

NARASI KONVERSI, MEDIA DIGITAL DAN MUALLAF

Triyan Rahayu Priyastowo

Departement of Anthropology, Faculty of Social on Political Science

University Of Indonesia

priyastowotriyan@yahoo.com

Abstrak

This paper aims to examine the role of digital media in its influence on humans, especially people who convert to Islam (converts). The role of digital media today is important in shaping the culture of individuals and groups. The main problem of this research is how does social media influence the millennial generation in Indonesia in converting to Islam?. The digital media that I use for research is Youtube, because Youtube in this one is one of the digital media favored by people in Indonesia. This research uses ethnographic and digital ethnographic methods. The data collection process was carried out by means of interviews and observations, both online and offline as well as several related literature studies. The results of this study indicate that the role of Youtube as a digital media can influence a person and group in changing identity both socially and culturally. In the current era, the role of digital media called Youtube can replace the role of television and radio as public media.

Keywords: *Digital Media, Digital Ethnographic, Ethnographic, Converts.*

Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji peran media digital dalam pengaruhnya terhadap manusia, terutama orang yang berpindah agama ke Islam (muallaf). Peran dari media digital pada zaman sekarang penting dalam membentuk budaya seseorang dan kelompok. permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana pengaruh media sosial terhadap generasi milenial di Indonesia dalam berpindah agama ke Islam?. Media digital yang saya pakai buat penelitian yaitu Youtube, karena Youtube pada yang ini merupakan salah satu media digital yang digemari oleh masyarakat di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode etnografi dan etnografi digital. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan obeservasi, baik secara daring dan luring serta beberapa kajian literatur yang terkait. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran Youtube sebagai media digital bisa mempengaruhi seseorang dan kelompok dalam perubahan identitas baik secara social dan budaya. Pada era sekarang peran dari media digital yang bernama Youtube bisa menggantikan peran dari televisi dan radio sebagai media masyarakat.

Kata Kunci : Media Digital, Etnografi Digital, Etnografi, Muallaf.

Pendahuluan

Media merupakan suatu aspek yang sangat dekat dan tidak asing lagi dalam kehidupan kita, sebab media merupakan sarana atau alat yang sangat penting dalam sebuah proses komunikasi. Terutama seiring berkembangnya teknologi, media turut berkembang semakin canggih dan dapat mempengaruhi banyak aspek di kehidupan kita, termasuk dalam aspek agama. Agama dan media memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi. Topik mengenai hubungan agama dan media pada saat ini, semakin menjadi perhatian bagi para ahli di bidang antropologi, studi agama, dan media digital. Agama dipahami sebagai praktik mediasi, media dalam arti luas yaitu gambar, suara, teks tertulis, video, film, media massa dan media digital. Kemudian muncul bukan sebagai hal yang unik terhadap agama, tetapi sebagai kondisi tersebut tidak akan dapat berubah (Birgit Meyer, 2015). Untuk mengakses dan mempersembahkan sesuatu yang bersifat ketuhanan perlu untuk berkomunikasi di antara para ahli tentang agama, yang pada akhirnya terjadi ketergantungan terhadap media tradisional dan modern (Brigit Meyer, 2012).

Sudut pandang media dari berbagai tradisi keagamaan dapat dimasukkan dalam perspektif agama. Agama mengandung unsur situasi yang bertentangan pada pendapat umum tetapi memiliki kebenaran di dalam unsur tersebut. Visual atau teks sebagai sarana

mediasi jarak kepercayaan seseorang terhadap Tuhan nya. Pada saat yang sama, agama menegaskan bahwa Tuhan menghindari upaya manusia untuk dimunculkan melalui representasi media (Brigit Meyer, 2015)¹. Pergeseran dari media tradisional ke media modern (media digital) dalam hubungannya dengan agama, bukan hanya sekedar perubahan teknologi. Penggabungan media baru dalam praktik mediasi agama tidak hanya masalah mengadopsi atau beradaptasi terhadap teknologi baru. Untuk dapat berfungsi ke dalam praktik mediasi agama, teknologi baru seperti media digital harus sebagai sarana yang sesuai dengan apa yang akan dimediasikan. Hal itu dapat mengubah representasi yang dimediasi menjadi suatu kejadian yang secara langsung (Brigit Meyer, 2006)².

