
Viralitas Surat Al-Fatihah Dewa 19: Negosiasi Makna Agama di Media Sosial

Iman Mukhroman

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

Email: iman.mukhroman@untirta.ac.id

Abstract

The virality of the video of Dewa 19 performing surah Al-Fatihah in a music concert has become a widespread discussion on social media, raising debates between artistic expression and the boundaries of religious sacredness. This research aims to understand how religious symbols are represented and reinterpreted in the digital popular culture space. A qualitative approach was used with netnographic methods and framing analysis of social media content responding to the video. Data was collected from comments on platforms such as YouTube, TikTok, Instagram, and Twitter, then analyzed to identify patterns of public interpretation. The results show that the video became a space of negotiation between religious expression, commodification of religious symbols, and shifting religious authority in the digital era. The emergence of polarized opinions reflects new dynamics in the relationship between religion and popular culture. The findings show that social media not only reproduces religious meanings, but also becomes a discursive arena where religious authority is challenged and negotiated. This research contributes to the study of religious communication and digital media in the contemporary era.

Keywords: Social Media Virality, Surah Al-Fatihah, Popular Culture, Dewa 19

Abstrak

Fenomena viralitas video Dewa 19 yang membawakan surah Al-Fatihah dalam konser musik menjadi perbincangan luas di media sosial, menimbulkan perdebatan antara ekspresi seni dan batas-batas kesakralan agama. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana simbol keagamaan direpresentasikan dan dimaknai ulang dalam ruang budaya populer digital. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode netnografi dan analisis framing terhadap konten media sosial yang merespons video tersebut. Data dikumpulkan dari komentar di platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Twitter, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola interpretasi publik. Hasil menunjukkan bahwa video tersebut menjadi ruang negosiasi antara ekspresi religius, komodifikasi simbol keagamaan, dan pergeseran otoritas keagamaan di era digital. Munculnya polarisasi opini mencerminkan dinamika baru dalam hubungan antara agama dan budaya populer. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mereproduksi makna keagamaan, tetapi juga menjadi arena diskursif di mana otoritas keagamaan ditantang dan dinegosiasikan. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi agama dan media digital di era kontemporer.

Kata Kunci: Viralitas Media Sosial, Surat Al-Fatihah, Budaya Populer, Dewa 19

PENDAHULUAN

Viralitas konten keagamaan di media sosial telah menjadi lanskap yang kompleks dan dinamis, di mana berbagai aktor terlibat dalam proses negosiasi makna agama (Tambunan & Simon, 2022). Adaptasi media baru oleh gerakan keagamaan menunjukkan hubungan yang dinamis dan saling mempengaruhi antara komunitas agama dan internet (Iqbal, 2017). Perkembangan teknologi informasi telah memfasilitasi penyebaran dakwah Islam, memungkinkan remaja masjid untuk memperluas jangkauan mereka melalui media sosial seperti Facebook (Zulia et al., 2022).

Media sosial telah merevolusi cara orang berinteraksi, mengekspresikan identitas, dan memaknai simbol-simbol budaya dan agama. Di era digital, batas antara yang sakral dan profan semakin kabur, terutama ketika simbol-simbol agama muncul di ruang publik yang dikendalikan oleh logika viralitas dan konsumsi massa. Hal ini sejalan dengan pengamatan Mustaffa & Akhir (2020) bahwa media sosial menciptakan ruang baru bagi ekspresi keagamaan yang menggabungkan spiritualitas dan hiburan.

Salah satu fenomena terbaru yang mencerminkan kompleksitas ini adalah video viral grup musik Dewa 19 yang melantunkan Surat Al-Fatihah dalam konsernya sebagai intro lagu "Kuldesak". Video berdurasi 1 menit 28 detik tersebut pertama kali diunggah oleh akun TikTok @nardhie_kemol pada akhir September 2024 dan menyebar dengan cepat ke berbagai platform digital lainnya. Dalam video tersebut, Ahmad Dhani memimpin doa dan mengajak ribuan penonton untuk mengikuti lantunan Al-Fatihah yang dibalut dengan musik pop. Viralnya Surat Al-Fatihah yang ditafsirkan oleh Dewa 19 dalam konteks media sosial menjadi studi kasus yang menarik untuk memahami bagaimana makna-makna agama dinegosiasikan, dikonstruksi dan direproduksi dalam ruang digital.

Reaksi terhadap video tersebut sangat beragam. Media arus utama seperti Sabili.co.id (1 Oktober 2024) menyoroti pernyataan MUI yang menyatakan bahwa tindakan tersebut melanggar norma-norma syariah. Pandangan serupa muncul di Sindonews.com dan Republika.co.id, yang juga menyoroti aspek teologis dan etika di balik praktik penggabungan teks-teks suci dan musik populer. Di sisi lain, ada pula yang melihat hal ini sebagai bentuk dakwah baru yang lebih kontekstual dan inklusif terhadap budaya populer.

Fenomena ini layak untuk dikaji secara akademis karena mencerminkan ketegangan antara ekspresi artistik, otoritas agama, dan penerimaan publik terhadap simbol-simbol sakral di era digital. Abokhodair dkk. (2020) mencatat bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran untuk menyebarkan pesan-pesan agama, tetapi juga sebagai arena interaktif di mana negosiasi makna dan otoritas berlangsung secara terbuka dan seringkali emosional.

