



Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan

issn 2354-6147 eissn 2476-9649

journal.stainkudus.ac.id/index.php/fikrah

DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/fikrah.v7i1.4814>

Volume 7 (1) 2019, 95–114

Pola Keberislaman Generasi Milenial Manado di Era *Post-Truth*

Rusdiyanto^{1*}, Rukmina Gonibala²

^{1,2} *Institut Agama Islam Negeri Manado, Manado, Indonesia*

^{1*} roesdysh@gmail.com, ² rukmina.gonibala@iain-manado.ac.id

Abstrak

Paper ini memaparkan pola keberislaman generasi Muslim milenial Manado Indonesia dalam konteks zaman digital. Kemudahan dan kecepatan akses informasi melalui internet telah melahirkan perubahan dalam aspek keberagamaan. Obyek studi adalah mahasiswa Muslim yang berasal dari tiga kampus berbeda di Manado. Observasi dan wawancara dilakukan untuk mendapatkan data. Hasilnya terdapat dua poin penting yang diulas, yaitu: Pertama, tren generasi milenial dalam belajar dan mendapatkan pemahaman Islam lebih banyak ditempuh secara mandiri melalui akses pada teknologi informasi. Kedua, ekspresi keberislaman generasi milenial yang memperoleh pemahaman keagamaan dengan proses instan melalui internet menjadikan generasi ini rawan mengabaikan fakta-fakta obyektif, ilmiah, dan nalar argumentatif dalam mengekspresikan pemahaman keberislaman, sehingga pemahaman dan ekspresinya cenderung partikular. Kehadiran, kemudahan dan kemajuan teknologi informasi ini berpengaruh dalam membentuk pola dan ekspresi keberagamaan generasi milenial.

Kata Kunci: Generasi milenial, *post-truth*, keberislaman.

Abstract

This paper describes the Islamic practice of Indonesian Muslim student in the digital age. The object of study is Muslim students from three different campuses in Manado. Observations and interviews were conducted to obtain data. There are two important points as a result. First, the trend of the millennial generation in learning and gaining an understanding of Islam is more widely pursued independently through access to information technology. Secondly, the expression of the millennial generation's Islamicism which gained religious understanding with the instant process through the internet made this generation prone to ignore the objective, scientific, and argumentative facts in expressing understanding of Islam, so that their understanding and expression tended to be particular. The presence, convenience, and advancement of information technology have an effect on forming the patterns and religious expressions of the millennial generation.

Keyword: Millennial generation, post-truth, Islamic tendency.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dan cepat melahirkan fenomena baru dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya ialah berkaitan dengan sumber pengetahuan yang diperoleh oleh generasi milenial yang berdampak pada pole keberagaman yang berkembang atas cara atau model ekspresikan di tengah kehidupan sosial. Cepatnya informasi yang tersebar di media yang bersifat terbuka, di mana seorang dapat mengakses dalam ruang pribadi mampu mengambil alih bahkan secara perlahan cenderung menghilangkan peran struktur transformasi pengetahuan konvensional (Jinan, 2012).

Fenomena masyarakat modern dalam konteks keagamaan yang berhubungan media ialah seorang akan mudah mencari jawaban atas berbagai pertanyaan-pertanyaan keagamaan melalui laman atau web yang terdapat pada internet, hanya dengan mengetik pertanyaan atau topik yang ingin diketahui melalui mesin pencarian seperti google di internet maka dengan seketika para pencari informasi akan mendapatkan ragam jawabannya, di manapun, dan kapanpun. Dalam hal keislaman misalnya aspek ibadah seperti wudhu, salat, haji, dan yang lainnya, siapapun yang terhubung dengan internet akan mendapatkan informasi yang detail mulai tata cara dalam bentuk narasi diskriptif sampai dengan contoh praktik yang bisa diakses dan tersedia di youtube juga tersebar melalui media sosial lainnya antara lain melalui facebook, instagram, line, *WhatsApp*, dan lainnya (A. & Campbell, 2012).

Keadaan tersebut bagi generasi pra-internet barangkali suatu yang tidak terbayangkan, di mana saat itu setiap informasi, pengetahuan, dan pemahaman menjadi barang langka yang hanya bisa diakses oleh sebagian kecil orang melalui proses yang konvensional yang membutuhkan biaya banyak dan waktu yang panjang untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan pemahaman keislaman yang komprehensif. Generasi pra-internet diharuskan menempuh jenjang pendidikan berlapis di pesantren bahkan harus berangkat menimba sampai ke negara lain (Muhtador, 2018). Sedang di era digital segala informasi pengetahuan yang sebelumnya sulit dan hanya bisa diakses oleh kalangan terbatas, saat ini langsung bisa diakses melalui telepon pintar di genggam di mana dan kapan saja hanya dengan syarat memiliki koneksi internet (Iqbal, 2013).

Fenomena globalisasi dalam aspek teknologi informasi ini dengan sendirinya melahirkan pola keberislaman yang berbeda antara generasi pra-internet dan generasi internet, mulai dari proses mendapatkan sampai dengan aplikasi atau ekspresinya di tengah kehidupan sosial – masyarakat. Faisal Riza (2015) menyebut fenomena tersebut sebagai pola pergeseran “Dari *Ushuluddin* ke *Download-din*”, ia menulis ‘Jika mempelajari agama secara mendasar dan mendalam itulah yang disebut *Ushuluddin*, tetapi jika belajar agama hanya dengan cara *download*, maka itulah yang disebut sebagai *download-din*, beragama yang sekedar hasil *download*. Generasi internet yang dalam tulisan ini adalah generasi yang biasa atau familiar dikenal dengan sebutan Generasi Milenial atau Generasi Y yaitu generasi yang tumbuh pada era *internet booming*.

