



Pembangunan Identitas Keagamaan dalam Ruang Digital (Studi Kasus tentang Kristen Cabang Muhammadiyah di Media Sosial)

Abdul Rahman Matondang^{1*}, Tuti Restilia Dalimunthe², Maryam Khodimatullah³

*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

*email: arrahman3005223001@uinsu.ac.id¹,
tutirestilia3005213001@uinsu.ac.id², maryam3005223009@uinsu.ac.id³

ABSTRACT

This research aims to understand the development of the religious identity of Kristen Cabang Muhammadiyah on social media. The method used is a qualitative approach with Twitter social media analysis. The research findings indicate that social media plays a significant role in the construction of religious identity in the digital era. Through social media, individuals and religious groups can interact, share information, and strengthen their religious identity. Strategies for developing religious identity on social media include disseminating relevant content, building online communities, collaborating with religious figures, promoting engagement in offline activities, and strengthening solidarity among religious followers. Social media content analysis shows that the response to Kristen Cabang Muhammadiyah is still limited and does not indicate a sustained discussion trend. The impact of social media activities on religious identity includes increasing awareness, expanding message reach, building communities, and enhancing public understanding. This research provides valuable insights for understanding the dynamics of religious identity in the digital space and the relationship between religions in Indonesia and the influence of social media on them.

Keywords: Kristen Muhammadiyah, Digital Space, Identity Development

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pembangunan identitas keagamaan Kristen Cabang Muhammadiyah di media sosial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis media sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pembangunan identitas keagamaan di era digital. Melalui media sosial, individu dan kelompok keagamaan dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan memperkuat identitas keagamaan mereka. Strategi pengembangan identitas keagamaan di media sosial mencakup menyebarkan konten relevan, membangun komunitas online, kolaborasi dengan tokoh keagamaan, mempromosikan keterlibatan dalam kegiatan offline, dan memperkuat solidaritas antar pemeluk agama. Analisis konten media sosial menunjukkan bahwa tanggapan terhadap Kristen Cabang Muhammadiyah masih terbatas dan tidak menunjukkan tren pembahasan yang berkelanjutan. Dampak aktivitas di media sosial terhadap identitas keagamaan termasuk meningkatkan kesadaran, memperluas jangkauan pesan, membangun komunitas, dan meningkatkan pemahaman publik. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemahaman tentang dinamika identitas keagamaan di ruang digital dan hubungan antara agama-agama di Indonesia dengan pengaruh media sosial terhadapnya.

Kata Kunci: Kristen Muhammadiyah, Ruang Digital, Pembangunan Identitas

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang memiliki berbagai keberagaman, seperti halnya keberagaman agama dan budaya. Pemerintah Indonesia mengakui bahwa terdapat enam agama yang ada yaitu Islam, Protestantisme, Katolisisme, Hinduisme, Buddhisme dan Konghucu(Hefni, 2020). Keberagaman budaya merupakan kekayaan bangsa Indonesia. Keberagaman budaya dapat diamati dari bentuk-bentuk kebudayaan khususnya seperti adat istiadat, rumah adat, upacara adat, tarian daerah dan alat musik daerah.Toleransi merupakan suatu sikap atau perilaku manusia yang tidak menyimpang dari aturan dimana seseorang menghargai atau menghormati setiap tindakan yang orang lain lakukan. Toleransi juga dapat dikatakan sebagai sikap atau perilaku yang menerima dan menghargai suatu perbedaan agama dan budaya yang ada di wilayah mereka(Ferguson et al., 2021; Hasanah, 2017; Rusli, 2022). Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat terwujud dengan adanya sikap dan perilaku toleran masyarakat(Masur et al., 2021).

Dengan adanya berbagai keberagaman agama yang ada dengan begitu kerukunan umat beragama merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai kesejahteraan hidup di negeri ini (Kurniawan, 2021). Kebebasan dalam beragama dijamin dalam UUD 1945 pasal 29 yang menyatakan bahwa Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa dan Negara Menjamin Kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Walaupun mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Namun perbedaan ini tidak menjadikan alasan untuk berpecah belah, kita harus menjaga kerukunan umat beragama di Indonesia agar Negara ini tetap menjadi satu kesatuan yang utuh (Masur et al., 2021). Dengan adanya toleransi antar umat beragama dengan begitu sikap manusia sebagai umat beragama dan mempunyai keyakinan, untuk menghormati dan menghargai manusia yang beragama lain.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Agarwal & Jones, 2022). Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada (Schäfer, 2019).

