

PENGARUH NEW MEDIA HANDPHONE TERHADAP PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KOTA LHOKSEUMAWE

Muhammad Saleh

IAIN Lhokseumawe

muhammadsaleh@iainlhokseumawe.ac.id

Abstrak: New media mustahil ditolak, walau banyak konten negatif disajikan, media baru adalah; facebook, whatsapp, twiter, amail dan sms. aplikasi ini ditampung dalam alat yang bernama HP. Penulis mengkaji pengaruh handphone yang dianggap sebagai media baru terhadap penyampaian pesan religi saat ini begitu dahsyat, terutama melalui media dengan *Short Message Service* (SMS) nya. Tujuan penelitian *pertama*, mengetahui kemampuan new media dalam menstrukturkan perilaku agama masyarakat Kecamatan Banda Sakti Lhokseumawe dalam bentuk pesan agama; *kedua*, mengetahui fenomena pendelegasian wewenang pihak otoritas agama atas teknologi dalam konteks pesan agama melalui new media sms tauhid di Kecamatan Banda Sakti. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini dilakukan dengan (*purposive sampling*) yaitu orang yang dianggap dapat memberikan informasi terkait. Hasil menunjukkan new media melalui pesan agama yang diterima masyarakat Kecamatan Banda Sakti mampu membentuk perilaku mulia. Fenomena pendelegasian wewenang pihak otoritas agama atas teknologi dalam konteks pesan agama melalui SMS Tauhid di Kecamatan Banda Sakti memperlihatkan bahwa perpaduan agama dengan teknologi lebih banyak muncul dalam pemanfaatan new media untuk kepentingan agama yang memunculkan spekulasi bahwa teknologi new media merupakan “pelayan” yang patuh pada agama sebagai “tuan”. Lambat-laun, new media telah sejajar dengan agama sehingga keduanya lahir dalam bentuk hubungan negosiatif.

Kata Kunci: Pengaruh New media, Handphone, Pesan-pesan Dakwah.

Abstract: New media is impossible to resist, even though a lot of negative content is presented, new media are; facebook, whatsapp, twitter, email and sms. This application is accommodated in a tool called HP. The author examines the influence of cellphones which are considered as new media on the delivery of religious messages at this time so powerful, especially through

the media with its Short Message Service (SMS). The purpose of the first study was to determine the ability of new media in structuring the religious behavior of the people of Banda Sakti Lhokseumawe District in the form of religious messages; second, knowing the phenomenon of the delegation of authority of the religious authorities over technology in the context of religious messages through the new media sms tauhid in Banda Sakti District. This study uses a qualitative descriptive analysis. The informants of this research were conducted by purposive sampling, namely people who were considered to be able to provide related information. The results show that new media through religious messages received by the people of Banda Sakti District are able to form noble behavior. The phenomenon of delegation of authority from religious authorities over technology in the context of religious messages via SMS Tauhid in Banda Sakti District shows that the combination of religion and technology appears more often in the use of new media for religious purposes which has led to speculation that new media technology is a "servant" who is obedient to religion. as "master". Gradually, new media has been aligned with religion so that the two are born in the form of a negotiating relationship.

Keywords: Effect of New media, Mobile, Da'wah Messages.

Pendahuluan

Eksistensi *new media* saat ini ternyata membawa sisi positif dan sisi negatif jika kita lihat dari keunggulan *new media* tersebut. Sisi positifnya adalah dengan keunggulan yang dimiliki oleh *new media*, masyarakat saat ini sangat dimanjakan dalam berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan. Namun sisi negatifnya adalah dengan kemudahan yang dimiliki oleh *new media*, masyarakat bisa mengalami ketergantungan. Ketergantungan tersebut bisa saja berupa tidak lepasnya pandangan mata seseorang pada *smartphone*-nya.¹ Terlepas dari itu semua salah satu pakar komunikasi Suwardi Lubis Menyatakan sesungguhnya kehadiran *new media* ke tengah-tengah masyarakat tidaklah menjadi sebuah malapetaka, karena pada dasarnya media itu tidak ada yang negatif, melainkan sipengguna media lah yang membawa media tersebut ke arah negatif.

Pelaksanaan penyiaran dan penyebaran pesan-pesan agama Islam akhir-

¹ Yesi Puspita, *Pemanfaatan new media dalam memudahkan transaksi komunikasi dan transaksi pelacur Gay*, Jurnal Pekommas, Vol. 18. No.3, Desember 2015, 203-212

akhir ini marak dilakukan terutama oleh masyarakat perkotaan, khususnya melalui media telephon (HP) dengan *Short Message Service* (SMS) nya. Hp dengan SMS nya menjadi media penyampaian pesan dakwah. Dalam konteks ini, jelas terlihat bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting sebagai media yang memudahkan aktivitas si pemiliknya dalam menyampaikan pesan-pesan amar ma'ruf nahi munkar. Dan salah satu persinggungan paling penting antara agama dengan teknologi adalah pada persoalan bagaimana agama melihat kehadiran teknologi komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan gagasan-gagasan tentang makna-makna yang ditawarkan agama.² Pada sisi agama Islam, teknologi sering digunakan untuk menyampaikan doktrin *missionary religion* atau sering disebut sebagai dakwah teknologi. Teknologi dijadikan sebagai salah satu media terpenting untuk mentransformasikan pesan agama secara luas kepada masyarakat.

Kemunculan makna atau pesan dan simbol-simbol agama melalui media bukanlah fenomena baru. Sejak lama agama telah menggunakan medium tertentu sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan religius dan keagamaan. Di sisi lain, perkembangan teknologi yang begitu pesat melahirkan berbagai jenis dan genre media dengan karakter yang berbeda-beda. Hal tersebut dalam banyak hal berimplikasi pada pergeseran dan perluasan peran teknologi dalam kehidupan sosial-budaya termasuk agama.³

Di era kontemporer seperti saat ini, diskusi keagamaan meliputi banyak dimensi tidak hanya persoalan ketuhanan, kepercayaan, keimanan, dan seterusnya, tetapi lebih dari itu semuanya. Baik itu persoalan ekonomi, politik, IPTEK, lingkungan hidup, sejarah, perdamaian dan seterusnya.⁴ Sebagaimana diketahui bahwa Islam adalah agama yang bukan hanya memiliki satu aspek saja, akan tetapi Islam memiliki banyak aspek, seperti aspek teologi, aspek ibadah, aspek moral, aspek mistisisme, aspek politik, aspek sejarah dan lain-lain.⁵

²Moch Fakhruroji. "Sms Tauhid Sebagai Teknoreligion Perspektif Teknokultur Atas Penyebaran Tausyiah Agama Melalui Sms" *Jurnal Sosioteknologi*. Vol. 14, No 3, (Desember 2015): 246-259.