Di era digital, interpretasi dan representasi Al-Fatihah mengalami transformasi yang signifikan. Media digital menyediakan platform bagi individu dan kelompok untuk berbagi pemahaman mereka tentang Al-Fatihah, baik melalui teks, gambar, audio, maupun video. Interpretasi ini seringkali dipengaruhi oleh latar belakang budaya, sosial, dan politik masing-masing individu, sehingga menghasilkan beragam perspektif tentang makna Al-Fatihah. Negosiasi makna agama di media sosial juga dipengaruhi oleh dinamika kekuasaan dan otoritas. Negosiasi makna agama di media sosial melibatkan interaksi antara teks, konteks, dan audiens. Media sosial telah menjadi kebutuhan vital bagi masyarakat global saat ini dalam berkomunikasi (Basid & Rahmah, 2023).

Platform digital menyediakan sarana untuk mendapatkan dan menyampaikan informasi kepada publik, memungkinkan akses informasi tanpa batasan ruang dan waktu (Zonyfar et al., 2022). Penggunaan media sosial yang tidak bijak dapat menimbulkan dampak negatif yang tidak terduga (Arsini et al., 2023). Pengguna media sosial memiliki kemampuan untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, termasuk blog,

jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Bastomi & Musodikin, 2021). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai agama ditafsirkan dan dinegosiasikan dalam konteks ini, serta bagaimana proses ini memengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan individu dan kelompok (Suryani et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan teologi budaya populer yang dirumuskan oleh Kelton Cobb dan Paul Tillich. Cobb (2005) berargumen bahwa budaya populer dapat menjadi sarana eksplorasi spiritual yang merefleksikan kehausan manusia akan makna transenden. Paul Tillich juga menekankan bahwa budaya, termasuk musik, merepresentasikan "perhatian utama" manusia dan menyiratkan dimensi religius yang inheren. Dalam konteks ini, penampilan Dewa 19 dapat dilihat sebagai ekspresi religiusitas kontemporer yang berusaha menjembatani nilai-nilai spiritual dan estetika pop yang digemari generasi milenial.

Namun, proses ini juga tidak luput dari risiko komodifikasi. Ketika simbol-simbol agama diadaptasi untuk tujuan hiburan atau viralitas, makna spiritualnya berpotensi tereduksi. Fakhruroji dkk. (2020) menyoroti pentingnya kepekaan terhadap penyajian bahasa dan ikon agama di ruang digital, karena pembingkai pesan agama yang tidak tepat dapat mengaburkan esensi dari nilai-nilai yang disampaikan.

Selain itu, viralnya video Al-Fatihah Dewa 19 menunjukkan bagaimana platform seperti TikTok dan YouTube telah menjadi sarana utama bagi anak muda untuk mencari dan membentuk pemahaman agama. Briandana dkk. (2020) menunjukkan bahwa dakwah digital sering kali berbentuk refleksi singkat, narasi populer, dan konten visual yang disesuaikan dengan preferensi pengguna media sosial. Musik, sebagai media yang emosional dan universal, memungkinkan penyampaian nilai-nilai agama yang lebih mudah diakses dan diterima, namun tetap membutuhkan pertimbangan etika dan teologis yang mendalam (Kasman, 2017).

Dalam hal ini, aransemen musik, gaya vokal, dan visualisasi panggung Dewa 19 berkontribusi pada cara masyarakat menerima dan memaknai Surat Al-Fatihah dalam konteks yang populer. Fitriana & Putra (2022) bahkan melihat penggunaan media digital sebagai bentuk pelestarian nilai-nilai budaya dan spiritual, termasuk melalui musik etnik dan konten religi. Namun, seperti yang dikatakan Kasman (2017), penting untuk mempertimbangkan dimensi etika dakwah digital, termasuk kejujuran pesan, keadilan informasi, dan kebajikan dalam distribusinya.

Viralnya lagu Al-Fatihah versi Dewa 19 di media sosial bukan sekadar peristiwa budaya pop biasa, melainkan cerminan dinamika baru dalam hubungan antara agama, seni, dan budaya digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana fenomena tersebut membentuk wacana keagamaan kontemporer, menegosiasikan makna kesakralan, dan menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi dakwah kreatif di era media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Teologi dan Budaya Populer

Dalam kajian teologi budaya populer, budaya tidak sekadar menjadi ruang ekspresi hiburan, melainkan juga medan artikulasi nilai-nilai spiritual. Cobb (2005) dalam *Blackwell's Guide to Theology and Popular Culture* menekankan bahwa budaya populer dapat menjadi tempat berlangsungnya refleksi teologis, karena ia merepresentasikan cara manusia modern mencari makna hidup melalui musik, film, dan seni. Paul Tillich (1959) lebih jauh menyatakan bahwa agama adalah “substansi dari budaya, dan budaya adalah bentuk dari agama,” menunjukkan relasi erat antara ekspresi budaya dan pencarian transendensi.

Budaya populer seperti musik, menurut Cobb, menyediakan forum dialog antara nilai spiritual dan praktik keseharian, serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas daripada institusi keagamaan formal. Fenomena seperti lagu “Al-Fatihah” oleh Dewa 19 menunjukkan bagaimana spiritualitas dapat diartikulasikan dalam ruang budaya populer dan memicu diskursus publik mengenai kesakralan dan otentisitas. Dalam konteks ini, budaya populer tidak hanya menjadi cermin nilai-nilai keagamaan, tetapi juga turut memengaruhi pemaknaan terhadap simbol-simbol religius (Lynch, 2022).

Penelitian-penelitian mutakhir juga menunjukkan bahwa ekspresi spiritual dalam budaya populer merupakan strategi adaptif untuk menjembatani antara nilai-nilai agama dan kebutuhan generasi digital (Campbell & Tsuria, 2021). Ini menunjukkan pentingnya mengkaji dinamika representasi religius dalam medium hiburan kontemporer, termasuk bagaimana simbol-simbol sakral dikomodifikasi, ditafsir ulang, atau bahkan dipertentangkan.