Berdasarkan fenomena perkembangan media sosial yang mempengaruhi isu agama yang berkembang inilah, maka penelitian tesis ini akan berfokus kepada muaf dan media sosial di Indonesia. Penulis mengambil tema tersebut karena di zaman milenial ini terjadi pergeseran media dari media tradisional ke media sosial untuk orang yang ingin mempelajari agama. Dimulai dengan

¹ Brigit, Meyer. *Picturing the Invisible. Method & Theory in the Study of Religion*, 27(4-5), 333-360

² Brigit, Meyer. Religious revelation, secrecy and the limits of visual representation. *Anthropological Theory*, 6(4), 431-453.

kejadian tahun 2017, di Indonesia pernah dihebohkan dengan datangnya ustadz Zakir Naik, seorang penceramah dari India yang datang ke Indonesia untuk berceramah tentang Islam. Peserta yang hadir berasal dari berbagai kalangan agama dan timbul diskusi tentang Islam yang mengakibatkan banyak orang memeluk agama Islam. Selain itu banyak beredar berbagai video di sosial media yang berisikan ceramah tentang perbandingan agama dan tanya jawab tentang agama dari ustadz Zakir Naik, akibatnya orang-orang dari non muslim banyak yang melihat video tersebut, kemudian berpindah agama ke Islam. Di Indonesia istilah seseorang yang melakukan konversi agama ke dalam Islam disebut Mualaf. Menurut kamus Bahasa Arab, mualaf berasal dari kata Mualaf yang artinya dikurung, dijinaki/orang yang masuk Islam (Rafiqi, 2002). Kata Mualaf juga dapat dimaknai sebagai sebutan bagi orang non-muslim yang mempunyai harapan masuk agama Islam atau orang yang masuk Islam. Dijelaskan pula dalam kamus besar bahasa Indonesia yang menyebutkan bahwa Mualaf merupakan orang yang baru masuk Islam, atau merupakan sebutan bagi orang non-muslim yang mempunyai harapan masuk agama Islam atau orang yang baru masuk Islam.

Dalam meneliti isu konseptual tentang pengaruh media sosial terhadap mualaf di Indonesia, peneliti menggunakan konsep Narasi Konversi (Stromberg, 1993), yaitu bagaimana seseorang menceritakan proses perpindahan agama ke Islam (mualaf)

melalui media sosial. Stromber menjelaskan teori Narasi Konversi di dalam bukunya yang berjudul *Language and Self Transformation: A Study of the Christian Conversion Narrative (1993)*, mengambil dari sisi psikologi dan antropologi. Dalam buku tersebut Stromberg lebih melihat teori Narasi Konversi dari bahasa dan perubahan identitas seseorang. Di dalam penelitiannya, Stromberg menggunakan metode etnografi (wawancara secara mendalam). Stromberg (1993) mengartikan Narasi Konversi adalah sebuah praktik keagamaan orang-orang yang percaya dengan tuhan dan berusaha membangun hubungan antara narasi tentang agama dan narasi tentang tuhan di sebuah kitab suci dalam situasi dilihat secara langsung oleh orang lain. Dengan kata lain, orang percaya bahwa bertobat harus belajar untuk memahami pengalaman dan Firman Tuhan dalam istilah yang sama, serta harus ditetapkan oleh seorang imam Katolik, dan juga pengalaman dari imam tersebut. Hal ini berbeda dengan Patricia Caldwell di dalam bukunya yang berjudul *The Puritan Conversion Narrative: The Beginnings of American Expression (1983)*, yang melihat Narasi Konversi dari sisi sejarah kekristenan dan sastra di Amerika Serikat.

Diakui bahwa narasi ini harus diambil dengan hati-hati karena karakter mereka yang dibangun. Menurut Harding (1987)³ ada dua masalah patut mendapat

³ Harding, S. F. Convicted by the holy spirit: The rhetoric of fundamental

perhatian dalam narasi konversi. Pertama, narasi konversi yaitu, mereka yang pindah agama diberitahu setelah pertobatan. Peristiwa masa lalu diinterpretasikan ulang berdasarkan keyakinan saat ini. Karena itu kisah-kisah itu hendaknya tidak dipahami sebagai berisi informasi faktual tentang proses konversi. Kedua, proses rekonstruksi ini tidak hanya berlangsung di tingkat individu tetapi juga di tingkat kelompok, orang yang insaf datang bersama untuk mendiskusikan pengalaman mereka dan memasukkan unsur narasi yang umum ke dalam cerita mereka.

Dalam proses menceritakan dan menceritakan kembali pengalaman konversi mereka, mereka menciptakan model yang sama dan telah mengambil ide-ide menegenai narasi konversi selangkah lebih maju. Beckford, (1978)⁴ menunjukkan bahwa narasi pertobatan harus dipahami dalam terang ideologi dan organisasi agama atau denominasi yang terlibat. Narasi ini direnovasi dan dirancang ulang sesuai dengan struktur dan tujuan dari keyakinan baru para mualaf. Menurut Beckford, mualaf tidak hanya mereproduksi naskah yang telah dilatih tetapi juga memasukkan unsur-unsur pemikiran ideologis agama dalam narasi mereka. Stromberg (1993), menjelaskan dalam penelitiannya tentang narasi konversi, dan menarik perhatian pada fenomena bahwa menceritakan

kisah konversi itu sendiri dapat menjadi bagian dari proses konversi. Dalam studi kasusnya tentang Kekristenan evangelikal, menunjukkan bahwa wawancara dengan orang yang dipertobatkan adalah ritual daripada pengaturan wawancara biasa (Harding, 1987). Karin (2006) menganalisis tujuan menceritakan kisah pertobatan. Akhirnya, tidak hanya tujuannya, tetapi juga konteks di mana narasi diproduksi, harus diperiksa. Pertama-tama untuk menerapkan tindakan pencegahan ini pada materi penelitian lapangan saya dan kemudian ke narasi internet.