Fenomena tersebut lahir bersamaan dengan revolusi digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi yang secara langsung bersinggungan dengan generasi milenial adalah fenomena *post-truth*. Persebaran informasi yang begitu mudah dan cepat ternyata melahirkan sebuah masalah baru, di antaranya adalah keengganan para pengguna internet untuk menyeleksi informasi yang benar (Simangunsong, 2016). Internet menyediakan baca fitur dan informasi, sehingga tidak ada bedanya antara fakta dan *hoax* karan keduanya sama-sama tersedia, dalam kondisi ini demikian istilah *post-truth* menjadi viral, sebuah istilah yang menunjukkan fenomena kekinian tentang tiadanya batas-batas yang jelas yang benar dan salah, baik dan buruk, asli dan palsu (Syuhada, 2017). Realitas demikian merupakan problem sosial yang terjadi dari banjir

informasi di era revolusi digital bukan pada bagaimana mendapatkan berita atau informasi, melainkan kurangnya kemampuan mencerna informasi yang benar (Kharisma Dhmas Syuhada, 2017, hal. 76) dan keengganan untuk menverifikasi kebenaran informasi yang didapat, karena penyebaran ajaran Islam dengan beragam konten terkadang tidak mencantumkan sumber yang valid (Muhtador, 2018).

Persinggungan antara generasi milenial yang lahir, tumbuh dan hidup di zaman teknologi informasi dan fenomena *Post-Truth* yang akan dikaji dalam tulisan ini, khususnya yang berkaitan dengan karakter atau pola keberislaman yang berkembang pengetahuan, wawasan dan pemahaman keagamaan itu didapat dan bagaimana pula diekspresikan dalam kehidupan bermasyarakat di tengah munculnya apa yang disebut fenomena *Post-Truth* dikalangan generasi milenial (Ulya, 2018). Adapun tulisan ini lebih menitik beratkan pada pola pemahaman dan perilaku generasi milenial atas media yang berkembang yang bercorak post-truth di daerah Manado

Metode

Artikel ini menggunakan pendekatan *Interpretative Phenomenology* yang menganalisis realitas yang ada di kalangan objek yang dikaji (Kaelan, 2005). Pendekatan ini digunakan untuk memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang bagaimana proses generasi Muslim milenial belajar dan memahami agama, serta bagaimana proses tersebut berpengaruh terhadap ekspresi keberagaman. Adapun jawaban atas pertanyaan tersebut, penulis mengamati para pemuda (mahasiswa) di lintas fakultas di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, dan beberapa mahasiswa dari kampus Universitas Samratulangi dan STIKES Muhammadiyah Manado. Mahasiswa yang dijadikan obyek pengamatan dan pengambilan data juga tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), dan Lembaga Dakwah Kampus (LDK).

Hasil pengamatan oleh penulis dipahami dalam dua konteks: *pertama*, meningkatnya ketergantungan generasi milenial pada teknologi informasi, terutama pada perangkat digital yang terhubung dengan internet. Pada bagian ini, dilihat sejauh mana fenomena tersebut berpengaruh pada pemahaman keberagaman mereka. *Kedua*,

interaksi generasi milenial dalam ruang sosial-kemasyarakatan. Konteks ini untuk memahami pengaruh pola belajar dan mendatkan pemahaman keislaman terhadap ekspresi keberagaman generasi milenial dalam ruang sosial masyarakat (Alyusi, 2016).

Kajian ilmiah baik dalam bentuk buku hasil penelitian maupun jurnal tentang fenomena keberagaman generasi milenial ini telah banyak dilakukan, seperti karya Chaider (2018) yang bertema *Kaum Muda Muslim Milenial Konservatisme, Hibridasi Identitas, dan Tantangan Radikalisme*. Buku ini secara khusus memaparkan tentang gejala yang disebut sebagai konservatisme dan radikalisme yang belakangan melanda generasi milenial. Begitu juga karya Muzayanah (2018) yang berjudul "*Trend Beragama Remaja Era Milenial: Analisis Perilaku Siswa SMA di Jawa Tengah*" tulisan ini menyimpulkan bahwa akhlak siswa SMA kepada guru dan orang tua menempati posisi tertinggi, sementara akhlak kepada Allah dan Rasul menempati posisi terendah.

Era Digital, Generasi Milenial, dan Post-Truth

Dunia tengah berada di dalam suatu era kemajuan yang dihubungkan oleh teknologi serta perangkat komunikasi dan informasi berbasis digital (Nuryadin, 2017). Hampir seluruh dimensi hidup kini sudah tersedia dan terhubung melalui perangkat digital. Seluruh aktivitas manusia sehari-hari, seperti kegiatan ekonomi, budaya, politik, olahraga, keagamaan, pendidikan dan lain-lain kini berjalan lancar karena adanya perangkat komunikasi dan informasi yang terhubung dengan internet melalui perangkat digital (Wahyuni, 2017).

Kemajuan teknologi informasi berkat adanya revolusi digital ini dengan cepat membawa banyak perubahan dalam berbagai sektor kehidupan manusia. Alvin Toffler (1988) membagi sejarah peradaban manusia sejauh ini dalam tiga gelombang. Gelombang pertama ditandai oleh penemuan pertanian, gelombang kedua ditandai oleh revolusi industri, sedangkan gelombang ketiga yang kini sedang memunculkan diri terutama ditandai oleh revolusi ilmu pengetahuan dan teknologi dalam era teknologi tinggi (Severin & Tankard, 2011). Berbagai ahli mencoba menggambarkan peradaban baru ini dengan berbagai istilah atau konsep seperti era angkasa, era informasi, era elektronik, era digital dan entah apalagi.