"Pembangunan Identitas Keagamaan dalam Ruang Digital: Studi Kasus tentang Kristen Cabang Muhammadiyah di Media Sosial" mencakup beberapa aspek yang relevan. Dalam konteks ini, ada perkembangan yang signifikan dalam penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan interaksi di era digital. Media sosial memberikan platform yang luas bagi individu dan kelompok untuk berbagi ide, gagasan, dan keyakinan mereka, termasuk identitas keagamaan.

Di Indonesia, terdapat berbagai kelompok keagamaan yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan dan memperkuat identitas keagamaan mereka (Rusli, 2022). Salah satu contoh yang menarik untuk diteliti adalah kelompok Kristen Cabang Muhammadiyah. Kelompok ini memiliki identitas keagamaan Kristen, tetapi juga memiliki afiliasi dengan organisasi keislaman Muhammadiyah.

Munculnya fenomena kristen muhammadiyah atau krismuha sebagai identitas keagamaan serta aliran baru yang menggabungkan antara kristen-muhammadiyah (Wekke & Sekolah, 2019). Abdul Mu'ti dalam status twiternya "mereka bukan anggota muhammadiyah, mereka tetap sebagai pemeluk agama kristen/katolik yang teguh menjalankan ajaran agamanya, kristen muhammadiyah bukanlah penggabungan agama tetapi mereka bersimpati dan memiliki kedekatan dengan muhammadiyah.

Penelitian tentang pembangunan identitas keagamaan Kristen Cabang Muhammadiyah di media sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kelompok ini menggunakan platform tersebut untuk berinteraksi dengan anggota kelompok mereka sendiri, dengan kelompok lain di dalam agama Kristen, dan dengan komunitas Muhammadiyah yang lebih luas. Hal ini juga bisa menyoroti bagaimana identitas keagamaan dapat berubah atau berkembang dalam ruang digital.

Studi kasus ini melibatkan pengamatan terhadap aktivitas media sosial kelompok Kristen Cabang Muhammadiyah, termasuk postingan, diskusi, dan interaksi dengan pengguna lainnya. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif dapat digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data, seperti melalui observasi, wawancara, survei, atau analisis teks (Kurniawan, 2021).

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kelompok keagamaan membangun identitas mereka di ruang digital, bagaimana interaksi dengan komunitas lain mempengaruhi identitas keagamaan mereka, dan bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mengembangkan identitas keagamaan di era digital.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para peneliti, praktisi, dan pihak terkait dalam memahami dinamika identitas keagamaan dalam konteks digital, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih luas tentang hubungan antara agama-agama di Indonesia dan pengaruh media sosial terhadapnya.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis media sosial Twitter terkait fenomena Kristen Muhammadiyah. Pendekatan ini dipilih dengan urgensi yang signifikan karena beberapa alasan berikut. Pertama, media sosial Twitter menjadi platform yang penting dalam memahami interaksi dan percakapan yang terjadi terkait fenomena Kristen Muhammadiyah. Dalam konteks penelitian ini, Twitter dapat memberikan wawasan tentang bagaimana anggota Kristen Cabang Muhammadiyah berinteraksi, berbagi informasi, dan mempengaruhi persepsi publik terkait agama mereka. Dengan menganalisis data media sosial ini secara kualitatif, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi dan peran Kristen Muhammadiyah dalam ruang digital.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan respon dari netizen Twitter terkait fenomena Kristen Muhammadiyah. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pengguna Twitter merespons fenomena ini dan bagaimana percakapan serta opini berkembang di platform tersebut.

Dalam analisis data ini, peneliti menggunakan aplikasi Netlytic untuk mengolah data yang dikumpulkan dari respon netizen Twitter terkait fenomena Kristen Muhammadiyah. Netlytic adalah sebuah aplikasi analisis media sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis data dari platform-platform media sosial, termasuk Twitter (Mills, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial dalam Pembangunan Identitas Keagamaan

Media sosial memainkan peran yang signifikan dalam pembangunan identitas keagamaan di era digital. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi wadah bagi individu dan komunitas untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengungkapkan identitas keagamaan mereka. Melalui media sosial, individu dapat menjalin hubungan dengan sesama pemeluk agama, memperkuat keyakinan mereka, dan memperluas jaringan komunitas keagamaan.