Topik tentang agama terhadap media, perlu dilihat lebih dekat pada akhir 2000-an mulai menerima perhatian dari para sarjana di bidang antropologi, studi agama, studi media (Stolow, 2005). Agama dipahami sebagai praktik mediasi, media dalam arti luas yaitu gambar, media roh, teks tertulis, suara, video, film dan media sosial yang muncul bukan sebagai hal yang aneh terhadap agama, tetapi sebagai kondisi yang tidak dapat berubah (Brigit Meyer, 2015). Upaya apa pun untuk mengakses dan menyajikan unsur ilahi untuk berkomunikasi di antara para praktisi agama yang pada akhirnya terjadi ketergantungan terhadap media (Brigit Meyer, 2012). Dari sudut pandang media yang baru-baru ini oleh berbagai tradisi keagamaan dapat dimasukkan dalam perspektif agama. Agama mengandung paradoks dalam memediasi jarak antara orang percaya terhadap Tuhan melalui gambar atau teks yang dibuat manusia, sementara pada saat yang sama

Baptist conversion. *American Ethnologist*, 14(1), 167–181.

⁴ Beckford. Accounting for Conversion. *British Journal of Sociology*, 29 (2), 249–263.

menegaskan bahwa Tuhan menghindari upaya manusia untuk dimunculkan melalui representasi media (Brigit Meyer, 2015).

Pergeseran dari media tradisional ke media modern (media digital) itu bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi membutuhkan pendapat yang rumit untuk memberi kekuasaan penuh ke media baru yang cocok untuk menghadirkan unsur-unsur tentang agama. Dalam hal ini, penggabungan media baru ke dalam praktik mediasi agama tidak pernah hanya dengan masalah mengadopsi atau beradaptasi terhadap teknologi baru yang berfungsi ke dalam praktik mediasi agama dan teknologi baru, seperti media digital yang perlu disahkan sebagai sarana untuk dimediasikan, sehingga mengubah representasi mediasi menjadi langsung tentang kehadiran Tuhan (Brigit Meyer, 2006).

Pengguna media sosial di Indonesia sangatlah besar sekitar 150 juta pengguna (Websindo, 2019), dan media sosial mempunyai pengaruh besar bagi masyarakat Indonesia terutama pada generasi Milenial. Media sosial juga dapat mempengaruhi individu dan kelompok untuk melakukan konversi agama, karena di dalam beberapa media sosial berisi video dengan konten yang menarik dan meningkatkan rasa keingintahuan seseorang untuk melihat dan menimbulkan sebuah imajinasi melalui video tersebut. Media sosial merupakan media yang menghasilkan narasi dalam bentuk digital, dan bisa mempengaruhi seseorang untuk

melakukan perubahan besar dalam mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi. Menurut Denzin dan Lincoln (2011) penelitian etnografi didefinisikan sebagai penelitian yang menginvestigasi dan memahami fenomena yang terjadi di sekitar kita dapat berupa masalah sosial, humanisme dan budaya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya konversi agama adalah proses perpindahan agama seseorang yang berkaitan erat dengan lingkungan dan isi hati seseorang terhadap suatu agama tertentu, untuk itu penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi. Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengambilan data yaitu: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan pedoman pertanyaan yang sudah disiapkan. Selain wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara yang dilakukan dengan responden, peneliti juga melakukan beberapa wawancara tidak terstruktur kepada pihak-pihak tertentu masyarakat di pondok pesantren Annaba seperti santri putra, santri putri, ustadz dan ustadzah sebagai pembimbing pesantren Mualaf Annaba, dan beberapa tokoh masyarakat yang dapat memberikan keterangan. Peneliti memberikan pertanyaan lanjutan yang masih berhubungan dengan pedoman pertanyaan yang disiapkan.

Data juga diambil dengan teknik observasi yaitu teknik pengambilan data dengan mengamati langsung obyek yang

diteliti (Jogiyanto,2008). Observasi yang dilakukan dalam penelitian partisipan dan non-partisipan terhadap perilaku dan interaksi santri di lingkungan pondok dan masyarakat kampung, peneliti secara langsung, dan melakukan immersion atau membaaur diri ke dunia mereka para santri dan pengurus pondok pesantren Annaba, dengan ikut berbagai kegiatan dan juga menginap di pondok tersebut, supaya lebih tahu keseharian santri pondok pesantren. Instrumen yang digunakan dalam observasi berupa lembar observasi yang terdapat informasi tentang lokasi, waktu, urutan observasi dan uraian hasil observasi. Menurut Iskandar (2013), dalam penelitian kualitatif data dokumentasi dapat diperoleh dengan cara mengumpulkan data berupa foto atau gambar, teks dokumen dan buku. Untuk itu dalam penelitian ini data dokumentasi diperoleh dari data-data website yang didokumentasi dalam bentuk tulisan dan foto.