Viralitas, Media Sosial, dan Religiusitas Digital

Media sosial telah menjadi arena baru bagi praktik religius dan ekspresi spiritual. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, media sosial kini berperan sebagai ruang interaksi sosial yang aktif dan reflektif (Nasrullah, 2015). Kehadirannya memungkinkan munculnya bentuk-bentuk baru dari dakwah digital, di mana pesan-pesan keagamaan disampaikan melalui medium visual, audio, hingga bentuk-bentuk kreatif lainnya, termasuk musik (Hilmi, 2021).

Konsep viralitas—yakni penyebaran cepat konten digital dalam jaringan sosial—menjadi krusial dalam memahami bagaimana isu-isu religius dapat menjangkau khalayak luas. Seperti diungkap Fraszczak (2023), media sosial menciptakan ruang pertukaran informasi yang cair, di mana ekspresi religius dapat memperoleh sambutan hangat atau justru kontroversi, tergantung pada konteks sosial dan budaya.

Studi oleh Dwivedi et al. (2021) menggarisbawahi bahwa media sosial memfasilitasi tiga aspek utama: aktualisasi diri, komunitas digital, dan personalisasi pesan. Dalam konteks religiusitas digital, ini berarti media sosial menjadi ruang potensial untuk membentuk identitas religius, sekaligus tempat terjadinya negosiasi makna antara simbol keagamaan dan nilai-nilai populer.

Namun, sebagaimana ditekankan oleh Campbell & Evolvi (2020), pergeseran ini memunculkan tantangan etis terkait komersialisasi konten religius dan pemaknaan ulang simbol-simbol sakral. Monetisasi konten yang mengandung nilai-nilai religius bisa menjadi dilema, di mana batas antara ekspresi iman dan strategi pasar menjadi kabur.

Dari perspektif ini, fenomena video viral Dewa 19 yang melantunkan Al-Fatihah bukan hanya persoalan artistik, tetapi juga menyangkut batas-batas kesakralan, otoritas keagamaan, dan interpretasi budaya. Media sosial menjadi “zona kontak” antara tradisi keagamaan dan budaya populer (Campbell, 2017), tempat simbol-simbol agama dinegosiasikan ulang dan dipertontonkan dalam berbagai bentuk.

Dakwah Digital dan Transmisi Nilai

Dakwah melalui media digital saat ini bukan lagi terbatas pada metode ceramah atau khutbah yang bersifat konvensional. Sebaliknya, dakwah telah berevolusi menjadi beragam cara komunikasi yang lebih interaktif, menarik secara visual, serta melibatkan unsur musikal. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Primasari & Aksa (2018), media sosial dianggap sebagai platform yang dapat meningkatkan refleksi spiritual individu, memperkuat nilai-nilai ketaqwaan, serta memberikan akses yang lebih demokratis terhadap pengetahuan keagamaan. Di sisi lain, Hilmi (2021) menekankan betapa pentingnya menjaga etika dalam praktik dakwah di era digital saat ini, dimana integritas

pesan menjadi hal yang sangat krusial di tengah arus informasi dan pendapat yang sangat melimpah.

Konten-konten bertema keagamaan yang disajikan dengan cara yang kreatif memiliki potensi besar untuk menjangkau kalangan generasi muda, yang cenderung lebih akrab dengan estetika budaya pop. Hal ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Briandana dkk. (2020), yang menunjukkan bahwa platform seperti YouTube dan media serupa telah bertransformasi menjadi sumber utama informasi keagamaan bagi generasi milenial. Mereka lebih tertarik pada narasi yang disampaikan secara visual dan emosional, dibandingkan dengan teks-teks keagamaan yang bersifat tradisional dan kaku. Pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah tidak hanya memberikan peluang untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih menarik dan relevan bagi audiens muda, tetapi juga menuntut para penyampai pesan untuk tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika dan integritas dalam setiap konten yang mereka sajikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing dan netnografi untuk mengkaji bagaimana video "Al-Fatihah" versi Dewa 19 menjadi viral di media sosial, serta bagaimana makna keagamaan dikonstruksi, disebarkan, dan diperdebatkan dalam ruang digital.

Analisis Framing

Untuk membaca bagaimana makna dibingkai (framed) dalam respons publik, digunakan metode analisis framing model Entman (1993), yang mencakup empat elemen utama:

1. *Define problems*: bagaimana isu video ini dipahami masyarakat (konten religi atau hiburan?).
2. *Diagnose causes*: siapa yang dianggap sebagai penyebab kontroversi?
3. *Make moral judgment*: nilai atau standar moral apa yang digunakan dalam menilai konten tersebut?
4. *Treatment Recommendation*: solusi atau sikap apa yang disarankan?

Analisis framing digunakan pada pemberitaan di media online. Data dikodekan secara manual menggunakan teknik open coding, lalu disusun ke dalam tabel tematik untuk menemukan pola-pola penafsiran.

Netnografi

Netnografi merupakan adaptasi etnografi untuk studi komunitas daring (Kozinets, 2010). Metode ini digunakan untuk memahami praktik sosial, interpretasi makna, serta dinamika interaksi dalam ekosistem media sosial. Dalam penelitian ini, netnografi difokuskan pada respons publik terhadap video "Al-Fatihah" di berbagai platform media sosial, terutama YouTube, Twitter (X), dan Instagram.

