maka dalam menghadapi situasi seperti ini, media harus merefleksikan kenyataan ini dan menangkap situasinya sehingga relasi agama dan media dapat berlangsung secara harmonis.

Media itu penting dalam arti, bagaimana mereka bertugas sebagai cermin masyarakat. Untuk menunjukkan bentuk wajah masyarakat Indonesia itu seperti apa. Tetapi media juga punya misi tertentu. Beberapa media

misalnya, punya misi mengajak masyarakat Indonesia menuju keidupan yang lebih baik dan lebih berarti. Adapun ras, etnis, agama, dan dari kelompok manapun, setiap warga negara berhak menikmati hidup yang bebas di negara ini. Bebas berekspresi, bebas berorganisasi, dan bebas mempraktekkan ajaran agamanya. Karena jaminan itu tertulis dalam Undang-Undang Dasar 1945.

Metode

Metode penelitian menggunakan studi kepustakaan (library research) dengan menghimpun data dari tulisan-tulisan (literasi) yang mempunyai kaitan dengan topik yang dibahas, yaitu Subtansi Agama dan Banalitas Media. Data-data tersebut peneliti ambil dari dokumentasi yang bentuk buku, jurnal penelitian, dan artikel-artikel yang mendukung. Metode pembahasan menggunakan metode deskriptif-analisis, yaitu menjelaskan serta mengelaborasi ide-ide utama yang berkenaan dengan topik yang dibahas. Kemudian menyajikannya secara kritis melalui sumber-sumber pustaka primer maupun skunder yang berkaitan dengan tema. (Sugiyono, 2005; Sukmadinata, 2005; Trianto, 2011).

Hasil dan Pembahasan

1. Agama dan Media

Banyak ahli menyebutkan bahwa agama berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu “a” yang berarti tidak dan “gama” yang berarti kacau. Maka agama berarti tidak kacau (teratur). Dengan demikian, agama itu adalah peraturan, yaitu peraturan yang mengatur keadaan manusia, maupun mengenai sesuatu yang gaib, mengenai budi pekerti dan pergaulan hidup bersama.

Menurut Drajat (2005) agama adalah proses hubungan manusia yang dirasakan terhadap sesuatu yang diyakininya, bahwa sesuatu lebih tinggi dari pada manusia. Sedangkan Glock dan Stark mendefinisikan agama sebagai sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang melembaga, yang kesemuanya terpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi.

Clifford Geertz mengistilahkan agama sebagai (1) sebuah system simbol-simbol yang berlaku untuk (2) menetapkan suasana hati dan motivasi-motivasi yang kuat, yang meresapi dan yang tahan lama dalam diri manusia dengan (3) merumuskan konsep-konsep mengenai suatu tatanan umum eksistensi dan (4) membungkus konsep-konsep ini dengan semacam pancaran faktualitas, sehingga (5) suasana hati dan motivasi-motivasi itu tampak realistis.

Ada beberapa istilah lain dari agama, antara lain *religi*, *religion* (inggris), *religie* (Belanda) *religio/relegare* (Latin) dan *dien* (Arab). *religion* (inggris), dan *religie* (Belanda) adalah berasal dari bahasa induk dari kedua bahasa tersebut, yaitu bahasa latin “*religio*” dari akar kata “*relegare*” yang berarti mengikat. Menurut Cicero, *relegare* berarti melakukan sesuatu perbuatan dengan penuh penderitaan, yakni jenis laku peribadatan yang dikerjakan berulang-ulang dan tetap.

Lactancius mengartikan kata *relegare* sebagai mengikat menjadi satu dalam persatuan bersama. Dalam bahasa Arab, agama di kenal dengan kata *al-din* dan *al-milah*. Kata *al-din* sendiri mengandung berbagai arti. Ia bisa berarti *al-mulk* (kerajaan), *al-khidmat* (pelayanan), *al-izz* (kejayaan), *al-dzull* (kehinaan), *al-ikrah* (pemaksaan), *al-ihsan* (kebajikan), *al-adat* (kebiasaan), *al-ibadat* (pengabdian), *al-qahr wa al-sulthan* (kekuasaan dan pemerintahan), *al-tadzallulwa al-khudu* (tunduk dan patuh), *al-tha'at* (taat), *al-Islam al-tauhid* (penyerahan dan pengesaan Tuhan).