Selain penelitian etnografi secara umum yaitu melakukan observasi mendalam, saya juga menggunakan Etnografi Digital, yang menurut Barratt & Maddox (2016)⁵ menggariskan tiga tahap etnografi digital dengan partisipasi akti : (1) persiapan, (2) masuk lapangan, partisipasi dan keluar lapangan, (3) produksi dan diseminasi. Barratt & Maddox (2016) berpendapat bahwa keterlibatan dengan pelaku pasar gelap melalui etnografi digital menawarkan

beberapa keuntungan jika diiringi dengan analisis umum jejak arsip digital atau big data, yang umumnya dilakukan tanpa interaksi yang jelas dengan masyarakat. Karena alamat pada ruang digital ini dapat berubah sewaktu-waktu, maka pelacakan terhadap lokasi penelitian akan lebih mungkin dilakukan jika peneliti melakukan keterlibatan longitudinal dan interaktif pada penelitian seperti ini.

Gehl(2017)⁶ terlibat dalam pengamatan partisipan, dengan fokus pada persimpangan antara arsitektur situs dan tindakan anggota dalam etnografi digital seperti yang dijelaskan oleh Gabriella Coleman (2010), memperhatikan "berbagai bingkai dari analisis, sejarah, dan konteks lokal dan pengalaman hidup media digital ". Metode penelusuran jejak digital digunakan oleh Aldridge dan Decary-Hetu (2016)⁷ untuk melakukan pemantauan secara online terhadap aktivitas pasar di Dark Web dengan mencari dan membuat data yang dihasilkan. Studi yang dilakukan oleh Barratt et.all. (2016)⁸ menggunakan

⁵ Barratt, M. J., & Maddox, A. Active engagement with stigmatised communities through digital ethnography. *Qualitative Research*, 16(6), 701–719.

⁶ Gehl, R. W. Power/freedom on the dark web: A digital ethnography of the Dark Web Social Network. *New Media & Society*, 18(7), 1219–1235.

⁷ Aldridge, J., & Décary-Hétu, D. Hidden wholesale: The drug diffusing capacity of online drug cryptomarkets. *International Journal of Drug Policy*, 35, 7–15.

⁸ Barratt et.all. What if you live on top of a bakery and you like cakes?—Drug use and harm trajectories before, during and after the emergence of Silk Road. *International Journal of Drug Policy*, 35, 50–57.

pendekatan etnografi multi-sited, yaitu pendekatan yang mengakui bahwa obyek penyelidikan seperti orang, hal, informasi dan gagasan adalah jaringan dan tersebar di seluruh ruang dan waktu. Moore dan Rid (2016)⁹ melakukan pemindaian mendalam terhadap situs web layanan tersembunyi dalam server. Peneliti mengumpulkan data melalui perayap situs web (web crawler-perangkat lunak pemindaian otomatis yang melompat dari situs ke situs lainnya dengan mengikuti tautan) yang khusus dirancang untuk merayap layanan berbasis web tersembunyi. Peneliti menilai hasilnya dalam dua langkah : 1) Peneliti mengklasifikasikan kumpulan awal situs web ke dalam kategori secara manual dan menggunakannya untuk melatih penyusun dokumen dengan *Support Vector Machine*, algoritma klasifikasi statistik yang sering digunakan dalam pembelajaran mesin untuk mengkategorikan konten; 2) Peneliti menggunakan pengklasifikasi otomatis untuk melengkapi kategori pada sisa halaman web lainnya.

Hasil Pembahasan

Arimatea Indonesia Masuk ke Dalam Area Media Digital

Muallaf di Indonesia mulai masuk ke media digital yang berupa website, media sosial, gambar, video digital dan audio digital. Kemudian kelompok muallaf bisa membaur dengan budaya digital sekitar awal tahun 2000-an, dimulai dari pembuatan blog yang bermula dibuat oleh kelompok muallaf

yang bernama Forum Arimatea. Forum Arimatea merupakan forum muallaf yang terbesar dan pertama di Indonesia yang masuk ke dalam budaya digital dan media digital, karena pada awal tahun 2000-an, Forum Arimatea sudah membuat blog yang berisi tentang dunia muallaf seperti kisah muallaf, info kegiatan, tanya jawab tentang dunia Islam dan Muallaf.

Selain membuat blog yang dibuat oleh Forum Arimatea pusat di Jakarta, ada juga Forum Arimatea dari Yogyakarta, yang membuat website berisi tentang kegiatan Forum Arimatea, berita tentang muallaf, dan selayang pandang. Pada tahun 2008, merupakan tahun dimana media sosial yang bernama Facebook begitu berkembang pesat di Indonesia, media sosial tersebut untuk menggantikan media sosial bernama Friendster yang sudah mulai ditinggalkan pada saat itu oleh masyarakat Indonesia. Facebook di Indonesia berkembang pesat, karena di dalam media sosial tersebut menawarkan fitur yang menarik seperti beranda (melihat postingan teman dan juga postingan grup), story (mengunggah kegiatan kita), message (mengirim pesan) add (menambahkan teman).