Davies (2015) menyampaikan bahwa revolusi industri terjadi empat kali. Revolusi industri pertama terjadi di Inggris pada tahun 1784 di mana penemuanmesin

uap dan mekanisasi mulai menggantikan pekerja manusia. Revolusi yang kedua terjadi pada akhir abad ke-19 di mana mesin-mesin produksi yang ditenagai oleh listrik digunakan untuk kegiatan produksi secara masal. Penggunaan teknologi komputer untuk otomasi manufaktur mulai tahun 1970 menjadi tanda revolusi industri ketiga. Saat ini, perkembangan yang pesat dari teknologi sensor, interkoneksi, dan analisis data memunculkan gagasan untuk mengintegrasikan seluruh teknologi tersebut ke dalam berbagai bidang industri. Gagasan inilah yang diprediksi akan menjadi revolusi industri yang berikutnya, yang biasa disebut dengan istilah revolusi 4.0. (Hoedi Prasetyo, 2018, hal. 17-18). Revolusi inilah yang oleh banyak pengamat disebutkan akan banyak berpengaruh besar terhadap berbagai sektor kehidupan manusia yang hidup di zamannya. Termasuk dalam konteks tulisan ini adalah pengaruhnya terhadap pola keberagamaan kaum milenial generasi yang hidup di era digital.

Istilah generasi milenial belakangan seringkali digunakan dan dijumpai dalam percakapan, baik di ruang publik maupun di kalangan akademik. Istilah tersebut telah menjadi kosa kata sehari-hari masyarakat. Pertanyaannya adalah apa dan siapa generasi milenial atau yang disebut Generasi Y tersebut. Menurut Yanuar Surya Putra (Putra, 2016) yang mengutip Mannheim (1936) menyatakan bahwa generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Lebih lanjut Putra (Putra, 2016) Mengutip Kupperschmidt's menyatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.

Setelah perang dunia ke 2, kelompok demografis dibedakan menjadi empat generasi yaitu generasi *baby boomer*, generasi X (Gen-Xer), generasi millennial dan generasi Z. Generasi *baby boomer* adalah generasi yang lahir setelah perang dunia kedua (saat ini berusia 51 hingga 70 tahun). Disebut generasi *baby boomer* karena di era tersebut kelahiran bayi sangat tinggi. *Generasi X* adalah generasi yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980 (saat ini berusia 35 hingga 50 tahun). Generasi millennial adalah generasi yang lahir antara tahun 1981-2000, atau yang saat ini berusia 15 tahun hingga 34 tahun (Mojo, 2018).

Senada dengan pengelompokan tersebut, dalam sebuah indografik yang dirilis tirto bertajuk ‘*Dari Generasi ke Generasi*’ terdapat lima generasi yang terlahir sejak paruh pertama abad ke-20 yaitu: Generasi baby boomer (1946-1964), generasi X (1965-1976), generasi Y atau milenial (197-1995), generasi Z (1966-2010), dan generasi Alpha (2011-sekarang) (Tirto.id, 2018). Masing-masing generasi tersebut memiliki karakter zaman yang khas, misalnya dalam indografik tersebut dipaparkan bahwa generasi milenial – yang berkaitan dengan pokok tulisan ini–memiliki karakter percaya diri, berorientasi pada kesuksesan, toleran, kompetitif, dan haus perhatian.

Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2016b) dalam buku *Mellenial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya* menulis bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980-an sampai dengan awal 2000-an dengan tiga karakter khas yaitu: kreatif, konektif, dan konfiden. Perbedaan mencolok generasi ini dibandingkan generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop. Generasi milenial merupakan generasi yang tidak bisa dilepaskan dari teknologi, terutama internet. Berdasar pandangan dan ciri-ciri itulah dalam kontek tulisan ini generasi milenial disederhanakan sebagai generasi internet. Jika dirunut secara periodik bisa didapati tonggak sejarah seperti revolusi industri, dilanjut perkembangan teknologi infomasi melalui radio dan televisi dan juga internet, maka muncullah apa yang kemudian disebut dengan revolusi digital yang mampu melahirkan perubahan dalam berbagai *landscape* kehidupan manusia (Mas’udi, 2013).

Indonesia adalah negara dengan populasi pengguna internet yang sangat besar yang mengalami pertumbuhan sangat pesat. Sebagaimana dirilis oleh Alvara Research Center dengan tajuk *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials* disebutkan bahwa pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93.4 juta pengguna (47.9 % dari populasi) yang akan terus bertambah hingga tahun 2019 diprediksi akan mencapai 133.5 juta pengguna dan tahun 2020 mencapai 140 juta pengguna (Ali & Purwandi, 2016). Pengguna itu didominasi oleh generasi muda dengan kira-kira rentang usia 15-34 tahun.

Tahun 2010, *Pew Research Center* merilis laporan riset dengan judul *Millennials: A Portrait of Generation Next*. Berdasarkan penelitian-penelitian itu, untuk keperluan

analisis tulisan ini dengan variabel *Post-Truth* dan narasi keberislaman generasi milenial. Terdapat karakteristik generasi milenial yang dipaparkan penelitian tersebut penting dikutip di sini yaitu: *Pertama*, Milenial lebih percaya *User Generated Content* (UGC) daripada informasi searah. *Kedua*, Milenial lebih memilih ponsel dibanding TV. *Ketiga*, Millennial wajib punya media sosial. *Keempat*, Milenial kurang suka membaca secara konvensional. *Kelima*, Milenial lebih tahu teknologi dibanding orangtua mereka. *Keenam*, Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif, dan *ketujuh*, Milenial mulai banyak melakukan transaksi secara *cashless*, (Mulia, 2018).