Dari istilah agama inilah muncul apa yang dinamakan religiusitas. Glock dan Stark merumuskan religusitas sebagai komitmen religius (yang berhubungan dengan agama atau keyakinan iman), yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu yang bersangkutan dengan agama atau keyakinan iman yang dianut. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan beberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi

seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.

Sedangkan kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (Dagun, 2006: 634) media merupakan perantara/penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk.

Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Dalam konteks dunia pendidikan, Gerlach & Ely (dalam Arsyad, 2002: 3) mengungkapkan bahwa media secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan Sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses pembelajaran cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi atau verbal.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien.

Ketika kita ingin mencoba mengkaji relasi antara agama dan media, paling tidak ada beberapa pendekatan yang bisa dipakai semisal pendekatannya Hoover (2006) dalam *Religion in Media Age*. Pendekatannya bisa dideskripsikan dalam empat aspek relasi antara agama dan media sebagai berikut:

a. Similarity (Kesamaan)

Dalam 'agama' cara dapat dilihat sebagai media dalam dirinya sendiri; kadang-kadang dianggap membentuk saluran antara diri dan Tuhan yang terdiri dari seperangkat institusi, otoritas dan praktek, seperti tempat ibadah, teks suci dan pengkhotbah. Seperti media, agama juga menawarkan simbol, ikon dan cerita untuk memahami dunia. Seperti yang disampaikan oleh seorang filsuf Belanda *Hent de Vries*, yang mengklaim bahwa tanpa praktek-praktek mediasi dan wacana agama tidak mampu mewujudkan diri sama sekali.

Sebaliknya media juga hadir sebagai simbol dan icon yang ditawarkan kepada publik sebagai sebuah kebenaran yang harus diklaim dan dipercaya. Bahkan tidak jarang media membingkai dirinya dengan agama atau hal-hal yang berbau agama. Hal seperti ini menyebabkan ekspresi sakralitas (seperti pada agama) terhadap media. Contohnya seorang fans fanatik sepak bola akan terjadi kebingungan (galau) yang sangat luar biasa ketika jadwal sepak pertandingan klub favoritnya berbarengan dengan jadwal ritual keagamaannya. Contoh lainnya, para ibu-ibu atau mungkin sebagian diantara kita juga merasa berat hati untuk meninggalkan tayangan televisi ketika panggilan shalat dikumandangkan. Dalam konteks seperti ini media sudah mengambil posisi yang sama dengan agama atau bahkan menggantikannya.

b. Distiction (Bertentangan)

Agama dan media merupakan dua hal yang terpisah dan saling mempengaruhi bahkan dalam banyak situasi saling bertentangan. Fakta pertentangan antara agama dan media bisa dilihat misalnya dengan terjadinya berbagai serangan dan protes dari individu atau lembaga agama atas pendangkalan nilai-nilai suatu agama oleh media.

Sesungguhnya, pertentangan antara agama dan media tidak lepas dari melencengnya media dari fungsi idealisnya. Media lebih dominan dalam menyuarakan faktor non-idealisnya sehingga dipandang merusak bahkan menghancurkan tatanan kehidupan beragama. Konflik agama dan media tidak

hanya terjadi di Indonesia, deretan konflik agama dan media juga menghiasi wajah keduanya di banyak negara.