Salah satu peran penting media sosial dalam pembangunan identitas keagamaan adalah sebagai platform untuk berbagi pengetahuan, pemikiran, dan pengalaman keagamaan. Pengguna media sosial dapat memanfaatkan

fitur seperti postingan, video, dan blog untuk menyampaikan pemahaman mereka tentang agama, mengungkapkan pemikiran teologis, atau berbagi cerita inspiratif seputar keyakinan mereka. Ini memungkinkan individu untuk memperkuat identitas keagamaan mereka dan membantu membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang agama di kalangan pengguna lain.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan individu untuk terlibat dalam diskusi dan dialog keagamaan yang melintasi batas geografis dan sosial. Melalui grup, forum, atau tagar yang terkait dengan agama tertentu, pengguna dapat berpartisipasi dalam percakapan tentang keyakinan, praktik keagamaan, dan isu-isu yang relevan dengan agama mereka. Hal ini menciptakan ruang virtual yang inklusif untuk berinteraksi dengan individu dari berbagai latar belakang keagamaan, memperluas perspektif, dan memperdalam pemahaman tentang identitas keagamaan mereka.

Selanjutnya, media sosial juga memfasilitasi kolaborasi dan aktivisme keagamaan. Individu dan kelompok keagamaan dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan pesan, mengorganisir acara, dan menggalang dukungan terkait isu-isu sosial dan moral yang berkaitan dengan agama mereka. Aktivisme keagamaan melalui media sosial dapat memberikan ruang untuk memperjuangkan nilai-nilai keagamaan, berkontribusi dalam pembangunan masyarakat, dan mengampanyekan perubahan positif yang sesuai dengan ajaran agama mereka.

Terakhir, media sosial memainkan peran penting dalam membangun solidaritas dan dukungan antar pemeluk agama. Melalui media sosial, individu dapat menemukan kelompok dan komunitas yang sejalan dengan identitas keagamaan mereka, baik dalam lingkup lokal maupun global. Ini memberikan kesempatan untuk saling mendukung, berbagi pengalaman, dan merayakan keanekaragaman keagamaan. Dengan adanya media sosial, individu dapat merasa lebih terhubung dan didukung dalam menjalani kehidupan keagamaan mereka.

Secara khusus, peran utama media sosial dalam pembangunan identitas Kemuhammadiyah adalah sebagai alat untuk menyebarkan ajaran dan pemikiran Muhammadiyah. Anggota Muhammadiyah dapat menggunakan platform media sosial untuk membagikan pandangan keagamaan, pendapat, dan pemahaman mereka tentang ajaran Islam yang diajarkan oleh organisasi ini. Hal ini membantu memperkuat identitas keagamaan mereka sebagai anggota Kemuhammadiyah dan membangun

pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Muhammadiyah di kalangan pengguna media sosial lainnya.

Selain itu, media sosial juga memberikan ruang bagi anggota Kemuhammadiyah untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan sesama anggota dan simpatisan. Grup, halaman, atau tagar terkait dengan Muhammadiyah memungkinkan anggota untuk terhubung, saling mendukung, dan berdiskusi tentang isu-isu keagamaan, pendidikan, sosial, dan lainnya yang relevan dengan gerakan Muhammadiyah. Media sosial menciptakan kesempatan bagi anggota Kemuhammadiyah untuk memperdalam pemahaman mereka tentang identitas dan peran gerakan ini dalam konteks masyarakat yang lebih luas.

Selanjutnya, media sosial juga menjadi wadah untuk melibatkan anggota Kemuhammadiyah dalam kegiatan sosial, pendidikan, dan dakwah (Khosyatillah, 2018). Dalam lingkungan digital, anggota dapat menggunakan media sosial untuk mengorganisir acara, kampanye, dan kegiatan sosial yang sejalan dengan nilai-nilai Muhammadiyah. Media sosial memungkinkan anggota Kemuhammadiyah untuk menyebarkan pesan, mengajak partisipasi, dan menggerakkan aksi positif dalam rangka mewujudkan visi dan misi gerakan Muhammadiyah.

