

Submitted: 18 Januari 2025

Accepted: 6 Agustus 2025

Published: 30 Agustus 2025

FANDOM TOKOH AGAMA DI ERA DIGITAL

Antara Spiritualitas, Popularitas, dan Tantangan Etis

ANDREAS SABAT PRAYOGI
Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta
andre.sabat@gmail.com
DOI: 10.21460/aradha.2025.52.1396

Abstract

This paper explores the phenomenon of religious figure fandom in the digital era through an interdisciplinary approach combining public theology, Christian ethics, and Gordon Lynch's correlational and praxis-based theological method. It reveals a shift in the role of religious leaders from spiritual guides to public figures shaped by popular culture, particularly through the concepts of *mediapheme* and *Fear of Missing Out* (FOMO). *Mediapheme* describes how media-driven popularity shapes religious authority, while FOMO highlights the psychological pressure in digital culture that influences religious practice and identity. Using Lynch's theological framework, the study emphasizes the importance of maintaining theology's normative, contextual, and dynamic dimensions, urging readers to see popular culture not merely as a challenge but as a transformative space for digital spirituality.

Keywords: public theology, popular culture, correlational theology, *mediapheme*, FOMO, digital spirituality, Christian ethics.

Abstrak

Tulisan ini mengkaji fenomena fandom terhadap tokoh agama di era digital dengan pendekatan lintas-disiplin yang menggabungkan teologi publik, etika Kristiani, serta pendekatan korelasional dan praksis dari Gordon Lynch. Fenomena ini menunjukkan pergeseran peran tokoh agama dari pembimbing spiritual menjadi figur publik yang tampil dalam logika budaya populer, melalui konsep *mediapheme* dan dorongan *Fear of Missing Out* (FOMO). *Mediapheme*

menjelaskan bagaimana pencitraan dan viralitas membentuk otoritas religius, sementara FOMO menggambarkan tekanan sosial digital yang memengaruhi praktik keagamaan umat dan tokoh agama. Dengan kerangka teologis Lynch, tulisan ini menekankan pentingnya menjaga dimensi normatif, kontekstual, dan dinamis dalam refleksi iman, serta mengajak pembaca untuk melihat budaya populer bukan hanya sebagai tantangan, tetapi juga ruang potensial bagi spiritualitas yang reflektif dan transformatif.

Kata-kata kunci: teologi publik, budaya populer, teologi korelasional, *mediapheme*, FOMO, spiritualitas digital, etika Kristen.

Pendahuluan

Di tengah arus digitalisasi yang kian mendominasi kehidupan sehari-hari, muncul sebuah fenomena sosial-religius yang layak mendapatkan perhatian lebih dalam kajian teologi dan budaya populer kontemporer, yakni kemunculan *fandom* terhadap tokoh agama. Istilah *fandom*, yang awalnya khas digunakan dalam konteks hiburan dan budaya selebriti, kini meluas ke ranah spiritual dan keagamaan. Tokoh agama modern tidak hanya memainkan peran sebagai pembimbing rohani, melainkan juga sebagai figur publik yang memiliki daya tarik massal – terutama melalui kehadiran mereka di media sosial. Misalnya, akun Instagram milik Pastor @philipmantofa yang memiliki 1 juta pengikut, atau penceramah Islam @gusmiftah dengan 2,3 juta pengikut, serta akun TikTok aktivis Katolik @wike.afriia dengan 3,3 juta pengikut. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membangun citra personal melalui estetika visual, gaya komunikasi populer, dan keaktifan dalam isu sosial-kemanusiaan. Tokoh-tokoh ini kerap menggabungkan dakwah dengan humor, gaya berpakaian nyentrik, atau penggunaan bahasa gaul, menjadikan pesan keagamaan mereka *relatable* bagi generasi digital.