Mediatiside

Deskripsi ini menggambarkan bahwa agama dan media tidak lagi perlu dipertentangkan karena keduanya dalam kondisi saling membutuhkan. Bagi masyarakat modern agama tidak lagi dapat dipelajari secara terpisah dari media paling tidak karena beberapa alasan berikut:

Pertama, bagi kebanyakan orang di masyarakat modern, media telah menjadi sumber utama ide-ide keagamaan mereka, apakah mereka menyangkut agama mereka sendiri atau orang lain. *Kedua*, media juga telah menjadi sumber utama imajinasi agama. *Ketiga*, banyak fungsi sosial agama, terutama di mana menyangkut bangunan dan ritual masyarakat, telah diambil alih oleh media.

Kondisi mediatiside merupakan kondisi dimana relasi agama dan media terbangun karena adanya mutualisme. Media membingkai dan menghadirkan agama dalam profan ruang-ruang media yang kebanyakan dikomersialisasikan tapi sakralitas dan kesuciannya tergadaikan.

Mediatisation mungkin paling terlihat sangat jelas dalam praktik agama di media massa atau internet. Dalam internet, lembaga keagamaan tradisional membangun kehadiran agama secara online yang menawarkan lingkungan agama interaktif di mana pengalaman individu dan pemahaman agama bisa ditukar.

c. Artikulasi

Dalam konteks ini kehadiran media mungkin diputus atau ditolak ketika tidak sesuai dengan kultur sebuah agama. Sebaliknya agama akan sangat radikal menguasai media dengan nilai dan kulturenya ketika agama mampu menjadikan media sebagai institusinya. Dalam konteks kita bisa melihat

kehadiran media radikal dari kelompok umat beragama yang eksklusif hanya mengahdirkan ajarannya dalam ruang-ruang medianya.

d. Realitas Mutualisme Agama dan Media di Indonesia

Dalam realitas sosial, agama dan media merupakan dua hal yang berbeda tetapi saling membutuhkan. Peran dan fungsi media yang begitu perkasa dalam mengkontruksi sebuah realitas menjadi informasi dan wacana bagi publik nampaknya tak mau dilepaskan begitu saja oleh agama. Begitu pun media tak mau begitu saja meninggalkan agama yang sudah menjadi trend komoditi utamanya. Kondisi di atas menunjukkan bahwa adanya mutualisme agama dan media yang didasarkan pada pemenuhan kepentingan masing-masing dari keduanya.

Secara ideal, paling tidak agama bisa memanfaatkan media untuk menyampaikan simbol dan nilai agama kepada khalayak yang multikultural seperti; Menyampaikan berbagai informasi dan pembahasan mengenai moral dan etika serta hal-hal yang bersifat religi kepada masyarakat; Menampilkan nilai-nilai etika moralitas agama pada media; Merubah kondisi psikologis seseorang untuk selalu konsisten melakukan hal-hal yang bernilai positif sesuai ajaran agamanya.

2. Subtansi Agama

Subtansi mempunyai makna inti atau isi. Subtansi agama adalah upaya mengembalikan keyakinan, pemikiran, dan praktik agama pada sumber-sumber awal yang menjadi rujukan inti daripada agama tersebut. Dalam arti, subtansi agama menjadi ekspresi pemurnian keyakinan beragama yang tidak hanya berhenti pada tekstual saja, namun lebih jauh pada pemahaman agama secara kontekstual dan menyeluruh sesuai *maqashidu al-syari'ah*, yang bermuara pada upaya pengagungan hakiki manusia sebagai makhluk Allah SWT yang paling sempurna.

Dalam teori klasik komunikasi massa, ada teori yang disebut jarum hipodermik atau disebut juga *bullet theory* yang populerkan oleh Willbur

Schramm. Teori ini komunikasi digambarkan sebagai proses searah. Media diasumsikan sebagai pemilik kekuatan yang sangat perkasa yang bisa memberikan stimulus informasi apapun yang dengan segera diterima oleh komunikan (masyarakat) yang dianggap pasif dan homogen (Rahmat, 2005:188)

Berdasar pada teori ini, apapun pesan yang disampaikan melalui media kepada masyarakat, termasuk pesan-pesan agama, seharusnya berakibat dan mempunyai pengaruh yang diharapkan terhadap komunikan, yakni masyarakat yang menjadi sasaran seminasasi pesan-pesan agama itu. Semakin sering pesan itu disampaikan semakin besar pula pengaruhnya pada masyarakat. akan tetapi kenyataannya tidak sesederhana itu.