Terakhir, media sosial memainkan peran penting dalam membangun solidaritas dan jaringan antar anggota Kemuhammadiyah. Melalui media sosial, anggota dapat saling berbagi inspirasi, dukungan, dan pengalaman keagamaan. Platform media sosial memfasilitasi pertukaran informasi, pembaruan aktivitas, serta memungkinkan anggota Kemuhammadiyah untuk saling terhubung dan berinteraksi dengan cara yang cepat dan mudah. Secara keseluruhan, media sosial memiliki peran yang penting dalam pembangunan identitas Kemuhammadiyah dengan memfasilitasi penyebaran ajaran, interaksi antar anggota, partisipasi dalam kegiatan sosial dan pendidikan, serta memperkuat solidaritas di antara mereka

Strategi Pengembangan Identitas Keagamaan di Media Sosial

Strategi pengembangan identitas keagamaan di media sosial merupakan upaya yang penting dalam memperkuat dan memperluas pengaruh keagamaan dalam konteks digital. Dalam pengembangan identitas keagamaan di media sosial, terdapat beberapa pendekatan dan strategi yang dapat diterapkan.

Pertama, strategi yang dapat digunakan adalah menyebarkan konten yang relevan dan bernilai secara reguler. Hal ini meliputi berbagi kutipan

agama, ayat suci, cerita keagamaan, pemikiran teologis, dan praktik keagamaan sehari-hari. Dengan menyebarkan konten-konten ini, pengguna media sosial dapat memperkuat identitas keagamaan mereka dan menginspirasi pengguna lainnya untuk mempertimbangkan aspek-aspek keagamaan dalam kehidupan mereka.

Kedua, membangun komunitas online yang aktif dan terlibat merupakan strategi lainnya. Melalui grup atau halaman media sosial yang khusus dibuat untuk pengikut atau pemeluk agama tertentu, individu dapat berinteraksi dengan sesama anggota komunitas yang memiliki identitas keagamaan serupa. Diskusi, tanya jawab, dan berbagi pengalaman keagamaan di dalam komunitas ini memperkuat solidaritas dan mendukung perkembangan identitas keagamaan.

Selanjutnya, strategi pengembangan identitas keagamaan di media sosial juga dapat melibatkan kolaborasi dengan tokoh atau influencer keagamaan. Kolaborasi ini dapat berupa wawancara, diskusi, atau pengajian yang disiarkan langsung melalui media sosial. Keterlibatan tokoh atau influencer keagamaan yang terpercaya dan berpengaruh dapat memberikan dorongan dan inspirasi kepada pengguna media sosial lainnya untuk mengembangkan identitas keagamaan mereka.

Selain itu, mempromosikan keterlibatan dalam kegiatan keagamaan offline juga merupakan strategi yang efektif. Pengguna media sosial dapat mengajak dan menginformasikan pengikutnya tentang kegiatan keagamaan seperti seminar, kajian, ibadah, atau kegiatan sosial yang terkait dengan agama. Melalui pengembangan identitas keagamaan secara offline, individu dapat merasakan pengalaman yang lebih dalam dan autentik, yang kemudian dapat dibagikan di media sosial untuk memperkuat identitas keagamaan mereka dan menginspirasi orang lain.

Strategi Muhammadiyah dalam membangun identitas keagamaan di media sosial adalah langkah yang penting untuk memperkuat pengaruh gerakan ini dalam konteks digital. Berikut ini adalah deskripsi strategi-strategi tersebut:

Muhammadiyah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh gerakan ini. Konten-konten yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan, sosial, dan isu-isu keagamaan yang relevan dibagikan secara konsisten untuk memperkuat identitas Muhammadiyah di kalangan pengguna media sosial.

Muhammadiyah juga membangun komunitas online yang solid melalui grup atau halaman media sosial yang khusus ditujukan untuk anggota atau simpatisan gerakan ini. Komunitas online ini menjadi tempat bagi anggota untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan memperdalam pemahaman tentang ajaran dan nilai-nilai Muhammadiyah. Melalui komunikasi yang aktif, komunitas ini memperkuat identitas keagamaan dan solidaritas antar anggota.

Gerakan Muhammadiyah memanfaatkan konten visual dan multimedia dalam menyampaikan pesan-pesannya. Mereka membuat video, gambar infografis, atau meme yang menarik untuk mengomunikasikan nilai-nilai dan ajaran Muhammadiyah secara kreatif dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial.