Perkembangan teknologi informasi memang mampu membawa perubahan dan kemajuan yang luar biasa dalam berbagai dimensi hidup manusia yang patut diapresiasi, tetapi setiap zaman meliputi perkembangan dan kemajuan yang diraih selalu memiliki masalahnya sendiri yang dapat mereduksi kemanusiaan. Teknologi informasi yang berkembang dan sangat maju memang mampu membuat komunikasi mudah dijangkau dan segala informasi mudah didapat, tetapi pada saat bersamaan ada masalah besar yang mengikutinya. Setidaknya ada tiga istilah yang muncul dan dianggap masalah karena mengancam kemanusiaan di era persebaran informasi yang pesat ini yaitu: *fake news*, *hoax*, dan *hate speech*. Masalah inilah yang kemudian dikaitkan dengan fenomena baru yang viral dengan istilah *Post-Truth* (Hjarvard, 2008)

Pada tahun 2016, Oxford menjadikan kata *Post-Truth* sebagai “*Word of the Year*”. Pada tahun itu istilah *Post-Truth* penggunaannya meningkat 2000 persen dibandingkan tahun 2015, peningkatan itu banyak dikaitkan dengan dua momen politik penting di 2016, yaitu keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa (*Brexit*) dan kemenangan Donald Trump dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat karena banyaknya orang yang tidak memilih dan pernyataan-pernyataan Trump yang terkenal kontroversial (Siregar, 2019).

Post-Truth dalam kamus Oxford didefinisikan *Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief* (Berkaitan dengan atau menunjukkan keadaan di mana fakta-fakta obyektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik daripada emosi dan kepercayaan pribadi). Gejala ini terlihat jelas dalam keseharian kita, yang mana dalam menentukan pilihan atau mengambil keputusan lebih banyak mengabaikan pertimbangan rasional.

Musdah Mulia(2018) menuliskan beberapa poin penting berkaitan dengan *Post-Truth* ini yaitu: *pertama*, *Post-Truth* atau pascakebenaran mencerminkan keadaan ketika batas-batas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan kecurangan, serta fiksi dan nonfiksi menjadi kabur. Kondisi itu dapat dimanfaatkan, antara lain, oleh pihak yang memiliki tujuan pribadi. *Kedua*, era *Post-Truth* dapat disebut sebagai pergeseran sosial spesifik yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. *Ketiga*, fakta-fakta bersaing dengan *hoax* dan kebohongan untuk dipercaya publik. *Keempat*, media mainstream yang dulu dianggap salah satu sumber kebenaran harus menerima kenyataan semakin tipisnya pembatas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan penipuan, fiksi dan nonfiksi. Sedangkan menurut Johan Hasan yang dikutip oleh Faisal Riza (Riza, 2015) setidaknya terdapat tiga kondisi pada era *Post-Truth* ini yaitu: *Pertama*, pada level filosofis, berkembangnya pemikiran-pemikiran pascamodern yang menggugat obyektivitas, universalitas kebenaran, kemapanan konsep kebenaran klasik sebagai kesesuaian antara pernyataan dan kenyataan. Manusia seolah-olah dihadapkan pada banyak jenis kebenaran sehingga berkata benar, benar versi siapa.

Kedua, dukungan keberadaan teknologi yang mempermudah penciptaan teks/gambar/video, menggandakan, memanipulasi, menyunting, dan menyebarkan secara masif melalui internet. Setiap orang dapat menjadi pembuat dan penyebar berita saat ini, dan *ketiga*, pola pikir masyarakat pelaku sendiri yang ditandai budaya instan: ingin berhasil, sukses, terkenal, tampil secara mudah/cepat atau ingin segera menyelesaikan masalah yang kompleks atas perasaannya yang tidak aman, terancam, teraniaya sehingga sering kali jalan yang ditempuh adalah cara instan dengan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini proses berpikir yang ketat dan sulit pun sering diabaikan (Faisal Riza, 2015).

Kemajuan teknologi informasi yang ditandai dengan lahirnya revolusi digital ini ternyata diikuti dengan masalah serius yang berdampak pada berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam sektor keberagamaan. Generasi milenial atau dalam tulisan ini disebut generasi internet sebagai subyek generasi yang dalam mendapatkan ragam informasi bergantung pada internet sekaligus menjadikan internet sebagai sarana pokok untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan demikian menjadi generasi yang rawan

terjebak pada masalah besar dan tergerus pada fenomena *Post-Truth*. Dalam konteks keberagamaan dapat menjadi masalah besar jika pengetahuan dan pemahamannya dibentuk berdasarkan informasi tanpa diverifikasi, atau dengan kata lain jika pemahaman tersebut didapat berdasarkan *fake news, hoax, hate speech*.

Fenomena Post-Truth dan Pola Keberislaman Generasi Milenial

Obyek dalam tulisan ini adalah generasi Muslim milenial di Manado, khususnya para mahasiswa IAIN Manado. Responden rata-rata generasi kelahiran tahun 2000-an awal dan terbagi di empat fakultas. Penulis melakukan pengamatan dalam kelas mata kuliah Studi Agama-Agama, yaitu: dua kelas di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FITK), satu kelas program studi Sejarah Peradaban Islam, satu kelas Program Studi Sosiologi Agama dan satu kelas Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD), satu kelas Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dan satu kelas Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah. Selain itu, terdapat beberapa anggota organisasi mahasiswa Islam (HMI dan IMM) dari Universitas Samratulangi, STIKES Muhammadiyah Manado dan anggota PMII dan LDK IAIN Manado.

Dilihat dari latar belakang pendidikan (sekolah), mahasiswa di IAIN Manado dan anggota organisasi tersebut mayoritas berasal dari sekolah umum, sedang yang berlatar belakang pesantren sangat sedikit. Rasio antara yang dari sekolah umum dan dari pesantren hanya 1:10. Realitas ini berhubungan dengan kondisi demokrasi masyarakat Sulawesi Utara dimana umat Islam yang minoritas. Ketika para mahasiswa tersebut ditanya dari mana mereka belajar dan mendalami agama mayoritas menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman keislamannya lebih banyak didapat melalui akses internet dari pada melalui lembaga pendidikan formal/informal (Davidson & Farquhar, 2014).