Langkah-langkah dalam netnografi yang dilakukan:

1. Pengumpulan data: Komentar, unggahan ulang, diskusi, dan reaksi pengguna terhadap video "Al-Fatihah" dikumpulkan selama periode 7 hari pertama setelah video dirilis. Data dikumpulkan secara purposif dan snowball sampling, terutama dari unggahan resmi Dewa 19 dan channel yang membagikan ulang konten tersebut.
2. Observasi partisipatif-pasif: Peneliti tidak ikut serta dalam diskusi, tetapi mengamati bagaimana interaksi berlangsung dan isu-isu apa yang paling banyak dibahas.
3. Kategorisasi data: Data diklasifikasikan berdasarkan tema seperti: ekspresi keagamaan, kritik, dukungan, humor, dan kontestasi makna agama.

Justifikasi Metode

Pemilihan analisis framing penting untuk menggambarkan bagaimana persepsi dan interpretasi masyarakat terbentuk terhadap simbol agama yang ditampilkan dalam budaya populer. Sementara itu, metode netnografi relevan karena objek penelitian berada dalam konteks digital, di mana interaksi sosial dan konstruksi makna terjadi secara daring. Kombinasi kedua metode ini memungkinkan peneliti menangkap secara komprehensif proses viralitas sekaligus dinamika makna yang menyertainya, baik secara tekstual maupun sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Framing Viralitas Surat Al-Fatihah dalam Nyanyian Dewa 19

Merujuk pada Robert Entman, berikut ini hasil analisis framing media online terkait Viralitas Surat Al-Fatihah dalam Nyanyian Dewa 19 :

No	Media dan Tanggal	Judul	Define Problem	Diagnose Causes	Make Moral Judgment & Treatment Recommendation
1	Sabili.co.id Selasa, 01 Oktober 2024	MUI: Membaca Surat Al-Fatihah Diiringi Musik Itu Pelanggaran Norma-Norma Syariat	Menekankan bahwa pembacaan Surat Al-Fatihah di konser sebagai pelanggaran norma syariat.	Pelaksanaan acara (konser) dianggap tidak sesuai dengan norma kesucian Islam.	Tindakan dinilai tidak pantas, berpotensi menodai kehormatan Al-Qur'an. Video harus ditarik, Ahmad Dhani diminta klarifikasi dan minta maaf.
2	Sindonews.com Selasa, 01 Oktober 2024	Aksi Ahmad Dhani Baca Al-Fatihah Diiringi Musik Viral, MUI Sebut Itu Pelanggaran Syariat	Menggarisbawahi aksi Ahmad Dhani sebagai pelanggaran syariat.	Meskipun niat baik, caranya bertentangan dengan kemuliaan Al-Qur'an.	Tindakan dinilai melanggar norma dan bisa menimbulkan keresahan. Video ditarik, Ahmad Dhani diminta klarifikasi dan minta maaf.
3	Republika.co.id Kamis, 03 Oktober 2024	Lantunkan Al-Fatihah Diiringi Musik, MUI Minta Ahmad Dhani Minta Maaf	Menyoroti pembacaan Al-Fatihah dalam konser sebagai bentuk penistaan.	Tidak sesuai syariat dan bertentangan dengan kesucian Al-Qur'an.	Tindakan dianggap tidak pantas, menimbulkan keresahan umat. Video dihapus, permintaan maaf publik diminta dari Ahmad Dhani.
4	Beritapopuler.co.id Kamis, 03 Oktober 2024	Video Lawas Aksi Panggung Ahmad Dhani Viral, Konser Sambil Baca Al-Fatihah?	Menampilkan pro-kontra atas video viral Ahmad Dhani.	Kreativitas seni Ahmad Dhani dengan muatan religius.	Netral; memberi ruang dua perspektif publik. Mengajak pembaca reflektif atas batas seni dan nilai agama.

Analisis Respons Publik di Media Sosial

Analisis respon opini publik di media sosial mengenai kontroversi pembacaan Al-Fatihah dalam konser musik menunjukkan pendapat yang terpolarisasi antara berbagai kelompok. Dari hasil netnografi di berbagai platform online, komentar publik terbagi menjadi tiga kategori utama : Pertama, kelompok pendukung Ahmad Dhani (40%) berargumentasi bahwa tujuan seniman ini mengajak audiens lebih dekat ke agama melalui musik. Musik dinilai medium dakwah modern yang dapat menyentuh hati kaum muda. Banyak membandingkannya dengan genre religius seperti nasyid dan qasidah. Kedua, kelompok penolak (45%) beranggapan membaca ayat suci dalam konser dinilai kurang menghormati keramatannya. Musik dianggap tidak sesuai menyampaikan konten spiritual karena dapat menurunkan nilainya. Ada juga yang menilai hal ini komodifikasi agama semata. Ketiga, kelompok moderat (15%) berpendapat perdebatan ini menunjukkan perbedaan pandangan yang sah. Media sosial sebaiknya untuk berdialog terbuka bukan saling serang. Beberapa menekankan perlunya aturan lebih jelas soal pemanfaatan agama dalam seni.

Lebih lanjut opini publik terhadap video tersebut beragam antara dua perspektif yang saling bertolak belakang. Sebagian menyambut baik upaya kreatif tersebut dan memandangnya sebagai inovasi cerdas dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada kalangan lebih luas lagi. Mereka yakin cara baru ini dapat menarik perhatian lebih banyak orang dan menyebarkan ajaran spiritual lebih efektif. Namun kelompok lain mengemukakan pandangan berlawanan dari sisi teologi dan ideologi. Mereka berpendapat bahwa unsur-unsur dalam video tersebut dinilai melanggar nilai-nilai teras agama. Kelompok ini merasa penyajian nonkonvensional itu dapat mengaburkan makna dan pesan mulia di dalamnya. Dengan demikian, tanggapan masyarakat mengindikasikan perbedaan sudut pandang yang signifikan mengenai cara terbaik menyampaikan ajaran keagamaan di era modern.suci.