Muhammadiyah juga melibatkan tokoh atau influencer yang memiliki pengaruh di media sosial untuk membantu memperluas jangkauan pesan mereka. Kolaborasi dengan mereka dalam diskusi, wawancara, atau konten yang relevan membantu pesan dan nilai-nilai Muhammadiyah mencapai audiens yang lebih luas dan membangun identitas keagamaan yang kuat.

Muhammadiyah juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kegiatan offline, seperti seminar, kajian, atau acara keagamaan. Dengan menginformasikan dan membagikan informasi tentang kegiatan ini di media sosial, Muhammadiyah membangun identitas keagamaan dan mendapatkan partisipasi lebih luas dari masyarakat. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Muhammadiyah membangun identitas keagamaan yang kuat di media sosial, memperluas jangkauan pesan dan nilai-nilai gerakan ini, serta membangun komunitas yang solid dan berinteraksi aktif.

Analisis Konten Media Sosial

Berdasarkan hasil analisis menggunakan aplikasi netlytic diperoleh 2500 tweet yang berkaitan dengan Kristen Muhammadiyah dimulai dari tanggal 14 Juni Maret hingga 18 Juni 2023. Hal ini dapat dilihat dari grafik berikut ini:

Gambar 1. Grafik Trend Isu Kristen Muhammadiyah



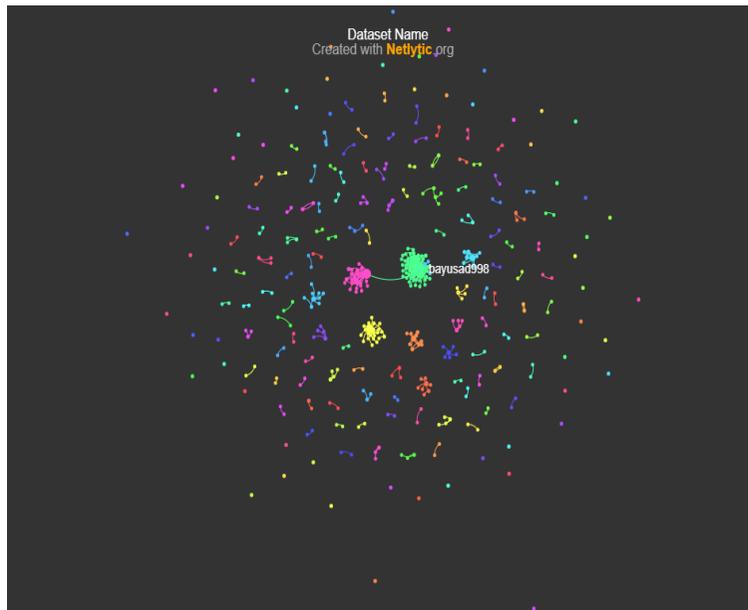
Sumber : Analisis Netlytic

Berdasarkan grafik di atas terlihat bahwa terlihat bahwa isu Kristen Muhammadiyah memiliki tingkat keviralan yang relatif rendah dibandingkan dengan isu lain yang dibahas di media sosial. Terdapat puncak pembahasan pada tanggal 15 Juni 2023 terkait isu Childfree dengan jumlah tweet mencapai 1044.

Dalam periode satu minggu, terlihat bahwa grafik tweet cenderung menurun, menunjukkan bahwa isu Kristen Muhammadiyah tidak menjadi isu yang mendominasi pembahasan netizen dalam jangka waktu tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa isu Kristen Muhammadiyah belum menjadi isu yang terus-menerus dibahas secara intensif oleh netizen di media sosial.

Dalam konteks ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat keviralan dan ketertarikan netizen terhadap isu Kristen Muhammadiyah masih terbatas dan tidak menunjukkan tren pembahasan yang berkelanjutan. Meskipun terdapat beberapa respons terhadap isu tersebut, namun isu ini tidak sepenuhnya mendapatkan perhatian yang signifikan dalam jangka waktu yang lama di kalangan netizen.