³Nursinita Killian. "Peran Teknologi Informasi Dalam Komunikasi Antar Budaya Dan Agama" *Jurnal Dakwah Tabligh*. Vol. 15, No. 2, (Desember 2014): 159 – 176.

⁴ *Ibid*, hal. 159 – 176.

⁵ Harun Nasution, *Islam ditinjau dari Berbagai Aspeknya, Jilid I* Cet. V. (Jakarta: UI Press,

Untuk memahami berbagai aspek ajaran Islam tersebut sangat diperlukan pengkajian-pengkajian Islam dengan berbagai pendekatan yang digali dari berbagai disiplin ilmu, yang akhirnya mampu mewarnai panorama aktualisasi Islam. Berangkat dari asumsi tersebut, isyarat umum yang dapat dirasakan atau dilihat dewasa ini, terutama dalam kaitannya dengan kehidupan beragama adalah banyaknya ilmuan berdomisili di kota-kota besar yang menyadari benar bahwa ilmu pengetahuan dan teknologi tidak mampu menyelesaikan segala problem kehidupan manusia.⁶

Penyiaran dan penyebaran pesan-pesan agama memiliki kepentingan yang besar terhadap media terlebih dalam konteks masyarakat kontemporer hari ini. Dalam banyak hal, bantuan teknologi mampu memperluas dan menyempurnakan sejumlah aktivitas sosial-kultural, termasuk aktivitas penyebaran pesan-pesan agama. Pada saat yang sama, beberapa jenis teknologi juga telah menjadi semacam situs baru bagi pencarian makna-makna spiritual. Akibatnya, penggunaan teknologi tertentu untuk kepentingan agama menjadi solusi bagi masyarakat modern agar tetap dapat memiliki akses terhadap makna-makna agama.

Sejak lama beberapa tokoh agama sudah akrab dengan teknologi melalui sejumlah media komunikasi. Menyampaikan pesan agama sebagai misi dakwah berbasis teknologi, salah satunya misalnya yang digagas oleh KH Abdullah Gymnastiar.⁷ Bila melihat AA Gym dengan jargon *Manajemen Qolbu*. Sejak 2011, Beliau meluncurkan program SMS Tauhid, yakni sebuah layanan tausyiah agama berbasis SMS yang memungkinkan orang-orang mendapatkan pesan-pesan agama melalui konten SMS secara berkala tanpa terkendala waktu dan tempat.⁸

Hingga saat ini, SMS Tauhid mengklaim telah memiliki lebih dari 500 ribu orang pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan atau pengguna SMS Tauhid ini disinyalir karena SMS masih relatif lebih populer di antara teknologi *text messaging* serupa yang muncul belakangan dan difasilitasi oleh *smart-phone* yang saat itu penggunaanya masih terbatas. SMS Tauhid juga berbeda

1985), hal. 33.

⁶Nursinita Killian. "Peran Teknologi Informasi dalam Komunikasi.....", hal. 159 – 176.

⁷Moch Fakhruroji. "Sms Tauhid Sebagai Teknoreligion.....", hal. 246-259.

⁸ *Ibid.*

dengan teknologi *Instant Messaging* (IM) lain yang hanya dimungkinkan dengan adanya koneksi internet, baik dari sisi pengirim maupun penerima.

Demam sms tauhid juga dirasakan oleh masyarakat yang ada di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. Kecamatan Banda Sakti yang penduduknya mayoritas beragama Islam, tentu saja memiliki tanggapan tersendiri terhadap Fenomena Sms Tauhid ini. Untuk maksud itu, penelitian ini, akan mengeksplorasi fenomena SMS Tauhid dengan menggunakan perspektif teknokultur dengan asumsi bahwa pencarian makna-makna agama merupakan salah satu bentuk kebudayaan dalam konteks masyarakat teknologis. Berdasarkan latarbelakang yang telah disampaikan maka tujuan penelitian ini ditetapkan dalam tiga sasaran sebagai berikut: *pertama*, untuk mengetahui kemampuan teknologi media dalam menstrukturkan perilaku agama masyarakat Kecamatan Banda Sakti dalam bentuk pesan-pesan agama; dan *kedua*, untuk mengetahui fenomena pendelegasian wewenang pihak otoritas agama atas teknologi dalam konteks pesan-pesan agama melalui media sms tauhid di Kecamatan Banda Sakti.

Kemampuan Teknologi Media Dalam Membentuk Perilaku Shaleh Masyarakat Kecamatan Banda Sakti Melalui Pesan-Pesan Agama

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah tentu akan memberikan penambahan media dakwah dalam menyiarkan kegiatan dakwah, selain pemanfaatan yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang sangat besar dalam mengoperasikannya, maka tentu media sosial ini akan semakin diminati sebagai media dakwah. Para pendakwah tentunya akan semakin mudah dalam menyiarkan ajaran dakwah kepada masyarakat melalui media sosial yang tidak dibatasi oleh daerah dan kawasan tertentu, bahkan mampu menjangkau berbagai negara yang ada dibelahan dunia ini.