Pengetahuan dan pemahaman keislamannya yang di dapat melalui internet, secara formal-simbolis, ekspresi keberagamaan mereka tampak memiliki pengetahuan yang cukup. Hanya saja ketika pengetahuan dan pemahannya diverifikasi secara lebih mendalam terlihat bahwa ekspresi tersebut tidak didukung dengan dengan dasar pengetahuan yang komprehensif. Misalnya ketika penulis bertanya alasan pada

beberapa mahasiswi yang menggunakan busana Muslimah yang sangat tertutup bahkan pakai cadar ada dari mereka yang menjawab karena terinspirasi dari ceramah ustaz yang ditontonya di Youtube, ada juga yang menjawab karena diminta oleh orang tuanya. Dengan kondisi pengetahuan, pemahaman dan ekspresi keislaman yang demikian mereka tetap merasa nyaman dan sudah cukup. Dalam penelitian Ditha Prasanti, Sri Seti Indriani (2017) kepuasan atas pemahaman yang di dapat melalui internet atau melalui media merupakan bentuk solidaritas yang dimulai dari anggapan bahwa sesama muslim saling saudara, sehingga sumber pengetahuan tidak terlalu diperhatikan betul.

Realitas itu merupan sebuah fenomena umum yang terjadi pada generasi milenial. Padahal dahulu, para penuntut ilmu agama merasa tidak sah kecuali sang penuntut mempelajari agama secara *ushuliyah* (mendasar), dari sinilah kemudian para ulama terdahulu membuat ilmu *Ushuluddin* (dasar-dasar agama). Ilmu *Ushuluddin* menitikberatkan pengkajian Islam dari sudut pandang tradisi intelektual Islam dan dari sudut pandang berbagai ilmu sosial dan kemanusiaan. Keluasan wawasan dan kedalaman materi sangat ditekankan. Analisis berpikir dibina melalui diskusi, penulisan makalah, seminar, bimbingan, dan sebagainya (Dhofier, 2011).

Dalam konteks Indonesia, infrastruktur yang dominan untuk mendalami pengetahuan agama Islam adalah pondok pesantren, Soebardi dan Johns sebagaimana dikutip Zamahsyari Dhofir memaparkan tentang pondok pesantren sebagai berikut:

“Lembaga-lembaga pesantren itulah yang paling menentukan watak keislaman kerajaan-kerajaan Islam, dan yang memegang peranan paling penting bagi penyebaran Islam sampai ke pelosok perdesaan. Dari lembaga-lembaga pesantren itulah asal usul sejumlah manuskrip tentang pengajaran Islam di Asia Tenggara, yang tersedia secara terbatas, yang dikumpulkan oleh pengembara-pengembara pertama perusahaan-perusahaan dagang Belanda dan Inggris sejak akhir abad ke-16. Untuk dapat memahami sejarah islamisasi di wilayah ini, kita harus mulai mempelajari lembaga-lembaga pesantren tersebut, karena lembaga-lembaga inilah yang menjadi anak panah penyebaran Islam di wilayah ini” (Dhofier, 2011).

Paparan tersebut bisa dipahami dengan jelas bahwa pesantren memiliki peran penting dalam proses persebaran Islam sekaligus berperan sebagai pusat transformasi pengetahuan dan pemahaman Islam. Zamahsyari Dhofier yang dikutip oleh Bamualim (Bamualim et al., 2018) menyebutkan bahwa pemahaman dan ekspresi keberislaman

yang menjadi acuan ideal masyarakat atau secara khusus para santri adalah Kyai. Adapun mendapatkan predikat sebagai ulama atau ahli agama terdapat jenjang dan tahapan terstruktur yang mesti ditempuh yang prosesnya tidak sebentar (Bamualim et al., 2018).

Seiring perkembangan zaman modern dan Indonesia sudah merdeka infrastruktur keagamaan pun mengalami perkembangan, yaitu dengan berdirinya perguruan tinggi yang secara khusus mengkaji dan berperan menghasilkan para ahli agama. Misalnya, dalam institusi Pendidikan Tinggi Islam terdapat fakultas Ushuluddin yang berusaha menghasilkan sarjana/ulama yang menguasai ilmu-ilmu pokok agama (ushuluddin) Tafsir Hadits, Aqidah Filsafat, Tasawuf, Perbandingan Agama, Sosiologi Agama, dan Pemikiran Politik Islam. Realitas ini menyerupai proses di pesantren, yaitu perguruan tinggi pun tidak mudah dan sebentar, bahkan juga biayanya tidak murah untuk mendalami ilmu ushuluddin ini. Melalui proses yang demikianlah proses mendapatkan pengetahuan dan pemahaman disertai dengan pengalaman yang memadai maka ekspresi keberisalaman pun lebih komprehensif, mendalam, holistik, dan mampu dipertanggungjawabkan baik secara akademik maupun secara sosial.

Setelah terjadi revolusi digital dengan lahirnya internet dan media informasi yang menyertainya, proses mendapatkan ragam informasi dan pengetahuan tidak lagi hanya terbatas pada infrastruktur transformasi informasi dan pengetahuan keagamaan seperti pesantren dan pendidikan tinggi agama. Segala macam informasi dan pengetahuan yang ingin diketahui dengan mudah dan cepat dapat diakses melalui internet, baik melalui situs resmi yang memang memiliki kualifikasi dan serius maupun melalui media-media sosial yang berkembang, seperti youtube, facebook, twitter, instagram dan media sosial lainnya.

Di era digital, proses keberagaman generasi milenial bukan hanya dipengaruhi oleh keluarga, lembaga pendidikan, lingkungan pertemanan dan organisasi yang diikuti, tetapi media sosial juga memberi kontribusi bagi pembelajaran dan ekspresi keberisalaman kaum muda (Syuhada, 2017). Melalui media juga seseorang bisa berbagi informasi dan pengetahuan dengan bebas. Kondisi yang demikian memberi ruang kepada siapapun untuk (lebih tepatnya dianggap ahli) dalam bidang apapun hanya dengan legitimasi jumlah pengikut, penyuka, dan pembagi konten-konten yang diunggah melalui media sosial.