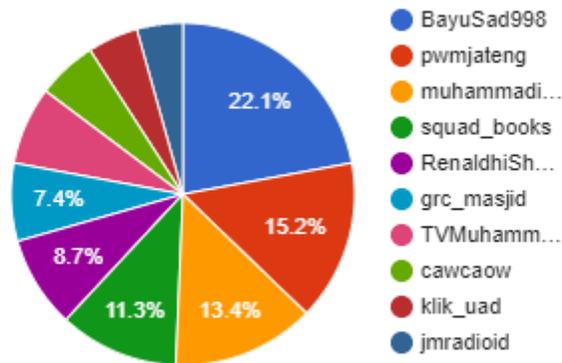
Gambar 2. Sebaran Tweets Terkait Isu Kristen Muhammadiyah



Sumber : Analisis Netlytic

Selanjutnya dilihat lebih dalam terkait sebaran tweet terkait Kristen Muhammadiyah di Media Sosial Tweeter terlihat bahwa sebaran tweet sebagian besar terlihat terpisah. Hanya ada beberapa tweet seperti @bayusad998 dan @pwmjateng yang kemudian memiliki jumlah singgungan tweet. Sebegini besar tweet terkait Kristen Muhammadiyah berdiri sendiri. Kondisi ini menggambarkan bahwa opini terkait Kristen muhammadiyah sendiri belum cukup kuat menjadi bahan perbincangan. Mayoritas respon masih berupa argumentasi pribadi yang bukan merupakan respon dari tweet lain. Hal ini diperkuat dari gambar berikut ini :

Gambar 3. Sebaran Kata Kunci Terbanyak Dalam Tweets Isu Kristen Muhammadiyah



Sumber : Analisis Netlytic

Pada gambar di atas terlihat 10 akun yang paling sering muncul dalam setiap argumentasi netizen Tweeter. Akun paling sering mentweets terkait Kristen Muhammadiyah adalah @bayusad998 sebanyak 22,1%,@pwmjateng sebanyak 15,2%, @Muhammadiyah 13,4% dan @squad_books sebanyak 11,3%. Untuk itu penting melihat terkait gambaran tweets yang tersebar dari keempat akun tersebut.

Tabel 1. Tweet Netizen Terkait Fenomena Childfree

No	User	Tweets
1	@bayusadd998	Gejala bangga dengan Kristen Muhammadiyah bermakna tidak menggubris ayat suci, bangga dengan kiprah yang sangat dikecam ayat. Dulù Muhammadiyah memurnikan tauhid, tapi kini justu ada gejala yang menjurus kearah sebaliknya

2	@pwmjateng	respon negatif yang dituai dari istilah Krismuha beberapa waktu lalu disebabkan karena masyarakat belum membaca secara utuh buku Kristen Muhammadiyah.
3	@muhammadiyah	mahasiswa nonmuslim di kampus Muhammadiyah berbagi pengalaman selama masa studi. Dari ikut belajar Al-Islam sampai mendirikan UKM Kristen.
4	@squad_books	Kristen Muhammadiyah adalah orang Kristen/Katolik yang dekat dan paham dengan Muhammadiyah. Mereka tetap taat beragama Kristen, tapi mereka begitu cinta dengan @muhammadiyah .

Sumber : Analisis Netlytic

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa netizen Tweeter memiliki dua arus tanggapan terkait fenomena Kristen muhammadiyah. Disatu sisi memiliki argumentasi bahwa muhammadiyah yang telah salah langkah dalam melahirkan Kristen muhammadiyah, dan argumentasi bahwa Kristen muhammadiyah adalah entitas menarik dimana seorang yang tidak muslim namun bisa mencintai dan paham tentang kemuhammadiyah.

Tweet pertama dari pengguna @bayusadd998 menunjukkan adanya gejala bangga terhadap Kristen Muhammadiyah yang menurutnya tidak menghiraukan ayat suci dan kiprah yang dikritik oleh ayat-ayat. Hal ini menggambarkan perhatian terhadap kemungkinan pergeseran pemahaman dan pandangan terhadap identitas keagamaan Muhammadiyah melalui fenomena Kristen Muhammadiyah.

Tweet kedua dari akun @pwmjateng menyebutkan bahwa respons negatif terhadap istilah "Krismuha" pada waktu yang lalu mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat terhadap buku Kristen Muhammadiyah secara keseluruhan. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa aktivitas di media sosial mempengaruhi persepsi dan tanggapan masyarakat

terhadap identitas Kristen Muhammadiyah dalam lingkungan Muhammadiyah.

