

NARASI RELIGIOSITAS PADA RUANG MEDIA SOSIAL:

Suatu Proses Pembentukan Identitas Religius
Melalui Konstruksi Makna dan Fantasi Religiositas

Rian Pandhu Bagaswara

ABSTRAK

Pada masyarakat kontemporer agama tidak bisa dilepaskan dari media sebagai salah satu produk budaya kontemporer. Media menjadi pasar simbolis religius yang penuh dengan tanda atau simbol yang dapat dimaknai dengan secara beragam oleh setiap individu. Melalui simbol-simbol di media sosial itu individu dapat mengkonstruksi makna yang membentuk identitas religius. Hal ini menempatkan pembentukan identitas religius pada wilayah simbolik. Dalam kaitannya dengan *Liyan*, individu akan melakukan proses negosiasi dengan masyarakat untuk memaknai suatu simbol. Walaupun demikian di era kontemporer individu telah menjadi subjek dalam pembentukan makna dan hal ini menjadikan individu memiliki spiritualitas “pencari”.

Bentuk spiritualitas “pencari” tersebut menunjukkan ada *lack* atau kekurangan. Adapun kekurangan tersebut sebagai ruang kosong yang akan terus terjadi. Untuk menutup ruang kosong tersebut supaya seseorang tetap mempunyai hasrat kesalehan maka diperlukan fantasi religiositas. Karena berdasarkan teori fantasi Zizek, fantasi adalah sebagai bentuk dari layar yang menutup ruang kosong tersebut sehingga subjek akan terus berhasrat. Berbagai macam ekspresi religi di media sosial, selain bagian dari konstruksi makna sekaligus juga bentuk fantasi religiositas untuk menumbuhkan hasrat kesalehan. Inilah pembentukan identitas subjek religius di wilayah hasrat, yaitu wilayah yang melebihi wilayah simbolik. Melalui hasrat tersebut agama terus bergerak dan sampai tahap individu akan mengalami kegagalan mencapai kesalehan tapi tetap terus berhasrat dan menikmatinya.

Adapun penelitian ini melihat identitas religius melalui konstruksi makna dalam wilayah simbolik dan identitas religius melalui fantasi religiositas dalam wilayah hasrat. Dari penelitian ini ditemukan bahwa narasi diri religius di media sosial adalah bentuk konstruksi makna dan sekaligus fantasi religiositas untuk menjaga hasrat kesalehan dalam hubungan dengan identitas religiusnya. Di samping itu juga ditemukan bahwa antara dunia virtual dan dunia nyata seringkali ada perbedaan dimensi religiositas tapi juga karena hiperrealitas

Kata kunci: makna, negoisasi, fantasi, religius, media sosial

RELIGIOSITY NARRATIVE IN THE SOCIAL MEDIA SPACE:
A Process of Forming a Religious Identity
Through Meaning Construction and Religiosity Fantasy

Rian Pandhu Bagaswara

ABSTRACT

In contemporary society, religion cannot be separated from the media as a product of contemporary culture. The media becomes a religious symbolic market full of signs or symbols that can be interpreted differently by each individual. Through symbols on social media, individuals can construct meanings that shape religious identity. This places the termination of religious identity in the symbolic realm. In relation to Liyan, where individuals will carry out a negotiation process with the community to interpret a symbol. However, in the contemporary era, the individual has become a subject in the formation of meaning and this makes the individual a "seeker" spirituality.

This form of spirituality of "seeker" indicates a lack or deficiency. The shortage is an empty space that will continue to occur. To close this empty space so that a person still has a passionate piety, a fantasy of religiosity is needed. Because based on Zizek's fantasy theory, fantasy is a form of a screen that covers the empty space so that the subject will continue to desire. Various kinds of religious expressions on social media, apart from being part of meaning construction, are also forms of fantasies of religiosity to foster a desire for piety. This is the formation of the identity of the religious subject in the region of passion, that is, the area that exceeds the symbolic realm. Through this desire, religion continues to move and until this stage the individual will fail to attain piety but will continue to desire and enjoy it.

This research looks at religious identity through the construction of meaning in the symbolic area and religious identity through the fantasy of religiosity in the realm of desire. From this research, it is found that religious self-narrative in social media is a form of meaning construction and at the same time a religious fantasy to maintain the desire of piety in relation to its religious identity. In addition, it was also found that between the virtual world and the real world there are often differences in dimensions of religiosity but also because of hyperreality

Keywords: meaning, negotiation, fantasy, religion, social media