Media sosial menjadi sahabat sekaligus tempat bertanya generasi milenial Muslim dalam belajar agama. Tokoh agama yang ramah digital lebih mudah untuk diterima karena mereka dapat mengakses secara mudah konten ceramah kapanpun dan dimanapun mereka berada. Penelitian dari 18 kabupaten/kota yang dilakukan *Center for The Study of Religion and Culture* (CSRC) menunjukkan bahwa kehadiran media sosial telah mereduksi peran pendidikan agama dalam keluarga, lembaga pendidikan konvensional dan organisasi keagamaan (Bamualim et al., 2018).

Dari penelitian yang dilakukan Chaider (Rakhmat, 2004a) di *Center for The Study of Religion and Culture* (CSRC) tersebut juga ditemukan bahwa setidaknya terdapat tiga persamaan pola keberagaman kaum muda muslim di Indonesia yaitu: *pertama*, keragaman latar pendidikan, afiliasi keagamaan, dan afiliasi organisasi merupakan hasil dari pengalaman yang ternyata tidak linear. *Kedua*, kaum muda Muslim yang dijumpai cenderung untuk mempertahankan sikap atau pandangan keagamaan normatifnya, dan cenderung tekstualis, literalis, meskipun mereka masih bisa terbuka untuk menerima hal-hal baru. *Ketiga*, mayoritas generasi muda Muslim menyatakan bahwa proses pembelajaran keagamaan mereka tidaklah hanya didapatkan di bangku sekolah atau kuliah, melainkan melalui internet dan media *online* lainnya, termasuk media sosial yang saat ini digandrungi oleh kaum muda.

Lahirnya revolusi digital telah memberi ruang kepada siapapun untuk menjadi atau dianggap ahli agama Islam hanya dengan modal berbagi konten-konten keagamaan. Hal tersebut dapat terjadi asalkan konten-konten yang diunggah dalam internet dianggap cocok oleh para pengakses. Pada saat itulah kesempatan untuk dianggap Ulama atau Dai sangat terbuka, sekalipun ia tidak punya latar belakang pendidikan keislaman dan pemahaman yang memadai.

Kekuatan jaringan internet di era digital ini menurut Lim dalam Rakhmat (2004b) telah diterangkan bahwa para pengguna internet dapat menyebarkan pemahaman tentang konspirasi global serata menyebarkan kepercayaan dan identitas perlawanan kepada pengguna lain. Kondisi inilah yang menjadikan setiap orang bisa berebut pengaruh melalui media sosial tanpa harus memiliki kualifikasi keilmuan yang mumpuni.

Sistem algoritma yang dalam media sosial seperti facebook mulanya digunakan untuk memudahkan pencarian dan membantu pengiklan menasar target pembelinya, justru bisa menjadi boomerang akibat adanya '*filter bubble*' yang dapat menyebabkan

para penggunanya terisolasi secara intelektual dalam dunia maya. Mengapa? Sebagai media komunikasi, facebook misalnya memiliki misi untuk membuat para penggunanya nyaman dan berlama-lama tinggal dan berinteraksi pada platform mereka. Untuk itu pandangan-pandangan yang tak sejalan dan tak sesuai dengan selera penggunanya secara otomatis tersingkir atau jarang dijumpai di beranda penggunanya dengan ‘*filter bubble*’ ini. Itu sebabnya mengapa di media sosial, para pengguna hanya sering menjumpai postingan yang sejalan dengan selera dan keyakinan pribadi, meski memiliki banyak teman dengan ragam latar belakang (Pranoto, 2018) Karena itulah kecendrungan, karakter dan kepribadian generasi internet bisa dilihat dari aktifitas dalam bermedsos.

Pada awal 1990, ketika televisi menjadi media persebaran informasi yang dominan Jalaluddin Rahmat menulis sebuah artikel menarik berjudul “Khutbah Agama Televisi”, pada waktu itu menurutnya “televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khutbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar dari pada jamaah agama manapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan, dan boleh jadi lebih banyak menggetarkan hati dan mempengaruhi bawah sadar manusia dari pada ibadah agama-agama yang pernah ada. Bila agama pernah memegang kekuasaan ekonomi, begitu pula televisi. Bisnis televisi buka saja kuat secara finansial, tetapi juga perkasa dalam mempengaruhi kegiatan-kegiatan ekonomi. ‘Infaq’ yang ditanamkan pada televisi dari pada yang dikumpulkan para pemuka agama. Iklan adalah khutbah agama televisi yang berperan bukan hanya memasarkan produk, tetapi juga megaskan bahwa konsumsi barang dapat mengatasi masalah-masalah kehidupan, mengobati kesepian, menaikkan harga diri, dan menjamin kebahagiaan keluarga”(Pranoto, 2018).

Kehadiran internet dan media sosial digital juga menjelma sebagai ‘agama baru’ bagi generasi milenial atau paling tidak mampu membentuk pola ‘keberagamaan baru’ bagi penggunanya. Dalam era digital ini legitimasi keahlian bidang agama tidak hanya didasarkan pada kualitas pemahaman dan latar belakang pendidikan keagamaan, melainkan yang tak kalah penting adalah seberapa banyak jamaah digital yang menjadi pengikut, penyuka dan penyebar ‘fatwa’ dan ‘khotbah’ yang diposting di akun media sosialnya. Oleh karena itu, bisa dimengerti ketika sebuah lembaga survey/penelitian merilis hasil survey tentang tokoh-tokoh yang dikenal dan menjadi idola generasi milenial yang muncul adalah para dai-dai seleb yang memiliki banyak panggung di televisi dan aktif bermedia sosial. Sedangkan ulama-ulama yang secara kualifikasi keilmuan mempunyai latar belakang pendidikan keagamaan mendukung berada di urutan paling belakang atau sedikit yang mengenal dan menjadikan rujukan generasi milenial dalam belajar agama.