Namun, transformasi ini tidak lepas dari risiko. Ketika pengikut memuja tokoh agama secara personal hingga membentuk loyalitas emosional yang ekstrem, pesan spiritual bisa tergeser oleh citra atau popularitas tokoh itu sendiri. Bahkan, dalam kasus tertentu, pengikut menunjukkan perilaku fanatik yang membela tokoh meski menghadapi kritik atau kesalahan, sebagaimana terlihat dalam kasus dukungan publik terhadap Gus Miftah melalui petisi dan gerakan simpati online.¹ Ini menunjukkan pergeseran dari relasi teologis yang bersifat reflektif menjadi relasi berbasis fanatisme dan identitas sosial digital. Di sisi lain, kehadiran media digital juga mengubah cara umat mengakses dan memahami pesan keagamaan. Ceramah yang dulu eksklusif disampaikan di ruang ibadah, kini hadir di layar ponsel dalam bentuk konten yang bisa ditonton kapan saja dan di mana saja. Hal ini menciptakan bentuk relasi baru antara tokoh agama dan umat: lebih terbuka dan luas, namun juga lebih rapuh dan terfragmentasi. Otoritas

religius yang dahulu bersifat hierarkis dan komunal, kini lebih cair, disesuaikan dengan algoritma dan impresi visual, sehingga menimbulkan dilema otentisitas dan kedalaman spiritualitas.

Rumusan Masalah

1. Konsep Mediapheme Rupert Till: Selebritas dan Sakralitas dalam Budaya Populer

Dalam karya *Pop Cult: Religion and Popular Music*, Rupert Till mengemukakan bahwa figur selebritas dalam masyarakat modern mengalami transformasi signifikan, terutama dalam cara mereka membangun dan mempertahankan ketenaran. Di masa lalu, ketenaran biasanya berakar pada pencapaian atau kontribusi yang bermakna. Namun, dalam budaya kontemporer yang didorong oleh logika konsumsi dan visualitas, popularitas lebih sering dibentuk melalui manipulasi simbol dan pencitraan daripada prestasi substantif (Till, 2010: 47). Fenomena ini menandai pergeseran nilai dalam masyarakat konsumen: citra menjadi lebih penting daripada isi.

Till menyebutkan bahwa selebritas yang berhasil menjadi ikon populer bukan hanya dikenal karena ketenarannya, melainkan juga karena mampu membentuk *cult of personality* – suatu daya tarik personal yang nyaris menyerupai pengultusan (Till, 2010: 47). Ciri-ciri kultus ini mencakup keberadaan simbolisme religius, loyalitas fanatik dari para penggemar, serta keterlibatan mereka dalam mendukung tokoh tersebut, termasuk secara finansial (Till, 2010: 72). Citra tokoh sering kali dikukuhkan dengan penggunaan nama tunggal yang menjelma menjadi “merek simbolik”, seperti Yesus, Buddha, Che, Mandela, Elvis, Madonna, atau Price (Till, 2010: 48). Nama-nama ini melampaui identitas pribadi, menjadi simbol kolektif yang membawa makna ideologis, spiritual, atau kultural tertentu.

Dengan bantuan media visual seperti televisi, film, dan kini media sosial, wajah para ikon ini tersebar luas dan dikenali lintas budaya dan wilayah. Mereka menjadi “lebih besar dari kehidupan” – seperti patung tokoh religius yang menginspirasi rasa kagum dan transendensi (Till, 2010: 48). Walaupun pencitraan memegang peranan besar, Till menggarisbawahi bahwa ikon budaya pop yang bertahan lama biasanya tetap memiliki kualitas karya yang mumpuni, baik dalam bentuk musik, seni, maupun narasi moral (Till, 2010: 49). Dengan demikian, status sebagai ikon yang langgeng mensyaratkan sinergi antara pencapaian dan simbolisme. Untuk menjelaskan mekanisme penyebaran ikon dan simbol di era digital, Till memperkenalkan istilah *mediapheme* – yakni proses pemaketan dan penyebaran cepat atas nama, citra, atau peristiwa melalui media sosial (Till, 2010: 49). *Mediapheme* merupakan bentuk modern dari ikon, yang memadatkan arketipe dan simbol budaya menjadi elemen visual dan naratif yang mudah dikenali serta disebarluaskan secara luas. Selebritas modern, termasuk tokoh agama, dalam hal ini tidak hanya merepresentasikan hiburan, tetapi juga berperan sebagai wahana pembentukan makna kolektif (Till, 2010: 49). Mereka adalah hasil pertemuan antara teknologi, seni, dan

pemasaran, serta memenuhi kebutuhan manusia akan figur yang dapat dijadikan simbol harapan, identitas, bahkan pelarian eksistensial.