Tweet ketiga dari akun @muhammadiyah menunjukkan bahwa mahasiswa nonmuslim di kampus Muhammadiyah berbagi pengalaman mereka selama masa studi, termasuk ikut belajar Al-Islam dan mendirikan UKM Kristen. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas di media sosial dapat memperkuat pemahaman dan penerimaan terhadap identitas Kristen Muhammadiyah di lingkungan Muhammadiyah.

Tweet terakhir dari akun @squad_books menunjukkan bahwa Kristen Muhammadiyah adalah orang Kristen/Katolik yang dekat dan memahami Muhammadiyah, namun tetap taat beragama Kristen dan memiliki rasa cinta terhadap Muhammadiyah. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas di media sosial dapat membangun hubungan dan dukungan antara individu Kristen dan Muhammadiyah, serta mengokohkan identitas Kristen Muhammadiyah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas di media sosial berdampak pada respons dan persepsi masyarakat terhadap identitas Kristen Muhammadiyah dalam konteks Muhammadiyah. Analisis ini menunjukkan beragam tanggapan yang mencerminkan pengaruh media sosial terhadap pemahaman, persepsi, dan hubungan antara Kristen Muhammadiyah dan Muhammadiyah secara keseluruhan.

Dampak Aktivitas di Media Sosial terhadap Identitas Keagamaan

Aktivitas di media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan identitas keagamaan. Melalui media sosial, individu dan kelompok keagamaan dapat memperluas jangkauan pesan dan nilai-nilai keagamaan mereka, menciptakan komunitas online yang solid, dan meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat tentang identitas keagamaan tersebut (Imanina & Akhyar, 2019).

Pertama, media sosial memungkinkan individu untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cepat dan mudah kepada audiens yang lebih luas. Konten-konten seperti kutipan agama, ceramah, dan pemikiran keagamaan dapat diunggah dan dibagikan dengan mudah, memperkuat identitas keagamaan serta membangun kesadaran dan pemahaman yang lebih baik tentang agama yang dianut. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi terbentuknya komunitas online yang berbagi keyakinan dan nilai-nilai keagamaan, di mana anggota dapat saling mendukung, berinteraksi, dan berbagi pengalaman keagamaan mereka.

Kedua, aktivitas di media sosial juga dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu keagamaan dan memperluas jangkauan gerakan keagamaan. Diskusi, kampanye, dan kegiatan keagamaan yang dipromosikan melalui media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang sebelumnya mungkin tidak terlibat atau memiliki pemahaman yang terbatas tentang identitas keagamaan tersebut. Dengan demikian, media sosial memiliki potensi besar untuk membentuk pandangan dan persepsi masyarakat terhadap identitas keagamaan serta mendorong partisipasi dan dukungan yang lebih luas dalam kegiatan keagamaan.

Dengan memanfaatkan potensi media sosial secara efektif, individu dan kelompok keagamaan dapat memperkuat identitas keagamaan mereka, membangun komunitas online yang solid, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman publik tentang isu-isu keagamaan yang relevan. Namun, penting juga untuk menjaga penggunaan media sosial dengan bijak, menghindari konflik dan kontroversi yang merugikan, serta memastikan bahwa aktivitas di media sosial konsisten dengan nilai-nilai keagamaan yang dijunjung tinggi.

Aktivitas di media sosial memperkuat identitas keagamaan Muhammadiyah dengan menyebarkan pesan-pesan dan nilai-nilai gerakan ini. Media sosial menjadi wadah untuk menyampaikan pemahaman Muhammadiyah tentang isu Kristen Muhammadiyah, seperti toleransi agama, keberagaman, dan perspektif Islam moderat. Melalui konten yang dibagikan, identitas Muhammadiyah diperkuat dan menjadi lebih dikenal di kalangan pengguna media sosial.

Media sosial juga meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang Kristen Muhammadiyah. Informasi tentang fenomena ini dapat dengan mudah disebarkan dan diakses oleh pengguna media sosial. Aktivitas di media sosial mempromosikan diskusi, berbagi pengetahuan, dan mengedukasi pengguna tentang Kristen Muhammadiyah. Hal ini berdampak pada peningkatan pemahaman dan penghargaan terhadap identitas keagamaan Muhammadiyah.