Tentu saja memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah akan semakin membuka jalan dalam menyampaikan informasi keagamaan dalam jangkauan yang tidak terbatas, tentu ini harus bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh para da'i dalam menyampaikan dakwahnya. jangan sampai ada teknologi tetapi tidak bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan kebaikan dan kebenaran

kepada orang-orang yang membutuhkannya.⁹

Perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan sangat pesat. Kemajuan tersebut telah mengantarkan umat manusia semakin mudah untuk berhubungan satu dengan lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi individu dengan individu yang lain. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Berbagai informasi dan peristiwa yang terjadi di belahan dunia dengan secara cepat dapat diketahui oleh manusia pada benua yang lain. Era globalisasi yang ditandai oleh semakin majunya teknologi komunikasi juga disebut dengan era informasi.¹⁰ Hal tersebut terjadi karena teknologi tidak hanya memengaruhi dunia di luar eksistensi kita, tetapi juga masuk ke dalam dunia kita dengan cara tersendiri.¹¹ Oleh karena itu, manusia mewujudkan secara berbeda melalui teknologi.

Teknologi telah membuka kemungkinan baru untuk *being* dan *becoming* sehingga memungkinkan kita menghubungkan diri kita dengan orang lain dengan cara yang sama sekali baru. Teknologi pada akhirnya bukan hanya material mekanistik yang berdiri pada relasi eksterior subjektivitas manusia. Teknologi adalah *techne*, aplikasi pengetahuan yang menghubungkan kita dengan intersubjektivitas dunia material dan supernatural. Pandangan tentang potensi besar telekomunikasi dan informatika bagi kehidupan masyarakat sesungguhnya telah dimulai sejak tiga dekade lalu melalui gagasan Alvin Toffler.¹²

Sejak saat itu, pemikiran tentang hal ini semakin banyak menempati posisi penting dalam berbagai pemikiran tentang kemungkinan pengembangan tatanan masyarakat yang lebih maju. Salah satu istilah yang muncul dalam wacana ini adalah istilah masyarakat informasi. Gagasan ini pada umumnya mengacu pada inovasi teknologi yang berlangsung pada dekade akhir abad kedua puluh. Terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Salah satu

⁹ Zulfikar, IAI Al-Aziziyah Samalanga

¹⁰ Amir, *Etika Komunikasi Masa Dalam Pandangan Islam*, Cet. II, (Jakarta : Logos, 1999), hal. 3.

¹¹ Bernardz Katz. *Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional*. (Jakarta: Sapdodadi, 2004), hal. 23.

¹² Bernardz Katz. *Bagaimana Memasarkan....*, hal. 23.

media sosial yang cukup berpengaruh di Indonesia adalah Facebook. Pada tahun 2009, *Koran Kompas* (dalam Ibrahim, 2011) menyatakan bahwa pengguna Facebook di Indonesia mencapai 11 juta orang.¹³

Keberadaan media sosial telah mengubah bagaimana akses terhadap teknologi digital berjangkauan. Di sisi lain, sejarah penyebaran agama memosisikan teknologi sebagai “alat bantu” dalam mentransformasikan pesan-pesan agama agar dapat diakses oleh publik secara lebih luas. Dengan kata lain, teknologi lebih banyak muncul dalam konteks medium yang merupakan salah satu produk teknologi. Dalam konteks ini, teknologi cenderung dipandang sebagai entitas yang terpisah dari aktivitas penyebaran agama. Dengan demikian, teknologi merupakan agen yang bertindak sebagai “pelayan” bagi kepentingan agama tertentu. Namun demikian, perspektif lain menilai kehadiran teknologi informasi— beserta teknologi lainnya—dalam kehidupan masyarakat sebagai bentuk aliansi antara manusia dan benda-benda teknik.

Oleh sebab itu, perspektif ini melihat penggunaan teknologi dalam kehidupan manusia pada dasarnya merupakan hubungan-hubungan tentang cara agen-agen yang terlibat di dalamnya saling bernegosiasi untuk tujuan-tujuan tertentu, saling melakukan sintesis atas program-program tindakan, kemudian bagaimana pula masing-masing saling mendelegasikan. Alih-alih sebagai alat yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang “mematuhi” manusia, benda-benda teknik ini justru memperlihatkan perilaku aktif yang mampu bernegosiasi sehingga tidak ada yang “tuan” atau “pelayan” namun menciptakan entitas baru.

Dengan asumsi yang sama, budaya teknologi mengindikasikan persaingan ketat di antara unsur-unsur kebudayaan, termasuk agama. Penyampaian pesan-pesan agama secara tradisional mengalami banyak pergeseran dan terkadang menempatkan agama pada posisi yang sulit untuk diakses oleh publik yang telah menjadi bagian dari masyarakat dengan budaya teknologi. Dalam konteks ini, teknologi menjadi “penyempurna” bagi proses penyebaran pesan-pesan religius. Selain itu, teknologi juga dapat diasumsikan sebagai upaya “penanggulangan” atas keterbatasan manusia yang tidak

¹³ Subandy Idi Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hal. 312.

selalu dapat mengakses pesan-pesan religius dalam interaksi sosial secara fisik.

Melalui teknologi, manusia dapat menanggulangi keterbatasan ini sehingga ia masih tetap dapat mengakses dan mengonsumsi pesan-pesan agama di sela-sela aktivitasnya sebagai manusia modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena khas atas sekelompok orang atau institusi tertentu. Oleh karena itu, dengan data primer dari hasil wawancara dan konten-konten SMS Tauhid, penelitian ini lebih terfokus pada proses memahami fakta-fakta di lapangan yang kemudian dikorelasikan dengan fakta-fakta lain. Tidak hanya itu, konten-konten SMS yang dijadikan sebagai sampel penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan penguatan atas fenomena kehadiran agama sebagai konten SMS.

Teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya. Media merupakan kepanjangan atau *eksistensi* dari pikiran manusia, dengan demikian media memegang peran dominan dalam mempengaruhi tahapan perkembangan manusia.¹⁴ Perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi. Sehingga bisa dikatakan bahwa ketika IT hadir dalam bentuk yang baru, maka akan mempengaruhi struktur masyarakat, strategi komunikasi, masyarakat dan budaya, serta proses sosial.¹⁵ Dan kehadiran *new media* secara tidak langsung dapat merubah struktur masyarakat. Masyarakat Indonesia, bisa dikatakan menganut struktur sosial yang lama atau sering disebut tradisional.