Di Facebook, seorang bisa membuat kelompok seperti group atau forum, kemudian dengan seiringnya waktu di Facebook mulai banyak forum group, dan komunitas. Maka dari itu Forum Arimatea tidak mau ketinggalan zaman dengan adanya media sosial Facebook, terutama Forum Arimatea Jogja yang merupakan jaringan daerah

⁹ Moore, D., & Rid, T. Cryptopolitik and the Darknet. *Survival*, 58(1), 7–38.

dari Forum Arimatea Pusat Jakarta, yang memiliki antusias masuk ke budaya digital, dengan membuat akun di media sosial Facebook dengan nama Forum Arimatea. Di akun Facebook Forum Arimatea sering memposting tentang info muallaf dan kegiatan Arimatea di Indonesia, dan pada pertengahan tahun 2020 dimasa pademi covid-19, Forum Arimatea juga membuat akun media sosial yang lain yaitu Instagram dan Youtube. Forum Arimatea Jogja membuat akun di Instagram bernama Lazis Arimatea, Lazis yang merupakan akronim dari Lembaga Amal Zakat, Infaq dan Sedekah, karena Forum Arimatea Yogyakarta selain kegiatan diskusi agama dan pembinaan muallaf, juga Arimatea Yogyakarta sudah aktif ikut kegiatan masyarakat.

Selain Forum Arimatea Yogyakarta yang aktif di media sosial, ada juga Forum Arimatea Sulawesi Selatan juga membuat akun instagram dengan nama Forum Arimatea Sulsel. Di dalam instagram Lazis Arimatea Yogyakarta dan Forum Arimatea Sulsel yang masih baru dibuat akun, kemudian di dalam Instagram kedua Forum Arimatea tersebut hanya ada sedikit postingan tentang kegiatan dan info tentang muallaf. Forum Arimatea Yogyakarta baru membuat akun saluran resmi di Youtube dengan nama Arimatea TV pada tahun 2020, di dalam saluran youtube Arimatea TV lebih banyak menampilkan tentang dunia muallaf dan dakwah agama Islam.

Tetapi sebenarnya Forum Arimatea masuk ke dunia media sosial Youtube

sudah lama, yaitu pada awal tahun 2000-an, Arimatea sering mengadakan debat antar agama seperti debat antara Islam dan Kristen, kemudian acara debat agama tersebut dibuatkan video, kemudian video tersebut di jadikan dalam bentuk kaset VCD, dan kemudian di jual ke toko-toko khusus muslim oleh Forum Arimatea. Dari kaset VCD tersebut, kemudian tersebar luas di Indonesia, kemudian pada tahun 2005 munculnya Youtube sebagai media sosial baru. Dengan berjalannya waktu, sekitar tahun 2008 Youtube di Indonesia mulai populer, kemudian video dari Forum Arimatea mulai banyak yang muncul di berbagai akun saluran Youtube. Sejak video debat agama dari Forum Arimatea muncul di Youtube, kemudian yang menonton video tersebut begitu banyak, maka timbul berbagai macam komentar, baik itu komentar yang negatif maupun positif yang ditulis di kolom komentar Youtube.

Muallaf Center Indonesia (MCI) dan Media Sosial.

Muallaf Center Indonesia (MCI). MCI merupakan ide dari seorang muallaf yang mantan Pastor Katolik yang bernama Steven Wibowo, nama panggilannya yaitu Koh Steven, karena beliau merupakan keturunan Tionghoa. Pada awal Koh Steven membangun komunitas MCI yaitu sendiri tanpa bantuan teman muallaf yang lain, MCI pertama kali mulai masuk ke dalam media digital pada tahun 2003, dimulai koh Steven membangun jaringan muallaf di Yahoo groups. Kemudian pada 2004, koh Steven mulai dengan membuat

website, dengan alasan supaya lebih luas untuk berkomunikasi, website tersebut bernama Muallaf.com atau dikenal dengan Muallaf Center Indonesia (MCI).

Dengan berjalannya waktu Koh Steven berhasil membuat MCI mempunyai banyak anggota muallaf dari berbagai kalangan, dan membuat struktur kepengurusan, serta membuat jaringan komunitas muallaf center di seluruh Indonesia. Koh Steven yang berlatarbelakang seorang yang bekerja di sebuah perusahaan riset internasional di Jakarta, maka dari itu Koh Steven bisa membuat data para orang yang masuk dan keluar dari agama Islam, data tersebut dimunculkan di website MCI. Di dalam website MCI berisi seperti galeri kegiatan sosial, belajar agama, dan tanya jawab tentang dunia Islam yang langsung sambung ke dalam Whatsapp MCI. Perkembangan media digital di Indonesia memang sangat pesat terutama media sosial, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Whatsapp dan Tiktok. Oleh karena itu MCI juga tidak mau ketinggalan zaman dengan perkembangannya media digital, maka MCI membuat berbagai macam media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram. Di dalam media sosial MCI terbagi dua yaitu muallaf center pusat di Jakarta dengan nama MCI, dan satu lagi Muallaf Center Yogyakarta (MCY) dengan nama Vertizone TV. Kedua media sosial tersebut aktif di Youtube, Intagram dan Facebook. Karena bertujuan untuk menyebarkan dakwah Islam dan berita tentang dunia muallaf. MCI Pusat

membuat akun media sosial seperti Facebook dibuat tahun 2015 dan Instagram pada tahun 2018. Kedua sosial media MCI pusat tersebut berisi tentang video syahadat para orang konversi agama ke agama Islam, info ceramah dari ulama dan tokoh muallaf, bakti sosial dan lain-lain.