Dalam konteks media sosial, Muhammadiyah dapat memperluas jaringan dan mendapatkan dukungan dari komunitas yang memiliki minat serupa terkait Kristen Muhammadiyah. Aktivitas di media sosial memungkinkan Muhammadiyah untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan individu dan komunitas yang memiliki ketertarikan pada isu ini.

Dengan memperluas jaringan dan mendapatkan dukungan, identitas keagamaan Muhammadiyah semakin terstabilkan.

Namun, aktivitas di media sosial juga dapat menimbulkan tantangan dan kontroversi terkait identitas Muhammadiyah dalam kasus Kristen Muhammadiyah. Isu-isu sensitif dan perbedaan pendapat dapat muncul di media sosial, yang dapat mempengaruhi persepsi dan citra gerakan ini. Muhammadiyah perlu menghadapi tantangan ini dengan bijak, dengan menjaga komunikasi yang baik, memberikan klarifikasi, dan menyampaikan pesan secara tepat guna untuk menjaga identitas keagamaan Muhammadiyah dengan baik.

PENUTUP

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah Peran media sosial dalam pembangunan identitas keagamaan Kristen Cabang Muhammadiyah sangat signifikan. Media sosial mampu memframing Kristen Muhammadiyah menjadi dua garis lurus yang tak saling bersinggungan, namun fakta menunjukkan tren pembahasan Kristen Muhammadiyah semakin menurun di media sosial, yang menunjukkan tidak ada ruang keagamaan yang sangat terusik dari hadirnya istilah tersebut.

Dalam upaya membangun identitas keagamaan Kristen Cabang Muhammadiyah melalui media sosial, beberapa saran yang dapat diikuti adalah menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat, seperti pemahaman agama, kutipan inspiratif, renungan, dan artikel tentang isu-isu keagamaan yang sesuai dengan pandangan Kristen Cabang Muhammadiyah. Interaksi aktif dengan pengikut juga penting, dengan merespons komentar, menjawab pertanyaan, dan memberikan dukungan kepada mereka. Selain itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk mengedukasi pengikut tentang nilai-nilai Muhammadiyah yang menjadi landasan ajaran agama mereka, termasuk sejarah, prinsip-prinsip, dan kontribusi Muhammadiyah dalam konteks Kristen Cabang Muhammadiyah. Melalui langkah-langkah ini, identitas keagamaan Kristen Cabang Muhammadiyah dapat diperkuat dan pemahaman yang lebih baik dapat dipromosikan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Agarwal, R., & Jones, W. J. (2022). Social Media's Role in the Changing Religious Landscape of Contemporary Bangkok. *Religions*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/rel13050421>

- Ferguson, J., Ecklund, E. H., & Rothschild, C. (2021). Navigating religion online: Jewish and muslim responses to social media. *Religions*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/rel12040258>
- Hasanah, A. N. (2017). Transformasi Gerakan Sosial di Ruang Digital. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(6).
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i1.182>
- Imanina, R., & Akhyar, M. (2019). Gambaran Pembentukan Identitas Agama pada Religious Disbeliever Usia Emerging Adult. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 9(01), 18–38. <https://doi.org/10.35814/mindset.v9i01.723>
- Khosyatillah, A. (2018). Dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan: studi kasus 7 mahasiswa jurusan studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam. In *Skripsi: Vol.* <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/25022>
- Kurniawan, R. A. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Sosial. *Lambung Mangkurat*, Vol.5(No.1).
- Masur, P. K., DiFranzo, D., & Bazarova, N. N. (2021). Behavioral contagion on social media: Effects of social norms, design interventions, and critical media literacy on self-disclosure. *PLoS ONE*, 16(7 July), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254670>
- Mills, K. A. (2019). Big data for qualitative research. In *Big Data for Qualitative Research*. <https://doi.org/10.4324/9780429056413>
- Rusli, N. (2022). Understanding Indonesia millennial Ulama online knowledge acquisition and use in daily fatwa making habits. *Education and Information Technologies*, 27(3), 4117–4140. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10779-7>
- Schäfer, S. (2019). Democratic decline in Indonesia: The role of religious authorities. *Pacific Affairs*, 92(2), 235–255. <https://doi.org/10.5509/2019922235>
- Wekke, I. S., & Sekolah. (2019). *Kristen Muhammadiyah. 2009*, 2009–2011.