2. FOMO dan Konsumerisme Spiritual di Era Digital

Konsep *Fear of Missing Out* (FOMO), yang mulai dikenal sejak 2007 dan kemudian masuk ke dalam Oxford English Dictionary pada 2013, menggambarkan kecemasan individu dalam menghadapi kemungkinan tertinggal dari arus informasi atau tren social (McGinnis, 2020: 7). Di era digital, FOMO menjadi fenomena global yang melintasi batas kelas dan usia, mendorong keterlibatan intens dengan media sosial dan budaya populer. Dalam konteks religius, FOMO memengaruhi cara orang mengakses dan mengonsumsi konten keagamaan. Tokoh agama yang tampil dengan gaya menarik, komunikatif, dan mengikuti tren media sosial dengan mudah membangun basis pengikut yang loyal. Ceramah-ceramah yang dibungkus dengan humor, gaya bahasa gaul, dan pendekatan visual yang kuat lebih mudah diterima oleh generasi muda. FOMO mendorong masyarakat untuk mengikuti tokoh-tokoh agama bukan semata karena substansi ajarannya, tetapi karena takut dianggap tertinggal dari komunitas digitalnya.

Sebagai akibatnya, spiritualitas berisiko direduksi menjadi komoditas. Ajaran agama dikemas layaknya produk dengan berbagai pilihan dan strategi pemasaran. Tokoh agama menjadi “brand” yang bersaing dalam pasar atensi digital. Identitas mereka dibentuk melalui gaya busana, nada suara, teknik presentasi, dan strategi kolaborasi dengan influencer lain. Algoritma media sosial memperkuat efek ini dengan mempromosikan konten yang paling viral, bukan yang paling bermakna. Dalam terang etika Kristen, kecenderungan ini berlawanan dengan ajaran Yesus Kristus. Daniel E. Fontain mencatat bahwa kedatangan Yesus hadir dalam kerinduan kolektif bangsa Yahudi akan Mesias yang akan membebaskan mereka dari penindasan (Ginting, 2022: 129). Namun, Yesus justru membalik harapan ini dengan menyatakan misinya sebagai pembebas yang berpihak pada mereka yang miskin, tersingkir, dan berdosa. Alih-alih mengejar popularitas atau simbol kekuasaan, Yesus hadir dalam keugharian dan empati terhadap yang lemah. Ajaran Yesus ini merupakan kritik langsung terhadap pola hidup yang didorong oleh FOMO, konsumerisme, dan individualism (Ginting, 2022: 132). Dalam dunia yang dibentuk oleh citra, tren, dan kemewahan, Yesus menawarkan nilai alternatif berupa kesederhanaan, solidaritas, dan kasih terhadap sesama. FOMO dalam spiritualitas menggeser fokus dari relasi vertikal dengan Allah dan relasi horizontal dengan sesama, menjadi sekadar relasi dengan citra dan tren digital.

3. Teologi dan Budaya Populer dalam Pandangan Gordon Lynch

Gordon Lynch menawarkan kerangka konseptual yang membantu menjembatani antara teologi dan budaya populer. Menurutnya, teologi adalah refleksi sistematis atas hubungan manusia

dengan yang transenden, dan dapat dipahami melalui tiga dimensi: normatif, kontekstual, dan dinamis. Pertama, sebagai disiplin normatif, teologi menempatkan Allah (Theos) sebagai pusat dan sumber orientasi moral serta spiritual umat manusia (Lynch, 2015: 94). Refleksi teologis yang normatif bertujuan mencari makna dan arah hidup dalam relasi dengan yang absolut. Kedua, sebagai ilmu kontekstual, teologi harus dipahami dan ditafsirkan sesuai dengan bahasa, simbol, serta kerangka budaya yang hidup dalam Masyarakat (Lynch, 2015: 95). Hal ini terlihat dalam sejarah teologi yang terus berinteraksi dengan filsafat dan sosiologi pada zamannya. Ketiga, teologi bersifat dinamis, artinya terus bergerak dan beradaptasi terhadap perubahan zaman dan tantangan baru – termasuk kemunculan budaya digital dan media social (Lynch, 2015: 96).