Melihat pentingnya substansi agama, sehingga dalam sebuah agama terdapat beberapa ruang lingkup dan itu menjadi pedoman pokok bagi agama tersebut antara lain adalah:

- a. Keyakinan (credial), yaitu keyakinan akan adanya sesuatu kekuatan supranatural yang diyakini mengatur dan mencipta alam.
- b. Peribadatan (ritual), yaitu tingkah laku manusia dalam berhubungan dengan kekuatan supranatural tersebut sebagai konsekuensi atau pengakuan dan ketundukannya.
- c. Sistem nilai yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya atau alam semesta yang dikaitkan dengan keyakinannya tersebut.

Dalam sebuah agama terdapat beberapa unsur dan itu menjadi pedoman pokok bagi agama tersebut antara lain adalah: (a) adanya keyakinan pada yang gaib, (b) adanya kitab suci sebagai pedoman, (c) adanya Rasul pembawanya, (d) adanya ajaran yang bisa dipatuhi dan (e) adanya upacara ibadah yang standar.

Selain dari itu agama juga memberi isyarat kepada manusia dan alam bahwa ada Zat yang lebih unggul, Zat Yang Maha Segala-galanya, yang disitu manusia perlu berstandar kepada Dia melalui medium agama. Dengan kata lain perlu berstandar dan berpasrah (tawakal) kepada Dia melalui agama menjadi tempat bagi kita untuk mengadu dan berkomunikasi dengan Tuhan.

Kepasrahan kita kepada Tuhan didasarkan pada suatu ajaran bahwa manusia hanya bisa berusaha, Tuhan yang menentukan.

Sehingga agama mempunyai fungsi dalam kehidupan. Fungsi tersebut adalah:

- a. Sebagai Pembimbing Dalam Hidup, pengendali utama kehidupan manusia adalah kepribadiannya yang mencakup segala unsur pengalaman pendidikan dan keyakinan yang didapatnya sejak kecil. Apabila dalam pertumbuhan seseorang terbentuk suatu kepribadian yang harmonis, di mana segala unsur pokoknya terdiri dari pengalaman yang menentramkan jiwa maka dalam menghadapi dorongan baik yang bersifat biologis ataupun rohani dan sosial akan mampu menghadapi dengan tenang.
- b. Penolong Dalam Kesukaran, orang yang kurang yakin akan agamanya (lemah imannya) akan menghadapi cobaan/ kesulitan dalam hidup dengan pesimis, bahkan cenderung menyesali hidup dengan berlebihan dan menyalahkan semua orang. Beda halnya dengan orang yang beragama dan teguh imannya, orang seperti ini akan menerima setiap cobaan dengan lapang dada. Dengan keyakinan bahwa setiap cobaan yang menimpa dirinya merupakan ujian dari Tuhan (Allah) yang harus dihadapi dengan kesabaran karena Allah memberikan cobaan kepada hambanya sesuai dengan kemampuannya. Selain itu, barang siapa yang mampu menghadapi ujian dengan sabar akan ditingkatkan kualitas manusia itu.
- c. Penentran Batin, jika orang tidak percaya akan kesabaran tuhan tak peduli orang itu kaya apalagi miskin pasti akan selalu merasa gelisah. Orang yang akan takut akan kehilangan harta kekayaannya yang akan habis atau dicuri oleh orang lain, orang yang miskin apalagi, selalu merasa kurang bahkan cenderung tidak mensyukuri hidup. Lain halnya dengan orang yang beriman, orang kaya yang beriman tebal tidak akan gelisah memikirkan harta kekayaannya. Dalam ajaran Islam harta keyaaan itu merupakan titipan Allah yang didalamnya terdapat hak orang-orang miskin dan anak yatim

piatu. Bahkan sewaktu-waktu bisa diambil oleh yang maha berkehendak. Begitu juga dengan orang yang mungkin yang beriman, hatinya akan selalu tenang karena setiap yang terjadi dalam hidupnya merupakan ketetapan Allah dan yang membedakan derajat manusia dimata Allah bukanlah hartanya melainkan keimanan dan ketakwaannya.