Sebagai seorang pendakwah, pesan-pesan keagamaan yang disampaikan Aa Gym lebih banyak berkisar pada pengendalian diri, hati nurani, toleransi, dan keteguhan iman. Kesederhanaan pesan-pesan agama inilah yang membuatnya digemari oleh jamaah dari berbagai kalangan sehingga dicitrakan sebagai sosok pemuka agama yang berbeda. Figur Aa Gym dapat dideskripsikan sebagai figur yang telah berhasil menarik hati orang-orang Indonesia dengan memasarkan pesan tentang *Manajemen Qolbu* atau MQ melalui buku-buku, ceramah-ceramah yang disiarkan televisi nasional, dan seminar-seminar pelatihan. Bahkan dalam banyak hal, Aa Gym

¹⁴ Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 43.

¹⁵Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. (Jakarta: Kencana, 2006), hal 12.

menggambarkan kehadiran pendakwah-pendakwah selebritas kontemporer di dunia Muslim yang telah membuat klaim-klaim inovatif atas otoritas keagamaan melalui penggunaan teknologi media mutakhir.¹⁶

Selama ini Aa Gym memang dikenal sebagai ulama yang akrab dengan teknologi, terlebih dalam pemanfaatan media massa untuk kepentingan penyebaran pesan-pesan agama. Jauh sebelum kemunculan SMS Tauhid, pada tahun 2001 Aa Gym pernah memperkenalkan layanan serupa bertajuk *Alquran Seluler* yang digagasnya bersama-sama dengan Craig Abdurrahim Owensby, pemilik *Spotcase Consulting* yang meneguhkannya sebagai salah satu ulama kontemporer yang akrab dengan teknologi. Dengan sejumlah pengalaman yang pernah didapatnya pada program *Alquran Seluler*, Aa Gym melihat konteks penyebaran tausyiah agak berbeda dengan penyebaran informasi agama lainnya disebabkan oleh sifat tausyiah itu sendiri yang bersifat individual.

Tausyiah merupakan salah satu praktik komunikasi keagamaan dalam agama Islam yang sering dipertukarkan dengan istilah seperti *dakwah*, *tabligh*, dan *khutbah* karena karakternya yang memang hampir mendekati. Secara bahasa, tausyiah berarti nasihat atau wasiat tentang kebaikan dan ketaatan kepada Allah Swt. sehingga secara substantif pada dasarnya konten khotbah maupun tablig yang merujuk pada teks-teks agama Islam dapat disebut sebagai tausyiah. Sementara itu, jika dilihat dari cara penyampaiannya, *tausyiah* lebih bersifat persuasif dan tidak meluap-luap yang terkadang dapat ditemukan dalam kegiatan *tabligh*. Karena sifatnya yang persuasif, *tausyiah* biasanya dilakukan dalam konteks komunikasi interpersonal dan bertujuan untuk menyentuh secara psikologis.

Oleh karena itu, secara sederhana dapat dikatakan bahwa tausyiah memiliki dua sisi. *Pertama*, ia bersifat religius karena konten yang dikandung dalam *tausyiah* selalu merujuk pada teks agama—kitab suci Alquran atau hadis— sehingga makna agama dalam *tausyiah* cenderung lebih bersifat dogmatis. *Kedua*, karena merupakan bentuk komunikasi keagamaan yang persuasif, *tausyiah* juga lebih banyak muncul sebagai komunikasi dalam konteks *private* yang menyentuh perasaan secara psikologis. Meskipun

¹⁶ James B Hoesterey, "Prophetic Cosmopolitanism: Islam, Pop Psychology, and Civic Virtue in Indonesia". *City & Society*, Vol. 24, Issue 1 (2012), hal: 38–61

demikian, Aa Gym dan para pengelola SMS Tauhid sering menggunakan istilah dakwah dan *tausyiah* secara bergantian untuk mendeskripsikan kegiatan yang mereka lakukan.

Di sisi lain, SMS dan telepon seluler merupakan medium yang memiliki karakter individual dan personal sehingga dapat menjalankan komunikasi dalam setting *private*. Sifat personal telepon seluler secara umum dan SMS secara khusus memungkinkan interaksi antarindividu, terlepas dari lokasi masing-masing. Dengan sifat teknologi SMS semacam ini, Aa Gym melihat SMS mampu menjadi salah satu teknologi yang dapat difungsikan sebagai medium penyebaran *tausyiah* yang juga bersifat individual. Selain itu, Aa Gym melihat kecenderungan masyarakat yang semakin hari semakin tidak bisa lepas dari telepon seluler. Pemuka agama pemimpin Pesantren Daarut Tauhid ini menyebut telepon seluler dan sejenisnya sebagai “teknologi yang terdekat” dengan manusia modern.

Sebagai teknologi yang paling dekat dengan manusia, telepon seluler akan selalu “mendampingi” manusia kapan pun dan di mana pun. Telepon seluler dan teknologi sejenisnya telah menjadi kawan setia bagi setiap manusia modern. Mereka memperoleh informasi mengakses hiburan, berbagi kebahagiaan, dan sebagainya. “Kedekatan” manusia modern dengan teknologi telepon seluler ini membuat Aa Gym berasumsi bahwa “*seseorang bisa berubah jika mendapatkan ilmu, khususnya ilmu tauhid dari orang atau sesuatu yang paling dekat dengannya, dan tidak ada yang terdekat dengan orang saat ini selain handphone...*” Dengan asumsi ini Aa Gym lebih memilih menjalankan layanan *tausyiah* agama berbasis teknologi SMS daripada teknologi lainnya, meskipun pada perkembangan selanjutnya SMS Tauhid mengalami konvergensi dengan melibatkan situs jejaring sosial dan pertemanan seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*.

Aa Gym sangat menyadari bahwa masyarakat hari ini telah menjalankan budaya teknologi. Mereka seolah tidak dapat lepas dari peran dan manfaat teknologi yang telah memperkaya makna-makna dan nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari. Dengan logika yang sama pula, Aa Gym berharap SMS Tauhid mampu menjadi “pendamping spiritual” bagi mereka sehingga tetap dapat memperoleh makna-makna religius melalui *tausyiah-tausyiah* agama yang dapat mereka nikmati setiap hari. “Kedekatan” mereka dengan

teknologi ini diharapkan mampu menjadi “*added value*” bagi proses penyebaran taushiyah agama dalam konteks masyarakat teknologi.