Era *Post-Truth* dapat disebut sebagai pergeseran sosial spesifik yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. Fakta-fakta bersaing dengan *hoax* dan kebohongan untuk dipercaya publik. Media arus utama yang dulu dianggap salah satu sumber kebenaran harus menerima kenyataan semakin tipisnya pembatas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan penipuan, fiksi dan nonfiksi. Internet memang menyediakan informasi yang banyak bahkan bisa dikatakan lengkap dalam segala bidang disiplin ilmu, termasuk disiplin keagamaan. Semua buku-buku keislaman mulai dari yang klasik sampai dengan yang terbaru kini sudah bisa diakses versi digitalnya melalui internet, selain itu kita juga bisa mengakses kajian-kajian virtual yang dilakukan oleh para ulama. Belajar melalui internet tanpa dibekali literasi internet yang mumpuni akan menjebak penggunaannya pada apa yang disebut '*filter bubble*' yang mana pengguna internet akan sering menjumpai konten-konten dan informasi yang sejenis sesuai kesukaannya. Jika konten dan informasi yang sering diakses tersebut berasal dari sumber yang otoritatif tentu sangat baik. Tetapi, internet tidak hanya menyediakan informasi yang benar, melainkan apa yang disebut *hoax*, *fake news* dan *hate speech* juga berselancar bebas tanpa ada dinding pembatas dengan informasi yang benar dan otoritatif.

Akibatnya, jebakan itu menjadikan tiap pengguna terus-menerus mengonsumsi pengetahuan atau berita yang condong mendukung keyakinan dan pendapatnya semata. Lambat laun pemikiran tiap individu semakin mengerucut ke pemikirannya sendiri, sementara peluang berdialog dengan pemikiran berbeda semakin kecil (Muhtador, 2018). Jika demikian maka dalam pola keberislaman mulai dari proses mendapatkan pemahaman sampai dengan ekspresi, dalam pandangan generasi milenial terbangun bahwa yang keberislaman yang baik dan benar adalah sesuai dengan konten yang sering diakses dan tokoh yang populer di internet/medsos.

Setidaknya terdapat tiga pola generasi milenial dalam belajar dan mengekspresikan Islam melalui internet, yaitu praktis, instan, dan insidental. Praktis ketika yang dipelajari melalui internet hanya sebatas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ingin diketahui jawabannya pada saat itu. Instan, yaitu proses belajarnya tidak melalui jenjang secara sistematis. Orang yang ingin mengetahui kualitas hadis misalnya tidak harus melalui proses panjang sebagaimana tuntunan ilmu hadis, melainkan cukup tulis pertanyaan melalui google tersedia ragam jawabannya. Insidental, yaitu proses belajar dan ekspresi disesuaikan dengan insiden yang

meliputinya, jika di internet sedang viral tentang ‘minum kencing unta’ maka orang berbondong-bondong mencari jawaban tentang hal itu. Segala hal yang diunggah oleh “ustadz medsos” di laman media sosial dianggap sebuah fatwa otoritatif oleh sebagian besar para pengikutnya.

Fenomena inilah menyebabkan peran keluarga, lembaga pendidikan dan organisasi keislaman yang cenderung formal semakin berkurang dan tak disukai oleh generasi milenial. Lembaga pendidikan sebagai wadah transformasi pengetahuan digantikan oleh kehadiran media informasi digital. Dalam era *Post-Truth* setiap orang cenderung lebih menyukai dan menerima apa yang sesuai dengan perasaan tanpa peran pikiran/nalar, karenanya apabila tidak diantisipasi dengan literasi internet atau media sosial, segala ragam ekspresi dalam segala dimensi hidupnya akan cenderung praktis-emosional. Dalam konteks keberagamaan dampaknya berupa pemahaman yang tidak mondial, sehingga generasi milenial ini rawan terjebak pada arogansi religiusitas atau keberagamaan yang arogan, yaitu merasa pemahaman dirinya yang paling benar sedang di luar dirinya salah hanya karena secara emosional tidak disukai dan tidak cocok dengan pemahaman dirinya tanpa disertai pertanggungjawaban keilmuan yang memadai. Iwan Pranoto mengatakan “jika Narcissus dalam mitologi menggilai ketampanannya sendiri, Narcissus di zaman digital ini menggilai pendapatnya sendiri. Tiap manusia dapat merasa lingkungannya selalu menyepakati pendapatnya, bahkan tiap individu secara tak sengaja mengonstruksi kebenaran versinya. Dengan bertambahnya hari, individu semakin bersikeras meyakini kebenaran pendapatnya sendiri dan sekaligus menganggap bahwa di luar itu salah dan tak penting” (Bamualim et al., 2018). Fenomena *Post-Truth* ternyata mampu menjadikan ekspresi keberislaman generasi internet cenderung terpolarisasi berdasarkan emosi kelompok dan identitas karena keyakinan dan perasaan pribadi lebih dominan dalam membentuk opini publik. Pemahaman keagamaan generasi milenial yang prosesnya didapat melalui internet berbasis internet/medsos dalam hal ini menjadikan generasi ini rawan mengabaikan fakta-fakta objektif, ilmiah dan nalar argumentatif dalam mengekspresikan pemahaman keagamanya, sehingga pola keberagamaannya cenderung parsial dan emosional.