Framing Media dan Kontestasi Makna Agama dalam Budaya Populer

Penelitian ini menekankan signifikansi pembingkai media online dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap fenomena viral yang terjadi ketika Ahmad Dhani membacakan Surat Al-Fatihah di konser musik Dewa 19. Peristiwa ini dapat dianalisis lebih mendalam dengan memanfaatkan teori framing yang dikemukakan oleh Entman (1993), yang menegaskan bahwa pembingkai berfungsi untuk menekankan aspek-aspek tertentu dari realitas guna membentuk pemahaman, penilaian, dan solusi. Empat media yang diteliti - Sabili.co.id, Sindonews.com, Republika.co.id, dan Beritapopuler.co.id - memberikan perspektif yang berbeda-beda. Sabili.co.id mengadopsi sudut pandang konservatif, menilai tindakan Ahmad Dhani sebagai pelanggaran terhadap hukum Islam dan mengutip pendapat para ulama untuk mendukung argumennya. Mereka merekomendasikan agar video tersebut dihapus dan meminta maaf. Sindonews.com hampir sejalan dengan pandangan Sabili, tetapi menggunakan bahasa yang lebih moderat, mengisyaratkan adanya kemungkinan niat baik di balik tindakan tersebut, dengan fokus pada penilaian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Republika.co.id mengambil pendekatan yang lebih empatik, mengakui niat baik Ahmad Dhani, tetapi tetap menekankan ketidaksesuaian cara yang digunakan dengan norma-norma agama. Beritapopuler.co.id, di sisi lain, tidak secara langsung menyalahkan atau memuji, tetapi menyajikan dua sudut pandang: satu mendukung upaya memperkenalkan Al-Qur'an melalui musik, sementara yang lain menganggap tindakan tersebut tidak pantas. Artikel ini mengangkat refleksi etis mengenai batas antara seni dan penghormatan terhadap nilai-nilai agama. Media konservatif cenderung mendominasi narasi normatif, sementara Republika dan Beritapopuler menawarkan perspektif yang lebih seimbang dan inklusif.

Fenomena yang kita amati mengungkap bahwa arti keagamaan tidak statis melainkan merupakan hasil interaksi dan kontestasi antar berbagai pelaku sosial yang terjadi melalui media kebudayaan populer. Menurut Cobb (2005), budaya hiburan berperan sebagai ruang di mana nilai-nilai keagamaan dapat diredefinisikan dan diaspirasikan. Pandangan ini sejalan dengan gagasan Tillich (1959) yang melihat budaya sebagai sarana untuk mengekspresikan pemikiran teologis yang terus berkembang dan bertransformasi. Perdebatan yang terjadi dalam konteks ini menegaskan bahwa agama, saat dihadapkan pada kebudayaan populer, melayani sebagai wadah diskursif di mana makna sakralitas dapat dinegosiasikan kembali. Hal ini semakin relevan di era modern yang dipenuhi kemajuan teknologi digital, dimana perbatasan antara agama dan budaya kabur dan memungkinkan terjadi dialog dinamis antara nilai-nilai tradisional dan pengaruh kebudayaan kontemporer. Karenanya, penting memahami bahwa agama tidak hanya berperan sebagai sistem kepercayaan tetapi juga sebagai entitas yang terus beradaptasi dan berinteraksi dengan perkembangan kebudayaan yang ada.

Komodifikasi Simbol Agama dalam Budaya Populer

Salah satu temuan penting yang diperoleh dari penelitian ini ialah terjadinya proses komodifikasi terhadap simbol-simbol yang berkaitan dengan agama dalam konteks budaya populer. Sebagai contoh, pembacaan Surat Al-Fatihah oleh Ahmad Dhani dalam sebuah konser musik dapat ditafsirkan sebagai usaha untuk mengintegrasikan simbol-simbol keagamaan ke dalam dunia hiburan. Hal ini memunculkan berbagai pandangan di kalangan masyarakat; di satu sisi, beberapa orang menganggapnya sebagai bentuk dakwah yang positif, sementara di sisi lain, ada yang melihatnya sebagai tindakan yang menodai kesucian simbol tersebut. Merujuk pada Cobb (2005) teridentifikasi fenomena ini sebagai bagian dari transformasi simbolik, di mana nilai-nilai yang dianggap sakral mulai berinteraksi dan menjadi bagian dari pasar budaya yang lebih luas. Proses ini menunjukkan bagaimana simbol-simbol keagamaan dapat mengalami perubahan makna ketika mereka dipindahkan ke dalam konteks yang berbeda, sekaligus memunculkan perdebatan mengenai batas antara kesucian dan kenistaan dalam budaya modern.

Campbell (2013) mengungkapkan risiko yang muncul akibat proses transmisi ini, yaitu dekontekstualisasi nilai-nilai spiritual. Di era digital, wacana-wacana suci kerap kehilangan konteks aslinya dan dijadikan untuk berbagai tujuan, baik estetika maupun komersial. Salah satu contoh nyata yang dapat diamati adalah geliat tren mode Islami, di mana ayat-ayat suci dijadikan motif pada kain. Selain itu, fenomena di platform TikTok yang menggabungkan musik pop dengan pembacaan ayat-ayat suci juga menjadi sorotan, karena dimaksudkan untuk menarik perhatian publik. Meski pendekatan ini memungkinkan peluang yang lebih luas dalam dakwah, terkandung pula risiko bahwa simbol-simbol keagamaan menjadi tereduksi menjadi hal yang sepele dan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari tanpa adanya pemahaman yang mendalam. Karenanya, penting untuk mempertimbangkan dampak dari penggunaan wacana-wacana suci dalam konteks yang lebih besar agar nilai-nilai spiritual tetap terjaga dan tidak kehilangan makna aslinya. Teori yang diungkapkan oleh Adorno dan Horkheimer (1944) mengenai komodifikasi budaya memiliki relevansi penting dalam konteks yang sedang dibahas. Mereka berpandangan bahwa setelah budaya mengalami proses perdagangan barang, ia kehilangan otonomi aslinya sebagai bentuk ungkapan otentik dan malah berperan sebagai sarana dalam pasar. Dalam kaitan band Dewa 19, penggunaan Surat Al-Fatihah tidak dapat dipisahkan dari aspek komersial melekat pada pertunjukan musik mereka, yang pada gilirannya mengaburkan batasan antara tujuan spiritual dan hiburan semata. Fenomena ini menciptakan dilema rumit, di mana ada pertentangan antara keaslian suatu karya dan tingkat popularitas yang dicapai, serta antara ungkapan keagamaan tulus dan