Selain bersifat personal dan individual, teknologi SMS juga memiliki karakter penting lainnya yakni bersifat *asynchronous*, yakni interaksi yang tidak menuntut perhatian penuh dari kedua belak pihak yang tengah berinteraksi. Sifat *asynchronous* ditandai dengan fenomena SMS yang dapat bekerja tanpa menuntut perhatian penuh dari penerima untuk mengakses informasi yang disajikan. Artinya, seseorang tetap dapat membaca pesan SMS meskipun tidak pada saat SMS itu diterima.

Ketika seseorang menerima pesan melalui SMS, ia dapat membacanya kapan pun yang dia inginkan sehingga tidak harus melakukannya pada saat menerimanya. Hal ini berbeda dengan teknologi media lainnya seperti surat kabar, radio, atau televisi yang menuntut perhatian kita secara penuh untuk dapat mengakses informasi yang disampaikannya. Pada tataran praktis, pesan-pesan yang dikandung dalam konten SMS Tauhid merupakan *taushiyah-taushiyah* pendek yang merujuk pada kata-kata hikmah Aa Gym, potongan ayat-ayat Alquran dan hadis yang pada umumnya merupakan bahan renungan, atau nasihat-nasihat praktis yang bersifat motivatif dan reflektif. Sesuai dengan namanya, *taushiyah-taushiyah* SMS Tauhid lebih banyak menekankan pada ajaran tauhid praktis seperti kejujuran, keikhlasan, dan kesederhanaan.

Berikut ini beberapa contoh konten dalam SMS Tauhid.

Aagym: JUJUR itu bukan agar disukai orang, bukan agar dagangan laku, bukan agar diberi jabatan.. JUJUR itu agar dicintai Allah.

Aagym: Sahabat, berbeda pendapat adalah hal yang lumrah, namun bila penuh dengan amarah, bukan lagi membela pendapatnya, namun membela nafsunya.

Aagym: Shbtku, semakin mampu mengendalikan amarah, semakin jernih dan jelas akal sehat mencari/menemukan solusi.

Beberapa contoh di atas memperlihatkan penggunaan *keyword* “*aagym*” pada setiap konten yang mengindikasikan bahwa pesan ini berasal dari Aa Gym secara pribadi sebagai tokoh agama. Melalui beberapa konten di atas dapat dilihat bahwa materi-materi taushiyah lebih praktis dan substantif. Dengan kata lain, konten yang bersumber dari Aa Gym lebih berorientasi pada

pembentukan karakter positif. Konten-konten di atas lebih bernada seruan untuk memperkuat keyakinan seseorang tentang agamanya.

Sebagai *tausyiah*, SMS Tauhid tidak hanya nasihat-nasihat Aa Gym sebagai tokoh agama, tetapi juga didasarkan pada petikan ayat-ayat Alquran ataupun hadis namun memiliki arah dan pola yang sama. Ayat-ayat atau hadis yang dikutip adalah ayat-ayat atau hadis yang lebih bersifat pembentukan dan penguatan sifat akhlak mulia daripada aspek *fiqh* (hukum Islam) atau aspek-aspek lainnya yang bersifat formalistik. Berikut ini beberapa contoh konten SMS Tauhid yang bersumber dari ayat-ayat Alquran,

Smstauhid: Sesungguhnya Allah mencintai orang2 yang bersabar (QS 3:146).

Smstauhid: Dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluannya) (QS 65:3).

Smstauhid: Boleh jadi engkau tak suka padahal baik menurut Allah bagimu (QS 2:216).

Smstauhid: 'Ingatlah bhwa hanya dgn dzikir/ingat kpd Allah hati mjd tenang' (QS.13:28)

Berbeda dengan nasihat yang merujuk pada Aa Gym, konten *tausyiah* yang merujuk pada petikan Alquran biasanya menggunakan *keyword* "smstauhid" yang mengindikasikan bahwa konten bukan secara langsung berasal dari Aa Gym, namun atas izin atau arahan Aa Gym. Sebagian besar materi konten yang disampaikan dalam kategori ini juga lebih banyak memberikan semacam pengingat untuk selalu dekat kepada Tuhan. Dengan kata lain, konten lebih menekankan pada hal-hal yang lebih bersifat sifat dan akhlak mulia dalam beragama dan bergaul dengan sesama.

Fenomena Pendelegasian Wewenang Pihak Otoritas Agama atas Teknologi dalam Konteks Pesan-Pesan Agama melalui Media SMS Tauhid

Terkait dengan otoritas agama dan konsep otoritas, kita tidak bisa meninggalkan konsep Weber tentang tiga tipe kekuasaan: tradisional, rasional-legal, dan kharismatik. Tipe-tipe Weber tersebut dikaitkan dengan bentuk-bentuk aksi sosial dan hubungan-hubungan sosial yang menjadi ciri khas berbagai kelompok masyarakat. Memang tipologi yang dirumuskan

Weber diletakkan dalam konteks kepemimpinan (politik). Namun, karena kepemimpinan tidak dapat dilepaskan dari otoritas, maka tipologi ini juga bisa kita adaptasi dalam melihat otoritas keagamaan.

Hal pertama yang harus dijelaskan dengan pengertian terminologi Weber adalah persoalan *legitime herrschaf* yang biasa diterjemahkan sebagai “kekuasaan” atau “dominasi yang absah”. *Herrschaf* yang dimaksud Weber mengacu pada kemampuan seseorang untuk menegakkan kesetiaan kelompok. Bagi Weber, kriteria setiap hubungan yang melibatkan *herrschaft* adalah suatu bentuk penundukan diri secara sukarela. Faktor penting yang menopang stabilitas *herrschaft* adalah kepercayaan terhadap legitimasi. Tetapi konsep *legitime herrschaf* juga mencakup kemampuan memaksakan disiplin dan penggunaan sanksi-sanksi yang memaksa.¹⁷

Kategori Weber tersebut merupakan bentuk abstraksi, bukan diskripsi, realitas konkret. Namun, karena kharisma pada dasarnya merupakan fenomena spesifik dan terkadang mempengaruhi fenomena sosial yang sudah mapan, maka dua jenis kekuasaan yang absah adalah kekuasaan yang bersifat tradisional dan rasional-legal. Pada tataran pengguna (*jamaah*, audiens), konten-konten SMS Tauhid dipandang sebagai salah satu alternatif untuk mengakses informasi religius di tengah-tengah aktivitas mereka sehari-hari. Dengan berlangganan SMS Tauhid mereka merasa tetap dapat “bersentuhan” dengan nilai-nilai agama dan spiritual yang diyakini akan memberikan motivasi bagi mereka.