Dalam konteks keberisalaman, kehadiran internet harus dijadikan kesempatan bagi lembaga pendidikan seperti pesantren, PTAI, dan siapa saja yang memiliki kualifikasi memadai untuk menyebarkan syiar Islam secara inovatif dan kreatif melalui

media-media sosial digital yang tersedia untuk menarik generasi milenial. Proses literasi internet ini harus diperankan oleh berbagai pihak, termasuk dalam konteks keberagaman lembaga pendidikan, organisasi keagamaan dan masyarakat secara umum. Literasi internet ini harus didapatkan sejak dini dan berkelanjutan. Untuk melahirkan pemahaman dan ekspresi keberislaman yang komprehensif proses belajarnya pun harus tetap dilakukan secara serius, mendasar, mendalam. Tidak cukup hanya dengan mengakses secara instan melalui internet. Jika ketiga poin ini bisa dijalankan, maka fenomena *Post-Truth* yang menggejala dan melanda generasi milenial setidaknya bisa diantisipasi atau diminimalisir sehingga pola keberislaman yang diekspresikan pun tidak parsial dan emosional.

Simpulan

Terdapat setidaknya tiga poin penting yang mesti menjadi perhatian: *Pertama*, kemajuan teknologi informasi yang tersebar secara digital melalui internet merupakan realitas zaman yang telah banyak membawa banyak kemajuan dan kemudahan bagi peradaban. *Kedua*, kehadiran informasi yang melimpah mengharuskan adanya literasi internet yang memadai untuk menguatkan kemampuan berpikir logis dan kritis agar generasi milenial mampu membedakan informasi benar dan salah, tidak terjebak pada sesat pikir dan mampu mengambil keputusan secara benar, tidak emosional. *Ketiga*, harus dipahami bahwa internet hanya melahirkan koneksi, bukan relasi. Karena itu, harus diimbangi dengan relasi riil. Dalam konteks keberislaman, semudah dan semelimpah apapun informasi keagamaan yang tersedia di internet tidak bisa mengabaikan proses belajar yang dibarengi dengan pengalaman riil.

Referensi

- A., H., & Campbell. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1).
- Ali, H., & Purwandi, L. (2016a). *2020: The Urban Middle-Class Millennials*. Jakarta Selatan: PT Alvara Strategi Indonesia.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2016b). *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials*. Jakarta: ALVARA STRATEGI INDONESIA.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bamualim, C. S., Latief, H., & Abubakar, I. (2018). *Kaum Muda Muslim Milenial : Konservatisme , Hibridasi Identitas , dan Tantangan Radikalisme*. Yogyakarta: Center for Religious and Cross-cultural Studies.
- Davidson, T., & Farquhar, L. K. (2014). Correlates of Social Anxiety, Religion, and Facebook. *Journal of Media and Religion*, 13(4), 208–225.
<https://doi.org/10.1080/15348423.2014.971566>
- Davies. (2015). *European Parliamentary Research Service*. London: European Parliamentary Research Service.
- Dhofier, Z. (2011). *Tradisi Pesantren Studi Pandangan Hidup Kyai dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Hasan, J. (2018, April). Era Pasca Kebenaran di Indonesia. *Kompas*.
- Hjarvard, S. (2008). Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. In *The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change*. New York: American Press.
- Iqbal, A. M. (2013). Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia. *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*, II(2).
- Jinan, M. (2012). New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 10(1), 181–208.
- Kaelan. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma.
- Mannheim, K. (1936). *Ideology and Utopia: an Introduction to the Sociology of Knowledge*. (L. Wirth & E. Shils, Ed.). New York: A Harvest Book.
- Mas'udi. (2013). Peran Media dalam Membentuk Sosio-Kultural Agama masyarakat (Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Jurnalistik). *Al Tabsyir*, 1(Komunikasi Penyiaran Islam).

- Mojo. (2018). Dari Generasi ke Generasi.
- Muhtador, M. (2018). Studi Kritis atas Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial. *Fikrah*, 6(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/fikrah.v6i2.2765>
- Mulia, M. (2018). *Identitas dan Globalisasi, Menakar Kesadaran Budaya, politik, ekonomi, dan Teknologi Masyarakat*. Salatiga.
- Muzayanah, U. (2018). Trend Beragama Remaja Era Milenial: Analisis Perilaku Siswa SMA di Jawa Tengah. *Fikrah2*, 6(2).
- Pranoto, I. (2018). Sahaja Berpengetahuan. *Kompas*.
- Prasanti, D., & Seti Indriani, S. (2017). Social Interaction of Membership Let's Hijrah Community in Line Social Media. *JURNAL THE MESSENGER*, 9(2143–152).
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset. *Jurnal Teknik Industri Undip, Volume 13*.
- Putra, Y. S. (2016). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti, Vol. 9 No.*
- Rakhmat, J. (2004a). *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Rakhmat, J. (2004b). *Islam Alternatif*. Bandung: Mizan.
- Riza, F. (2015, Januari). Dari Ushuluddin ke Download-din. *Harian Waspada*.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Simangunsong, B. A. (2016). Interaksi Antar Manusia Mengenai Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan. *Aspikom : Jurnal 3 (1)*, *Jurnal ASPIKOM*, 3(1).
- Siregar, R. J. (2019). *Analisis Kemenangan Donald Trump Dalam Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2016 (Figur Politik Donald Trump)*. Universitas Sumatera Utara.
- Syuhada, K. D. (2017). Etika Media di Era “Post-Truth.” *Jurnal Komunikasi Indonesia, v nomer 1*(Etika Media di Era “Post-Truth).
- Toffler, A. (1988). *Kejutan dan Gelombang*. Yogyakarta: Terbitan Pantja Simpati.
- Ulya. (2018). Post-Truth, Hoax, dan Religiusitas di Media Sosial. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, 6(2).
- Wahyuni, D. (2017). Agama sebagai Media dan Media sebagai Agama. *Jurnal Ilmu Agama*, 2(1), 83–91.

Halaman ini bukan sengaja untuk dikosongkan