strategi pemasaran yang diterapkan. Ketegangan ini mencerminkan dinamika yang ada dalam industri musik, di mana nilai-nilai budaya kerap dipertaruhkan demi keuntungan komersial. Analisis terhadap situasi ini memerlukan pemahaman mendalam mengenai interaksi antara budaya, pasar, dan nilai-nilai spiritual yang terkandung di dalamnya.

Polarisasi Opini Publik dan Teori Komunikasi

Diskusi publik mengenai tindakan kontroversial Ahmad Dhani memicu beragam reaksi di masyarakat, terutama di media sosial. Banyak pengguna mengutuk perilakunya dengan tegas, menyebutnya sebagai penodaan terhadap ajaran Islam suci. Mereka berargumentasi bahwa tindakan tersebut tidak mencerminkan penghormatan yang seharusnya terhadap doktrin dan nilai-nilai agama. Sebaliknya, ada kelompok lain yang menyambut tindakannya dengan antusias, menganggapnya pendekatan relevan dan sesuai perkembangan modern, yang dapat memperkaya pemahaman masyarakat tentang agama. Ketegangan yang timbul dari debat ini mencerminkan peran penting media sosial sebagai wadah untuk berdiskusi dan menegosiasikan makna serta otoritas dalam konteks keagamaan. Platform ini tidak semata sarana berbagi informasi, tetapi juga arena pertukaran ide dan pandangan beragam mengenai isu-isu sensitif terkait keyakinan.

Fenomena yang kian meluas ini memang patut kita telaah lewat teori spiral keheningan yang Noelle-Neumann (1974). Teori tersebut menerangkan bagaimana pandangan-pandangan yang senada seringkali dipaparkan media yang justru mengabaikan atau bahkan menekan sudut-sudut pandang yang lain. Dalam kondisi saat ini, pun terbentuk kelompok-kelompok maya yang tersendiri, di mana perspektif serupa senantiasa diperkuat tanpa sedikit pun memberi ruang bagi pemikiran alternatif. Hal ini mengakibatkan perbincangan terbelah menjadi dua kubu yang begitu jauh berbeda pendapat, hingga jarang sekali ada titik temu. Wacana yang terpecah ini kian melebarkan jurang antara tafsir yang saling bertentangan, menciptakan atmosfer yang kurang kondusif bagi dialog konstruktif. Atas dasar itu pula penting memahami dampak fenomena ini terhadap dinamika sosial juga komunikasi masyarakat, agar kita mampu mencari solusi yang lebih inklusif sambil membuka ruang beragam sudut pandang.

Selain itu, teori mengenai ruang publik ideal yang dirintis oleh Habermas (1989) masih relevan untuk menilik dinamika interaksi sosial di masa kini. Menurut konsep tersebut, ruang publik semestinya memberi ruang bagi pertukaran gagasan yang rasional dan bermakna di antara warga, yang kemudian akan membentuk opini masyarakat yang sehat. Namun, sejalan dengan perkembangan zaman digital, ruang bersama seringkali dikuasai oleh logika algoritmik yang cenderung mempromosikan konten yang cepat viral daripada memberi kesempatan untuk dialog bermakna. Hal ini berimbas pada isu-isu agama dan kebudayaan yang kerap disederhanakan menjadi debat emosi yang tak mengarah pada solusi. Fenomena tersebut menjadi tantangan khusus dalam mewujudkan silaturahmi antarperspektif agama dan budaya di dunia digital.

Perubahan Otoritas Keagamaan di Era Digital

Era digital telah membawa transformasi signifikan terhadap otoritas tradisional dalam konteks keagamaan. Penelitian mengungkapkan bahwa masyarakat saat ini memiliki kapasitas untuk mengakses dan memahami ajaran agama langsung, tanpa harus bergantung pada institusi keagamaan formal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Fenomena ini nampak jelas melalui berbagai cara media meramu isu-isu keagamaan dan respons masyarakat yang sangat bervariasi. Dalam konteks pemaparan media terkait agama, MUI masih berperan sebagai penjaga norma-norma luhur yang telah ditetapkan, sedangkan media umum lebih menyoroti beragam suara dari masyarakat yang menganggap seni sebagai bagian integral dari ekspresi keagamaan yang sah. Pergeseran

ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin aktif dalam menentukan pemahaman dan praktik keagamaan mereka sendiri, yang menandakan adanya perubahan dalam cara orang berinteraksi dengan ajaran dan nilai-nilai agama di era digital ini.