Hal ini dapat dilihat dari kesan-kesan para jamaah yang dalam konteks SMS Tauhid berposisi sebagai pelanggan. Berikut ini beberapa kesan dari jamaah “*Alhamdulillah... saya melihat SMS Tauhid merupakan inovasi yang baik dalam menyebarkan kebaikan kepada khalayak banyak terutama hal yang berkaitan dengan keagamaan...*”¹⁸ Selanjutnya pernyataan Dede Safrizal, yang mengatakan: “Sangat baik dan sangat bermanfaat... terlebih ketika saya sedang *futur*, kemudian diingatkan oleh firman Allah... Kalau ibadahnya kurang, diingatkan dengan hadis-hadis keutamaan ibadah... Dan juga diingatkan tentang beragam amal-amal kebaikan yang merupakan tausyiah dari Allah, jadi secara keseluruhan saya merasakan manfaat yang cukup

¹⁷ April Carter, *Otoritas dan Demokrasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 1979), hal. 54-56.

¹⁸ Hasil wawancara dengan Hafifuddin, Tokoh Masyarakat, tanggal, 12 Oktober 2018

besar dari SMS Tauhid ini...”¹⁹

Ada juga yang mengatakan: “*Alhamdulillah* saya merasakan sekali manfaatnya... mudah-mudahan ini menjadi amal kebaikan bagi para pengelolanya sendiri. Bagi saya juga agar bisa meningkatkan keimanan kepada Allah dan agar mampu mengontrol ataupun dalam keadaan-keadaan yang tidak menguntungkan karena SMS tersebut suka mengingatkan sehingga SMS itu terasa luar biasa manfaatnya...”²⁰

Penuturan beberapa informan di atas mengekspresikan manfaat *tausyiah-tausyiah* agama yang dikandung oleh SMS Tauhid. Melalui *tausyiah-tausyiah* pendek, mereka merasa diingatkan untuk tetap melakukan kebaikan. Tidak hanya itu, konten SMS Tauhid yang dinilai bermanfaat oleh para informan dalam kelompok ini juga sering diteruskan (dikirimkan ulang, di-*share*) kepada orang lain yang bukan pengguna SMS Tauhid.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah seorang informan berikut, “Menurut saya... SMS Tauhid sangat bermanfaat, khususnya isi *tausyiah*-nya. Kebanyakan justru sesuai dengan keadaan saya yang sedang membutuhkan nasihat... Materinya juga lumayan bisa kemudian disalurkan lagi kepada orang lain. Saya juga pernah beberapa kali melakukan *forward* SMS yang saya terima kepada beberapa kawan saya...”²¹ atau ada juga informasi tentang jadwal ceramah Aa Gym...”²² Pak Usman juga menambahkan “Kalau dipersentasekan, bobotnya tentu pesan-pesan yang berhubungan dengan agama. Selain itu, ada pula informasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh DT dan ada pula info yang bersifat promo, *kayak* promosi buku, VCD, dan produk-produk SMS Tauhid lainnya...”²³

Meskipun mengungkapkan adanya pesan-pesan selain agama, beberapa responden menuturkan bahwa pesan-pesan agama lebih dominan sehingga mereka tetap menilai SMS Tauhid merupakan layanan *tausyiah* agama yang bermanfaat bagi mereka. Selain itu, konten SMS Tauhid juga menggunakan gaya bahasa yang relatif mudah dicerna dan sering

¹⁹ Hasil wawancara dengan Tgk.Zulkifli Ibrahim, Tokoh Masyarakat, tanggal 15 November 2018.

²⁰ Hasil wawancara dengan Umi Halimah, tanggal 17 Oktober 2018

²¹ Hasil wawancara dengan Pak Mukhtar, tanggal 18 Oktober 2018.

²² Hasil wawancara dengan Idris, tanggal 22 Oktober 2018.

²³ *Ibid.*

menggunakan gaya bahasa yang sama persis dengan gaya ceramah Aa Gym sehingga meyakinkan para pengguna bahwa konten tersebut berasal dari Aa Gym. Bahkan, beberapa responden merasa bahwa konten SMS itu seperti benar-benar sedang menasihatinya, terlebih ketika sedang mengalami sesuatu yang tidak diharapkan.

Dengan kata lain, dalam pandangan mereka SMS Tauhid memiliki andil dalam mengingatkan mereka untuk tetap komitmen dalam meningkatkan kualitas keagamaan. Dalam perspektif teknokultur, SMS Tauhid merupakan fenomena yang menggambarkan relasi antara agama dan teknologi karena melibatkan teknologi dalam kegiatan agama yang dalam konteks ini adalah taushiyah. Fenomena ini sekaligus memperkuat adanya praktik agama dalam masyarakat informasi tempat agama lahir, diproses, dan didistribusikan melalui teknologi informasi.

Maraknya penggunaan teknologi dan media telah menggiring kita menjadi bagian dari *media-saturated society* (masyarakat yang sarat media), yakni masyarakat yang sangat dipengaruhi atau bergantung pada media yang bermuara pada teknologi tinggi. Sebagaimana dipaparkan sejak awal bahwa budaya media merupakan fenomena budaya masyarakat yang dijejali media—*media-saturated culture*, atau bahkan lahir dari sebuah teknologi tertentu. Hal ini mengindikasikan pemahaman bahwa media memiliki peran fundamental dalam mengarahkan, membentuk, dan bahkan menciptakan kebiasaan sehari-hari.