- d. Pengendali Moral, setiap manusia yang beragama dan beriman akan menjalankan setiap ajaran agamanya. Terlebih dalam ajaran Islam, akhlak amat diperhatikan dan di junjung tinggi dalam Islam. Pelajaran moral dalam Islam sangatlah tinggi, dalam Islam diajarkan untuk menghormati orang lain, akan tetapi sama sekali tidak diperintah untuk memnta dihormati. Agama mengatur hubungan orang tua dan anak dengan begitu indah. Selain itu agamanya juga mengatur semua hal yang berkaitan dengan moral, nilai dari berpakaian, berperilaku, bertutur kata hubungan manusia dengan manusia lain (*hablum minannas* atau hubungan sosial). Termasuk di dalamnya harus jujur, jika seorang berkata bohong maka dia akan di siksa oleh api neraka.

Dari paparan diatas bahwa banalitas agama dipandang sebagai petunjuk untuk mengatasi kesulitan yang diakibatkan oleh ketidakpastian, ketidakpercayaan dan keterbatasan. Sebagai sebuah lembaga sosial agama merupakan asosiasi yang terorganisir dan terbentuk baik untuk kepentingan masyarakat.

3. Banalitas Media

Kata banalitas berasal dari kata Banal yang Secara etimologis, kata banal berasal dari bahasa Prancis yang artinya mandat dinas zaman feodal.

Secara sederhana Banalitas Media bisa diterjemahkan sebagai kondisi ketika beragam pesan dan informasi yang disampaikan melalui media massa kehilangan ruhnya dan menjadi tidak bermakna, menghilangkan esensi untuk mempengaruhi khalayak yang menjadi pangsa pangsanya. Gejalanya paling

tidak ditandai empat hal: kejenuhan, ketidakpercayaan, kebingungan, dan ketidakpedulian.

fenomena ini merupakan dampak dari mudahnya masyarakat dalam memperoleh informasi saat ini. hadirnya *New media* mempercepat proses tersebut. Internet bisa membuat siapapun menjadi *source* dalam informasi terlepas dari kredibilitas *source* tersebut.

Salah satu teori yang menjadi dasar banalitas media adalah teori jarum hipodermik (*bullet theory*, yang dicetuskan ahli psikologi Willbur Schramm)

Dalam teori ini komunikasi digambarkan sebagai proses searah. Media diasumsikan sebagai pemilik kekuatan yang sangat perkasa, yang bisa membanjiri informasi apapun yang dengan segera diterima oleh komunikan yang dianggap pasif dan tidak tahu apa-apa. Masyarakat bukan saja dianggap tidak berdaya tapi juga homogen.

Berdasar teori ini, apa pun pesan yang disampaikan melalui media kepada masyarakat, termasuk pesan-pesan agama, seharusnya berujung pada munculnya pengaruh yang diharapkan atas diri komunikan, yakni masyarakat yang menjadi sasaran seminasi pesan-pesan agama itu. Semakin sering pesan tersebut disuntikkan semakin besar pula pengaruhnya pada masyarakat. Akan tetapi, belakangan, kenyataannya ternyata tidak sesederhana itu.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pola berpikir, bersikap, dan berperilaku masyarakat juga mengalami perubahan. Masyarakat menjadi tak sepasif yang semula diperkirakan. Mereka juga tak homogen, melainkan beragam, seperti yang jelas tergambar dalam pendekatan *use and gratifications* yang diusung Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitz.