Sedangkan Muallaf Center Yogyakarta lebih banyak membuat akun media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Tetapi Facebook dan Twitter dari Muallaf Center Yogyakarta sudah tidak aktif lagi. Sekarang Muallaf Center Yogyakarta lebih aktif ke Instagram dan Youtube, bahkan di Instagram Muallaf Center Yogyakarta mempunyai dua akun Instagram dengan nama Vertizone TV dan Reborn, yang isi dari masing-masing kedua akun Instagram tersebut sama, yaitu tentang info dunia Islam dan muallaf. Sedangkan akun Youtube dari Vertizone TV yang dibuat pada tahun 2014, pada awalnya milik Muallaf Center Yogyakarta. Kemudian diambil alih menjadi milik MCI Pusat, jadi kegiatan muallaf center seluruh Indonesia semuanya ada di Youtube Vertizone TV. Akun Youtube tersebut berisi tentang kegiatan muallaf center seluruh Indonesia, orang yang bersyahadat, info tentang dunia Islam dan Muallaf. Jumlah yang berlangganan (subscribe) di saluran Youtube VertizoneTV sudah mencapai satu juta delapan ribu, sehingga saluran ini sudah dikenal oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Di media sosial yang dibuat oleh MCI Yogyakarta, paling sering memposting seperti video tentang

muallaf, dunia Islam dan beragam kegiatan muallaf center di Indonesia. MCI sudah dikenal oleh banyak orang di Indonesia dan bahkan di Luar Negeri, sehingga di Youtube VertizoneTV mulai ada program baru yaitu Podcast yang berisi bincang-bincang dengan tokoh agama Islam dan tokoh muallaf. Selain Podcast MCI ada di media sosial Youtube, ada juga Podcast di aplikasi media digital yang lain seperti Spotify, I-Tune, dan lain-lain.

Youtube dan Konversi Agama

Di dalam Youtube Indonesia ada dua saluran video yang berisi konten tentang muallaf yaitu Vertizone TV dan Annaba Tv, yang dimana kedua saluran tersebut mempunyai *viewers* (penonton) dan *subscriber* (pelanggan) yang banyak. Kedua saluran youtube tersebut berisikan tentang pengajian dan cerita perjalanan agama dari seorang muallaf. Vertizone TV yaitu saluran Youtube yang dimiliki oleh Muallaf Center Indonesia yang merupakan organisasi muallaf terbesar di Indonesia dan Annaba Tv yaitu saluran youtube yang dimiliki oleh Yayasan Muallaf An-Naba Center Indonesia, yayasan tersebut bergerak dibidang pendidikan untuk para muallaf.

Ustadz Zakir Naik, penceramah asal India yang viral di media sosial youtube dengan ceramah-ceramahnya tentang perbandingan agama dan debat antar pemuka agama non muslim, juga dengan ilmuwan barat. Viralnya ustadz Zakir Naik di sosial media youtube maka menjadi terkenal di seluruh dunia. Pada bulan april 2017 Ustadz Zakir Naik datang ke Indonesia, salah satunya ke

Jakarta untuk memberikan ceramah tentang Islam dan perbandingan agama. Dalam acara ceramah banyak sekali yang datang ke acaranya tersebut, dalam acara agama tersebut diperbolehkan dari kalangan non muslim untuk datang, karena ceramah tersebut bersifat umum. Selesai ceramah, ustadz Zakir Naik memberikan kesempatan yang dominan untuk orang non muslim bertanya mengenai agama Islam, di dalam bertanya tersebut maka timbul sebuah perdebatan tentang antara Zakir Naik dengan yang bertanya, maka dari itu ustadz zakir naik sering disebut ustadz kontroversi, dikarenakan ceramahnya dalam perbandingan agama diduga memicu keretakan antar umat beragama. Tetapi dalam ceramahnya ustadz Zakir Naik di Indonesia membawa banyak orang yang berpindah agama ke Islam.

Tiga Narasumber Penelitian dalam Memandang Media Baru.