Lebih jauh, dapat menilai teknologi media sebagai situs baru bagi praktik *meaning-making*, termasuk agama di dalamnya. Media melakukan konstruksi dunia yang sarat makna dengan caranya sendiri. Telepon seluler merupakan teknologi sebagaimana halnya beberapa jenis teknologi lain di sekitar kita. Terlebih dalam budaya media, telepon seluler merupakan salah satu bentuk teknologi informasi. Melalui aspek ini kita dapat melihat bahwa telepon seluler merupakan salah satu teknologi dalam kehidupan sosial kebudayaan kita. Secara lebih mendalam, telepon seluler telah mengubah banyak hal dalam cara kita berinteraksi dengan sesama, cara kita bertatap muka, berbincang-bincang, cara kita menggunakan bahasa, dan seterusnya.

Hal ini sebagaimana diimplikasikan oleh pernyataan Goggin (2006) yang mengungkapkan bahwa telepon seluler telah menjadi sesuatu yang

lebih dari sekadar alat komunikasi jarak jauh. Telepon seluler telah menjadi “*central technology in its own right*.”²⁴ Telepon seluler telah mencakup sejumlah cara baru dalam kebudayaan sehari-hari, termasuk dalam kehidupan beragama. Ia telah menggabungkan kualitas mobilitas, portabilitas, dan kustomisasi. Ia memenuhi cara baru untuk menjadi seseorang (dengan cara mengonstruksi identitas atau bagian dari kelompok tertentu); cara baru dalam mengorganisasi dan menjalani kehidupan sehari-hari; cara baru dalam berinteraksi dengan rekan-rekan, teman dekat, dan keluarga; cara baru dalam melakukan urusan bisnis; dan cara baru dalam mengakses sebuah layanan atau pendidikan.²⁵

Namun demikian, Goggin (2006) juga melihat bahwa teknologi SMS memiliki keterbatasan dan hal ini bukanlah sesuatu yang ahistoris. Salah satu keterbatasan SMS terletak pada jumlah karakter untuk setiap unit SMS. Di balik keterbatasan itu terdapat agen atau aktor lain selain manusia (*nonhuman actors*).²⁶ Oleh karena itu, salah satu kajian sosial yang menarik dan patut dipertimbangkan dalam mengamati keterbatasan jumlah karakter SMS adalah *actor-network theory*. Teori ini melihat dan memikirkan kembali oposisi biner antara mesin dan manusia. Bruno Latour misalnya mencatat bahwa agen dalam teknologi bukan hanya manusia, tetapi juga atribut konfigurasi teknologi sehingga harus juga dipertimbangkan pengaruh aktor selain manusia (*nonhuman actors*).

Terdapat dua karakteristik umum dalam *actor-network theory*. *Pertama*, teori ini secara mendasar menolak atau melakukan reformulasi oposisi antara teknologi dan masyarakat, alih-alih memusatkan pandangan tentang kedua entitas ini. Selain itu, teori ini juga seolah menolak iming-iming determinisme teknologi dalam membentuk kekuatan masyarakat. Demikian pula, *actor-network theory* berkeberatan atas pandangan bahwa masyarakat menentukan teknologi.

Teori ini berasumsi bahwa teknologi dan masyarakat dianggap sebagai entitas masing-masing yang telah mewujudkan. Keduanya tidak

²⁴ G. Goggin, *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*. (London: Routledge, 2006), hal. 2.

²⁵ *Ibid*, hal. 3.

²⁶ G. Goggin, *Cell Phone Culture*....., hal. 11.

mengalami perubahan sehingga implikasi dan kreasi mereka harus dipetakan secara hati-hati. Kedua, teori ini memiliki kecenderungan anti atau *de-esensialis*. Ia tidak menganggap teknologi sebagai sesuatu yang bersifat “given” yang memiliki sejarah dan masa depan yang stabil. Alih-alih, teknologi berada dalam jejaring benda, aktor, objek, institusi, investasi, dan memiliki relasi dengan aspek lain.

Nasib teknologi, kesuksesan atau kegagalannya, berguna atau tidak merupakan satu kesatuan yang bergantung pada banyak faktor.²⁷ Artinya, agar tetap hidup, teknologi memerlukan dukungan dan usaha perbaikan serta modifikasi secara terus menerus. Secara umum, *actor-network theory* mengimplikasikan pemahaman bahwa baik masyarakat maupun teknologi—yang dalam hal ini SMS dan telepon seluler-selalu berusaha saling menyesuaikan. Di satu sisi, teknologi SMS berusaha memperluas kemampuannya untuk dapat memenuhi kebutuhan lain sebagai upaya modifikasi.

Di sisi lain, manusia pun berusaha menyesuaikan sifat dan keterbatasan teknologi SMS, misalnya dalam hal keterbatasan kandungan karakter dalam SMS. Dalam konteks yang lebih mendasar, budaya yang lahir dari upaya saling menyesuaikan diri di antara kedua entitas ini merupakan fenomena teknokultur yang diperlihatkan dari sejumlah kebudayaan baru. Oleh karena itu, dalam perspektif teknokultur, SMS Tauhid menggambarkan fenomena baru dalam beragama. Orang-orang mengakses informasi dan tausyiah agama dengan bantuan teknologi.

Dalam konteks inilah, SMS Tauhid dapat mewakili sebuah fenomena yang disebut *teknoreligion*, yakni praktik sosial agama yang diwujudkan oleh teknologi yang diperlihatkan dalam dua fenomena penting. Pertama, SMS Tauhid memperlihatkan fenomena atas kemampuan teknologi media dalam menstrukturkan perilaku agama masyarakat modern, khususnya dalam cara memperoleh pesan-pesan agama. Kedua, SMS Tauhid pada saat yang sama juga memperlihatkan fenomena “pendelegasian” wewenang pihak otoritas agama atas teknologi.