Menurut penelitian yang dilakukan Helland (2016) munculnya fenomena yang dikenal sebagai agama online memberi kesempatan bagi masyarakat tidak hanya mengakses tetapi juga memproduksi wacana keagamaan secara lebih mandiri dan otonom. Hal ini menunjukkan individu kini memiliki lebih banyak kebebasan berinteraksi dengan konten keagamaan. Di sisi lain, Hoover (2021) menambahkan bahwa proses digitalisasi dalam konteks agama telah menghasilkan berbagai bentuk otoritas baru yang bersifat lebih horizontal dan partisipatif. Merupakan pergeseran signifikan dari model otoritas sebelumnya cenderung vertikal dan hierarkis. Sebagai contoh, saat ini para selebritas agama yang aktif di media sosial dapat memiliki dampak jauh lebih besar dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan ulama tradisional. Dengan demikian, perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara orang beribadah tetapi juga bagaimana memahami dan mendiskusikan isu-isu keagamaan dalam masyarakat.

Contoh konkret dari survei online dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 45% publik menolak tindakan Ahmad Dhani, 40% mendukungnya sebagai bentuk dakwah yang inovatif, dan 15% memilih untuk netral. Fragmentasi respon ini menunjukkan bahwa otoritas agama tidak lagi bersifat absolut, tetapi dinegosiasikan melalui berbagai saluran informasi yang tersedia secara bebas. Durkheim dalam *The Elementary Forms of Religious Life* mengingatkan bahwa kesakralan bukanlah sifat yang melekat pada objek tertentu, melainkan hasil konstruksi sosial. Dengan demikian, penggunaan Surat Al-Fatihah oleh Dewa 19 merupakan bagian dari proses sosial yang terus-menerus mendefinisikan ulang apa yang dianggap sakral atau tidak dalam masyarakat kontemporer.

Integrasi Budaya dan Spiritualitas dalam Musik

Musik Dewa 19, yang merupakan salah satu simbol penting dalam budaya Indonesia, dapat dilihat sebagai sarana untuk berekspresi spiritual di era moderen. Karya-karya mereka, seperti lagu "Kangen" dan "Pupus," tidak cuma memukau dengan eloknya melodi akan tetapi juga berisi lapisan dalamnya emosi dan pertanyaan eksistensial. Di samping itu, kehadiran bacaan Surat Al-Fatihah sewaktu konser mereka mewakili usaha untuk menyatukan simbol-simbol keagamaan dengan suasana hiburan yang mereka tawarkan. Hermita (2024) menyatakan bahwa musik mempunyai kebolehan mencipta pengalaman perasaan dan spiritual yang dapat menyentuh sanubar para pendengarnya dengan dalam. Dalam perspektif Paul Tillich, pengalaman-pengalaman ini merupakan manifestasi aktualisasi iman yang tersurat melalui berbagai bentuk budaya yang ada.

Mancapara (2022) menekankan bahwa musik adalah salah satu bentuk ekspresi keagamaan yang memiliki peran penting, karena mampu menyampaikan perjalanan iman dengan cara yang estetik dan bersifat emosional. Pada konteks ini, kehadiran Surat Al-Fatihah dalam sebuah konser tidak sepatutnya hanya dipandang sebagai hal yang kontroversial, namun juga sebagai suatu bentuk unjuk keagamaan yang berupaya untuk mendapatkan perhatian pendengar baru dengan pendekatan yang lebih relevan dengan budaya mereka. Akan tetapi, perlu dicatat bahwa terdapat kemungkinan risiko dimana pengalaman spiritual yang disajikan dapat menjadi sepele jika tidak disertai dengan pemahaman yang mendalam mengenai teks suci tersebut. Sangatlah penting untuk selalu menjaga konteks teologis dalam setiap inovasi budaya yang melibatkan simbol-simbol keagamaan. Ini bertujuan untuk mencegah terjadinya pengurangan makna yang esensial dan mendalam dari ajar keagamaan yang seharusnya tetap dihormati dan dipahami.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa viralitas video "Al-Fatihah" Dewa 19 di media sosial merupakan fenomena yang kompleks yang melibatkan interaksi antara simbol-simbol agama, budaya populer, dan partisipasi publik secara digital. Pembingkaiannya yang dilakukan oleh warganet mencerminkan dinamika kontestasi makna dan otoritas agama di era digital, di mana media sosial tidak hanya menjadi saluran ekspresi, tetapi juga menjadi medan interpretasi yang demokratis dan terbuka.

Viralitas konten keagamaan dalam format budaya populer menunjukkan ambivalensi: di satu sisi sebagai sarana dakwah yang kreatif, di sisi lain sebagai potensi profanisasi yang memicu resistensi. Hal ini menunjukkan pentingnya kepekaan budaya dan pemahaman kontekstual dalam mengelola komunikasi keagamaan di ruang digital.

Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini memperluas pemahaman tentang hubungan antara agama dan media digital, dan membuka wacana baru tentang transformasi otoritas agama dan komodifikasi spiritualitas dalam budaya populer. Penelitian ini juga memperkaya perspektif tentang pembingkaiannya publik terhadap isu-isu sensitif di media sosial.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi:

1. Respon aktor-aktor keagamaan resmi terhadap tren dakwah digital berbasis musik populer.
2. Analisis komparatif terhadap kasus-kasus viralitas konten keagamaan lainnya di platform seperti TikTok atau Instagram Reels.
3. Studi longitudinal tentang perubahan pola respons warganet terhadap simbol-simbol agama di media.