Dari ketiga narasumber penelitian muallaf yaitu Faruq, Mustaqim dan Fathullah memiliki pola dalam narasi konversi dan pengaruhnya terhadap media sosial. Media sosial dari ketiga narasumber muallaf tersebut mempengaruhi narasi mereka bertiga untuk memeluk agama Islam dan menjadi muallaf. Media sosial berpengaruh pada mereka bertiga pada sebelum dan sesudah menjadi muallaf. Mereka bertiga mempunyai latar belakang tinggal di kampung dan jauh dari kota besar yang sinyal koneksi internet masih kurang baik. Mustaqim dan Faruq tinggal di Nusa Tenggara

Timut tepatnya tinggal di pulau Timor. Propinsi NTT merupakan propinsi dari segi pembangunan dan SDM masih di bawah propinsi yang lain di Indonesia. Di daerah mereka berdua kurang bagus jaringan koneksi internet. Akan tetapi daerah tempat tinggal Faruq dan Mustaqim, jauh lebih baik jaringan koneksi Internet daripada daerahnya Fathullah.

Oleh sebab itu jaringan internet di daerah Fathullah juga tidak bagus. Dikarenakan kampungnya Fathullah letaknya jauh dari pusat kota Kabupaten Nias, dan pulau Nias itu jauh dari pulau utama yaitu Sumatra. Dimana daerah-daerah di Indonesia sudah maju dalam bidang pembangunan jaringan Internet, tetapi di daerah masing-masing tiga narasumber tersebut, untuk akses jaringan internetnya terlihat masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah pusat dan daerah. Meskipun tiga narasumber tersebut merupakan orang yang pintar dan kritis terhadap sesuatu tentang agama, akan tetapi dalam akses pemakaian media sosial dalam hal keagamaan yang terlebih dahulu yaitu Faruq. Dikarenakan pada waktu itu Faruq lagi bimbang terhadap keyakinan agamanya terdahulu, dan juga Faruq orangnya ingin tahu sesuatu mengenai ilmu pengetahuan dan agama.

Maka dari itu Faruq terlebih dahulu mencari sesuatu khususnya tentang hubungan ilmu sains dengan agama, pada saat itu Faruq tiba-tiba tertarik kepada agama Islam, padahal sebelumnya dirinya Agnostik. Oleh karena itu media digital sangat membantu dirinya untuk

menemukan agama Islam, terutama media sosial Youtube dan Google. Bagi Faruq media sosial bisa mempengaruhi dirinya menjadi seorang muallaf dan menjadi lebih baik dalam beradab. Sehingga Faruq lebih rajin lagi belajar mengenai agama Islam, sedangkan Mustaqim dan Fathullah mulai menggunakan media digital seperti media sosial tentang agama Islam. Ketika Mustaim dan Fathullah sudah masuk ke Agama Islam, dan tinggal di Pondok Pesantren Muallaf An-Naba. Mereka berdua baru menggunakan media sosial sebagai media sarana untuk mempelajari agama Islam selain membaca buku. Dikarenakan Mustaim dan Fathullah masuk Agama Islam itu secara tiba-tiba tanpa pelajari terlebih dahulu tentang agama Islam.

Media sosial bisa mempengaruhi mereka bertiga narasumber, karena mereka melihat media sosial tersebut dengan cara pandang yang berbeda-beda. Dari awal mengenal media sosial sebagai sarana dan tempat belajar agama Islam hingga saat ini. Faruq pertama yang memanfaatkan media sosial dan buku agama, untuk menemukan ajaran Islam, juga sebagai tempat menambah pengetahuan tentang agama Islam. Untuk yang kedua yaitu Mustaqim dari awal masuk Islam media sosial Youtube yang berpengaruh untuk dirinya untuk belajar memahami agama Islam. Kalau media buku, Mustaqim kurang tertarik karena Mustaqim lebih suka media yang berbentuk audio visual. Sedangkan untuk yang terakhir yaitu Fathullah, media sosial Youtube itu sebagai tempat dirinya

belajar tentang agama, apalagi dirinya memanfaatkan media sosial untuk pertama kalinya sebagai sarana belajar agama Islam. Fathullah juga menjadikan media sosial sebagai awal dirinya belajar agama Islam, sedangkan buku tentang agama untuk sebagai pelengkap dalam dirinya, supaya belajar agama Islam yang baik lagi. Hingga saat ini media sosial masih berpengaruh terhadap mereka bertiga, sebagai sarana belajar ilmu agama untuk berdakwa ke semua orang.

Kesimpulan

Di era sekarang ini agama dan media digital terutama pada media sosial sangat berpengaruh untuk menyebarkan pemahamannya. Sebuah agama bisa mempengaruhi pembentukan seseorang dalam hal konversi agama di media sosial seperti apa yang telah dirancang pada dasarnya untuk sebuah perubahan seperti itu, penyitaan atau kontrol apa pun tidak mungkin. Perlu untuk mengatakan bahwa bagaimanapun perselisihan terutama dengan keluarga dan teman mengenai konversi agama adalah alasan utama dalam dialog keluarga dalam percakapan keagamaan yang kemudian di sebarakan ke media social. Di setiap interaksi kepercayaan mengarah ke perselisihan, yang mengakibatkan komunikasi terputus di kalangan keluarga. Karena itu, dalam komunikasi, tujuannya bukan untuk mengubah sudut pandang dan keyakinan, tetapi semacam pengenalan diri kita di satu sisi dan lebih banyak kesadaran terhadap sisi dan sisi yang lain. Dapat dikatakan bahwa percakapan itu adalah pengendalian diri yang khas; artinya, itu tidak akan berlanjut jika tidak ada makna