Dengan kata lain, SMS Tauhid tidak hanya menggambarkan

²⁷ G. Goggin. *Cell Phone Culture*....., hal. 12.

eksistensi agama dalam masyarakat teknologi, tetapi juga memperlihatkan peran teknologi dalam domain-domain agama yang keduanya memiliki porsi yang sama. Meskipun secara umum SMS dipandang sebagai medium dalam penyebaran tausyiah (pesan-pesan) agama karena menggambarkan upaya “pendelegasian” kepentingan penyebaran pesan agama kepada benda teknologi, hubungan keduanya tidak terjadi dalam bentuk hubungan “tuan” dan “pelayan” melainkan dalam posisi yang sejajar.

Perpaduan agama dengan teknologi lebih banyak muncul dalam pemanfaatan teknologi untuk kepentingan agama yang memunculkan spekulasi bahwa teknologi merupakan “pelayan” yang patuh pada agama sebagai “tuan”. Namun, seiring perkembangan teknologi dan semakin bermunculannya pandangan baru, asumsi ini semakin terbantahkan. Lambat-laun, teknologi telah mengambil posisi yang sejajar dengan agama sehingga keduanya lebih banyak lahir dalam bentuk hubungan yang negosiatif. Terlebih dewasa ini, teknologi telah menjadi bagian penting pada hampir semua aspek kehidupan sosiokultural kita, termasuk dalam mengakses informasi-informasi agama. Dari berbagai karakteristik yang dapat diamati, SMS Tauhid memperlihatkan gejala agama dalam konteks teknokultur. Penggunaan teknologi SMS bagi penyampaian tausyiah agama diawali keyakinan bahwa telepon seluler merupakan teknologi yang telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, para pengguna melihatnya secara positif karena SMS Tauhid dapat memberikan manfaat dalam mengakses pesan-pesan agama. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa SMS Tauhid merupakan manifestasi dari aktivitas konsumsi pesan-pesan agama melalui teknologi. SMS Tauhid adalah produk dari perpaduan antara agama dan teknologi sekaligus yang merepresentasikan suatu pola baru beragama dalam masyarakat dengan budaya teknologi. Pada titik ini, dengan berbagai kekurangan, penulis melihatnya sebagai fenomena tekno religion yang memunculkan asumsi bahwa teknologi dapat menjadi solusi praktis bagi masyarakat kontemporer untuk tetap dapat mengakses informasi agama sehingga dalam beberapa kondisi, aktivitas ini pun menjadi semacam pengalaman baru dalam praktik agama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Komunikasi Lintas Budaya dalam Menyelesaikan Konflik di Perumahan Panggoi Atas Lhokseumawe, maka dapat disimpulkan, sebagai berikut: *pertama*, teknologi media melalui pesan-pesan agama yang diterima masyarakat Kecamatan Banda Sakti telah mampu membentuk perilaku Sholeh dan sholeha masyarakat Kecamatan Banda Sakti; dan *kedua*, fenomena pendelegasian wewenang pihak otoritas agama atas teknologi dalam konteks pesan-pesan agama melalui media SMS Tauhid di Kecamatan Banda Sakti memperlihatkan bahwa perpaduan agama dengan teknologi lebih banyak muncul dalam pemanfaatan teknologi untuk kepentingan agama yang memunculkan spekulasi bahwa teknologi merupakan “pelayan” yang patuh pada agama sebagai “tuan”. Namun, seiring perkembangan teknologi dan semakin bermunculannya pandangan baru, asumsi ini semakin terbantahkan. Lambat-laun, teknologi telah mengambil posisi yang sejajar dengan agama sehingga keduanya lebih banyak lahir dalam bentuk hubungan yang negosiatif.

Saran dan Rekomendasi

Sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat direkomendasikan, sebagai berikut: Bagi Pemerintah Kota Lhokseumawe sebaiknya mengadopsi upaya-upaya yang dilakukan AA Gym dengan program SMS Tauhid dalam kreasi lain, misalnya Pesan Ulama Dayah melalui media, apakah itu Facebook, Wep Pemerintah Kota, maupun media teknologi lainnya; Bagi masyarakat jangan menyepelkan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi komunikasi modern; sekalipun Majelis Ulama Kota Lhokseu awe saat ini sudah mendirikan SMS yang dalam bentuk lain yaitu Syiar Muhibbah Subuh, dan Bagi generasi muda pemanfaatan teknologi komunikasi harus bisa membawa mereka ke perubahan sikap yang lebih baik, bukan sebaliknya.

Daftar Pustaka

- Abdullah, I. (2009). *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anonim, (2002). “Hilangnya Makna dalam Masyarakat Informasi?”, dalam *Balada Manusia dan Mesin: Episode yang Hilang di Panggung Teknologi*. Bandung: Mizan bekerjasama dengan Program Pascasarjana Studi Pembangunan ITB
- Durkheim, E. (1965). *The Elementary Forms of Religious Life*. Free Press
- George, S.E. (2006). *Religion and Technology in the 21st Century: Faith in the E-World*. Australia: University of South Australia
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. London: SAGE Publications
- Goggin, G. (2006). *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*. London: Routledge
- Hakiki, Rizki. (2016). “Dakwah di Media Sosial Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH.Abdullah Gymnastiar” *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Hoesterey, J.B. (2009). ‘Sufis and Self- Help Gurus: Islamic Psychology, Religious Authority, and Muslim Subjectivity in Contemporary Indonesia.’ *Disertasi*, Madison: University of Wisconsin
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the Media Age*. New York: Routledge
- Hoover, S. M. dan Clark, L. S. (ed.) (2002). *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. New York: Columbia University Press
- Kellner, D. (2010). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik antara Modern dan Postmodern*. terj. Galih Bondan Rambatan. Yogyakarta: Jalasutra
- Morgan, D. (ed.) (2008). *Keywords in Religion, Media and Culture*. London: Routledge
- Nurhadi, Fachrul Zikri. (2015). *Teori-Teori Komunikasi; Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara
- Shaw, D.B. (2008). *Technoculture: The Key Concepts*, Oxford-New York: Ber



Yesi Puspita, *Pemanfaatan new media dalam memudahkan transaksi komunikasi dan transaksi pelacur Gay*, Jurnal Pekommas, Vol. 18. No.3, Desember 2015, 203-212
Zulfikar, IAI Al-Aziziyah Samalanga