DAFTAR PUSTAKA

- Abokhodair, N., Elmadany, A., & Magdy, W. (2020). Holy Tweets: Exploring the Sharing of the Quran on Twitter. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4, 1. <https://doi.org/10.1145/3415230>
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder and Herder.
- Arsini, Y., Azzahra, H., Tarigan, K. S., & Azhari, I. A. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Remaja. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v3i2.370>
- Basid, Abd., & Rahmah, W. (2023). Melawan Cyberbullying: Membangun Kesadaran Kemanusiaan dalam Etika Bermedia Sosial Perspektif Al-Qur'an. *Studia Quranika*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.21111/studiquran.v7i2.9013>
- Bastomi, M., & Musodikin, I. (2021). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Media Pemasaran Online Produk Batu Batako. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(2), 90. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i2.10464>
- Briandana, R., Caturida, Shahir, & Wan, W. (2020). Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia. *International Journal of Economics and Business Administration*, 216. <https://doi.org/10.35808/ijeba/543>

- Campbell, Heidi A. (2013). Introduction: The Rise of the Study of the Digital Religion. In *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. 1st ed., 1–21. *Routledge*.
- Choirin, M., Fajarulloh, S., & Guleng, M. P. (2023). The Da'wah Message in the Film "Tarung Sarung": Faith, Worship, and Moral Behavior. *Muharrrik: Jurnal Dakwah dan Sosial* 6(1), 189. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v6i1.1742>
- Cobb, Kelton. (2005). *Blackwell's Guide to Theology and Popular Culture*. *Blackwell Publishing*.
- Durkheim, É. (1912). *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: *Free Press*.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro, B. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial "Islam Populer". *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 203. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>
- Fisher, Mary P. (2016). *Living Religions*. Laurence King Publishing, London.
- Fitriana, Y. N., & Putra, R. D. (2022). "Preserve our culture": The use of digital music platform in the ethnic music community. *Bricolage Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1), 41. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.2159>
- Fraszczak, D. (2023). Detecting rumor outbreaks in online social networks. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01092-x>
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. *MIT Press*.
- Helland, C. (2016). *Digital Religion, Social Media, and Culture*. *Routledge*.
- Hermita, R. (2024). Invensi lingkungan dalam café kesehatan studi kasus: café rumah pohon. *Candrarupa Journal of Art Design and Media*, 3(1), 57-63. <https://doi.org/10.37802/candrarupa.v3i1.556>
- Hilmi, M. (2021). Youtube as Da'wah Media Innovation in Disruption Era. *Muharrrik - Jurnal Dakwah dan Sosial*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v4i01.234>
- Hoover, S. M. (2021). *Media and Religion: Foundations of an Emerging Field*. *Routledge*.
- Iqbal, A. M. (2017). Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v2i2.7834>
- Kasman, S. (2017). Etika Jurnalistik dalam Pengembangan Dakwah (EJDPD). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(1), 122. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18i1.2868>
- Kozinets, R.V. (2010) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. *Sage Publications*.

- Lynch, G. (2022). *The Sacred in the Digital Age: Religion, Media and Technology*. Routledge.
- Mancapara, I. (2022). Filsafat musik dan posisinya dalam hinduisme. *Sanjiwani Jurnal Filsafat*, 13(1), 95-103. <https://doi.org/10.25078/sanjiwani.v13i1.1008>
- Mustaffa, N. H., & Akhir, N. S. M. (2020). Music as a Factor in Spiritual Happiness: A Case Study on Senior Citizen in Darul Hanan Elderly Care Centre, Penang. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i10/8005>
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama Media*
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Primasari, W., & Aksa, Y. A. D. (2018). Framing Pesan Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.15642/jki.2017.7.1.66-86>
- Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Suryani, N., Yusnaeni, W., & Basri, H. (2023). Pelatihan Desain Presentasi Dengan Canva Pada DKM Darul Hikmah Depok. *Jurnal Aruna Mengabdikan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.61398/armi.v1i1.2>
- Tambunan, E., & Simon, S. (2022). VIRTUALISASI TUHAN: Menyelak Ownership Tokoh Agama. *CHARISTHEO Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 1(2), 168. <https://doi.org/10.54592/jct.v1i2.29>
- Tillich, P. (1959). *Theology of culture*. Oxford University Press.
- Zonyfar, C., Maharina, M., Sihabudin, S., & Ahmad, K. (2022). LITERASI DIGITAL: PENGUATAN ETIKA DAN INTERAKSI SISWA DI MEDIA SOSIAL. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1426. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7274>
- Zulia, A., Anggraini, C., Sembiring, D. A., Aulia, I. D., & Pratama, R. (2022). Etika Komunikasi di Media Sosial pada Remaja Masjid Himpunan Muda-Mudi Al-Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia. *MUKADIMAH Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 414. <https://doi.org/10.30743/mkd.v6i2.5486>
- Berita Populer. (03 Oktober 2024). *Video lawas aksi panggung Ahmad Dhani viral, konser sambil baca Al-Fatihah?* Diakses dari <https://beritapopuler.co.id/video-lawas-aksi-panggung-ahmad-dhani-viral-konser-sambil-baca-al-fatihah/>
- Republika. (03 Oktober 2024). *Lantunkan Al-Fatihah diiringi musik, MUI minta Ahmad Dhani minta maaf.* Diakses dari <https://khazanah.republika.co.id/berita/skrqzb483/lantunkan-al-fatihah-diiringi-musik-mui-minta-ahmad-dhani-minta-maaf>
- Sabili. (01 Oktober 2024). *MUI: Membaca surat Al-Fatihah diiringi musik itu pelanggaran norma-norma syariat.* Diakses dari <https://www.sabili.co.id>

Sindonews. (01 Oktober 2024). *Aksi Ahmad Dhani baca Al-Fatihah diiringi musik viral, MUI sebut itu pelanggaran syariat*. Diakses dari <https://lifestyle.sindonews.com/read/1465595/187/aksi-ahmad-dhani-baca-al-fatihah-diiringi-musik-viral-mui-sebut-itu-pelanggaran-syariat-1727748601>