bersama untuk sisi komunikasi seperti setiap hubungan. Padahal, sesuatu tidak dapat menghasilkan dan tidak ada hubungan antara media dan media sosial lainnya yang telah dirancang untuk menjawab masalah konversi agama. Sebagai soal fakta, aplikasi media digital sebenarnya sebagai peralihan media yang sebelumnya bermula dari media cetak dan elektronik. Untuk belajar dan mempelajari sesuatu tentang agama, terutama untuk orang yang penasaran terhadap agama Islam. Ketika orang kadang-kadang tidak dapat dihindarkan untuk kembali ke situs web keagamaan untuk menemukan jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepadanya di media sosial non-agama.

Daftar Pustaka

- Aldridge, J., & Décary-Héту, D. (2016). Hidden wholesale: The drug diffusing capacity of online drug cryptomarkets. *International Journal of Drug Policy*, 35, 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2016.04.020>
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270>
- Barratt et.all. (2016). What if you live on top of a bakery and you like cakes?’—Drug use and harm trajectories before, during and after the emergence of Silk Road. *International Journal of Drug Policy*, 35, 50–57.
- Barratt, M. J., & Maddox, A. (2016). Active engagement with stigmatised communities through

- digital ethnography. *Qualitative Research*, 16(6), 701–719. <https://doi.org/10.1177/1468794116648766>
- Coleman EG. (2010). The hacker conference: A ritual condensation and celebration of a lifeworld. *Anthropological Quarterly*, 83(1), 47–72.
- Denzin N. K & Lincoln Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. CA Sage.
- Gehl, R. W. (2016). Power/freedom on the dark web: A digital ethnography of the Dark Web Social Network. *New Media & Society*, 18(7), 1219–1235. <https://doi.org/10.1177/1461444814554900>
- Harding, S. F. (1987). convicted by the holy spirit: The rhetoric of fundamental Baptist conversion. *American Ethnologist*, 14(1), 167–181. <https://doi.org/10.1525/ae.1987.14.1.02a00100>
- Harvey, K. (2014). *Encyclopedia of social media and politics*. SAGE Reference.
- Hoskins, D. G. (n.d.). *Muslims Turning to Christ in post-Soviet Central Asia*. 219.
- Iskandar. (2013). *Metode penelitian pendidikan dan sosial*. Jakarta.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi penelitian sistem informasi*. C.V. Andi Offset.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mazur, P., & Shinn, A. (2013). Introduction: Conversion Narratives in the Early Modern World. *Journal of Early Modern History*, 17(5–6), 427–436. <https://doi.org/10.1163/15700658-12342375>
- Meyer, B. (2006). Religious revelation, secrecy and the limits of visual representation. *Anthropological Theory*, 6(4), 431–453. <https://doi.org/10.1177/1463499606071596>
- Meyer, B. (2015). Picturing the Invisible. *Method & Theory in the Study of Religion*, 27(4–5), 333–360. <https://doi.org/10.1163/15700682-12341357>
- Meyer, Brigit. (2009). Pentecostalism and Modern Audiovisual Media. *Edinburgh University Press*, 114–123.
- Meyer, Brigit. (2012). *Mediation and the Genesis of Presence. Towards a Material Approach to Religion*. Utrecht University.
- Meyer, Brigit, Kimani Njogu, & John F M Middleton. (2009). *Pentecostalism and Modern Audiovisual Media. Media and Identity in Africa*. Edinburgh University Press.
- Middleton, J., & Njogu, K. (Eds.). (2009). *Media and identity in Africa*. Edinburgh University Press for the International African Institute.
- Moore, D., & Rid, T. (2016). Cryptopolitik and the Darknet. *Survival*, 58(1), 7–38. <https://doi.org/10.1080/00396338.2016.1142085>
- Nasrullah, R. (2016). *Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial*. 16.
- Nieuwkerk.v. Karin. (2006). *Gender, Conversion, and Islam (A Comparison of Online and Offline Conversion Narratives)*. Nieuwkerk.v. Karin. Women

- Embracing Islam (Gender and Conversion in the West).*
University of Texas Press.
- Piliang, Yasraf Amir. (2011). *Sebuah Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan.* Matahari.
- Rifqi A. A. (2002). *Kamus al amanah arab-indonesia.* Cv.Adis.
- Shields, Rob. (2003). *The Virtual. London and New York.* Routledge.
- Stolow, J. (2005). Religion and/as Media. *Theory, Culture & Society*, 22(4), 119–145.
<https://doi.org/10.1177/0263276405054993>
- Stromberg, P. (1993). *Language and SelfTransformation: A Study of the Christian Conversion Narrative.* Cambridge University Press.
- www. websindo.com. (2019). *Indonesia Digital 2019: Media Sosial.*