Dalam pendekatan teori ini, individu dipandang sebagai makhluk yang sangat rasional dan selektif. Dalam pendekatan teori ini, perhatian mulai bergeser dari “pengiriman” menjadi “penerimaan” pesan. Teori jarum hipodermik pun dinyatakan *obsolete* oleh Willbur Schramm sendiri.

pada rentang tahun 1970 an di Amerika, gejala banalitas media sejatinya sudah mulai terlihat ketika itu. Keterbukaan informasi dan keanekaragaman salurannya membuat masyarakat mulai bisa memilih informasi dengan lebih selektif, sesuai yang ia inginkan, yang ia sukai, dan yang ia butuhkan. Ini pula yang terjadi di Indonesia, sekalipun perkembangannya tidak secepat di Amerika.

Di Indonesia, pendekatan teori jarum hipodermik masih efektif bahkan hingga awal 1990. Pada masa itu, media televisi sebagai sumber informasi masih dimonopoli oleh pemerintah. Banalitas baru terasa setelah televisi-televisi swasta bermunculan sekitar tahun 1995-an, dan menjadi-jadi seiring perkembangan teknologi informasi pada awal tahun 2000-an.

Setidaknya ada 4 (empat) hal yang menjadi gejala umum terjadinya banalitas media.

Pertama, munculnya kejenuhan akibat terpaan informasi yang terus-menerus. Kejenuhan dalam menerima dan mencerna sekaligus menyikapi beragam pesan keagamaan dapat dipicu beragam faktor, mulai dari cara penyampaian pesannya yang monoton, pengemasan pesannya yang tidak kreatif, hingga pemilihan dan pengkontekstualisasian pesannya yang tidak sesuai dengan kondisi terkini dan kebutuhan masyarakat. Dengan beragam faktor ini, kejenuhan menjadi sesuatu yang tak terhindarkan.

Kedua, ketidakpercayaan baik pada kebenaran informasi, saluran, maupun pembawa informasi. Munculnya terpaan suntikan “informasi tandingan” yang sama kuatnya namun bertolak belakang dengan pesan keagamaan yang disampaikan adalah salah satu yang potensial menjadi pemicu ketidakpercayaan ini.

Kasus Islam Nusantara, misalnya, bisa menjadi contoh bagaimana terpaan informasi yang bertolak belakang bisa menjadi penyebab masyarakat banal terhadap upaya seminasi pesan-pesan keagamaan. Di satu sisi, para Kyai Dan Ulama yang telanjur menjadi salah satu simbol keagamaan. Di sisi lain,

simbol-simbol itu kemudian tergerus karena ternyata tak menampilkan kesesuaian antara pesan-pesan yang disampaikan dengan keyakinan umum yang dianut masyarakat Muslim Indonesia atau contoh kasus lain, para terdakwa kriminal di pengadilan yang menggunakan jilbab *syar'i*, cadar, baju koko, peci, atau topi haji, di persidangan, juga menjadi contoh lain bagaimana kebertolakbelakangan memicu ketidakpercayaan. Ironi menjadi sisi lain dari banalitas ini.

Ketidakpercayaan juga dipicu oleh berkembangnya teknologi informasi, yang membuat siapa pun dapat menjadi pengakses informasi, sekaligus menjadi source yang menyebarkan informasi. Budaya share dunia maya membuat semua orang berada dalam kedudukan yang sama, tak dari kalangan manapun dan siapa pun, selama mereka membagikan topik serupa, mereka tak berbeda. Kemudahan teknologi membuat anak-anak SD bisa membagikan konten agama yang rumit yang ia dapat entah dari siapa di dinding media sosialnya, sesering dan seluas yang ia inginkan, tak peduli ia mengerti atau tidak konten yang ia bagikan, pada akhirnya juga memicu kondisi “banal”. Pesan-pesan agama “sedalam” apa pun jadi terasa biasa karena siapa pun bisa “memproduksinya” hanya dengan copy-paste. Bayangkan, kini, melalui media sosial, hal ini terjadi hampir setiap detik. Informasi-informasi berseliweran dari jutaan “source”, yang entah entah siapa, entah dari mana.

Ketiga, adanya kebingungan untuk mencerna informasi. Berseliwerannya beragam konten keagamaan, setiap detik, tanpa saringan, ini juga tak bisa dihindari memicu munculnya kebingungan umat. Saat kondisinya terjadi terus menerus, pada suatu titik ini juga mengunculkan kondisi banal.

Keempat, munculnya ketidakpedulian baik terhadap pembawa pesan, saluran yang dipakai, maupun pada pesan itu sendiri (Apatis).

Terpaan kejenuhan, ketidakpercayaan, dan kebingungan yang terus menerus pada akhirnya memunculkan sikap apatis. Pada kondisi ini, apa pun pesan yang keagamaan yang disampaikan kepadanya tak akan lagi memicu

kepedulian. Pesan-pesan lewat begitu saja dan tak lagi membekas. Pada titik inilah banalitas terjadi. Pesan-pesan keagamaan kehilangan substansinya, menjadi barang jualan para *endorse*, penghias layar kaca, atau sekadar konten sharing pengisi waktu luang.

Kesimpulan

Dari pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa agama dan media merupakan sesuatu yang berbeda tetapi keduanya sangat mempengaruhi. 'agama' juga dapat dilihat sebagai media dalam dirinya sendiri; kadang-kadang dianggap membentuk saluran antara diri dan Tuhan yang terdiri dari seperangkat institusi, otoritas dan praktek, seperti tempat ibadah, teks suci dan pengkhotbah. Seperti media, agama juga menawarkan simbol, ikon dan cerita untuk memahami dunia.

Sebaliknya media juga hadir sebagai simbol dan icon yang ditawarkan kepada publik sebagai sebuah kebenaran yang harus diklaim dan dipercaya. Bahkan tidak jarang media membingkai dirinya dengan agama atau hal-hal yang berbau agama. Hal seperti ini menyebabkan ekspresi sakralitas (seperti pada agama) terhadap media.

Subtansi agama mempunyai fungsi sebagai upaya mengembalikan keyakinan, pemikiran dan praktik agama pada sumber-sumber awal yang menjadi rujukan inti daripada agama tersebut. Sedangkan banalitas media berarti kondisi ketika beragam pesan dan informasi yang disampaikan melalui media massa kehilangan ruhnya dan menjadi tidak bermakna.

Referensi

- Abubakar, I., dan Muchtadlirin (ed). *Media dan integrasi sosial*. Jakarta: CSRS UIN Syarif Hidayatullah. 2001
- Cliffort Geertz. *Kebudayaan dan Agama*. Jogjakarta: Kanisius: 1992.

- Dean, Stuart. *The Banality Of Evil & Mainstream Media*. Independent Researcher & Writer Speech Ceremony. 2016.
- Dinnen, Zara. *The Digital Banal. New Media and American Literature and Culture*, Columbia University Press, Washington DC. 2018.
- Eriyanto. *Analisis wacana; Pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: PT. LKiS. 2001.
- Eriyanto. *Media dan Konflik Ambon*. Jakarta: KBR68H. 2003.
- Hoover's, Stewart. *Religion in the Media Age*. Routledge. 2006.
- <http://penaka.blogspot.com/2018/10/pergantian-agama.html>.
- Ismail, Faisal. *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis*, Jogjakarta: Titian Ilahi Press: 1997.
- Jessica Adinda S, Anastasia. *Akar Banalitas Intelektual, Suatu Kajian Filsafat Ilmu*, Jurnal Filsafat Vol 23 No 2, Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada (2013).
- Kahmad, Dadang. *Sosiologi Agama*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya: 2002.
- Mujahid, Abdul Manaf. *Ilmu Perbandingan Agama*. (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada). 1994.
- Nugroho, Heru. *Negara, Universitas dan Banalitas Intelektual: Sebuah Refleksi Kritis Dari Dalam*, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada. 2012.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung. 2005.