Namun, dalam realitas kontemporer, dinamika ini justru menghadapi tantangan serius. Budaya populer, terutama dalam bentuk konten digital yang viral, cenderung mendorong simplifikasi pesan dan penekanan pada persona tokoh daripada kedalaman nilai. Tokoh agama yang lebih fokus pada branding personal dan viralitas bisa mengabaikan panggilan profetik untuk menyuarakan keadilan, kebenaran, dan solidaritas. Dengan kata lain, ruang digital sering kali menjauhkan teologi dari fungsi praksis dan transformatifnya. Dengan menggunakan teologi korelasional dan praksis, Lynch mendorong agar refleksi iman tidak berdiri di luar budaya populer, tetapi berdialog secara kritis dengannya (Lynch, 2015: 104). Budaya populer merupakan cermin dari pergulatan eksistensial masyarakat; karenanya, ia adalah medan sah untuk berefleksi secara teologis. Akan tetapi, korelasi ini harus tetap berakar pada nilai-nilai normatif dan praksis etis yang berpihak pada keadilan, kesederhanaan, dan kerahiman.

Tujuan Penulisan

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis fenomena fandom tokoh agama di era digital dengan pendekatan lintas-disiplin, menggabungkan teologi publik, etika Kristiani, dan pendekatan korelasional-praksis dari Lynch dalam dialog dengan kajian budaya populer. Teologi publik memberikan kerangka dasar untuk memahami peran iman dalam ruang publik, di mana ekspresi religius tidak lagi terbatas pada institusi keagamaan, tetapi merambah ke dalam dinamika sosial, politik, dan media digital. Dalam konteks ini, etika Kristiani berperan penting sebagai kompas moral yang mengarahkan keterlibatan iman agar tetap berpihak pada nilai-nilai kasih, keadilan, dan solidaritas, terutama ketika figur-figur keagamaan menjadi sorotan publik melalui media sosial.

Untuk memperdalam dimensi kultural dari pembacaan teologis, tulisan ini mengadopsi dua konsep penting dari studi budaya digital: *mediapheme* dari Till dan *Fear of Missing Out* (FOMO). *Mediapheme* menjelaskan bagaimana tokoh agama di era digital mengalami transformasi menjadi figur selebriti yang performatif, lebih dinilai dari visualitas dan popularitas

ketimbang kedalaman spiritual. Sementara itu, FOMO menggambarkan tekanan psiko-sosial masyarakat digital yang selalu terdorong untuk mengikuti arus populer agar tidak tertinggal secara sosial. Dalam titik ini, pendekatan teologi korelasional dan praksis dari Lynch menjadi sangat relevan – yakni dengan menekankan pentingnya relasi dialogis antara iman dan budaya populer, serta menilai sejauh mana ekspresi keagamaan tersebut memajukan pembebasan, keadilan, dan kesejahteraan bersama. Tulisan ini, karenanya, tidak hanya membaca budaya populer sebagai tantangan bagi teologi, melainkan juga sebagai ruang subur untuk membangun spiritualitas digital yang reflektif, kontekstual, dan transformatif.

Pembahasan

Teologi di era digital saat ini berhadapan dengan ketegangan epistemologis dan ontologis yang nyata: bagaimana tetap relevan dalam masyarakat yang digerakkan oleh budaya populer, tanpa kehilangan esensi dan kedalaman spiritualnya? Pertanyaan ini menjadi sangat penting ketika budaya populer, melalui medium seperti media sosial, mulai memediasi pengalaman keagamaan umat. Hal ini membawa kita pada pertanyaan mendasar: apakah budaya populer hanya menyajikan citra Tuhan yang dangkal, sesuai selera pasar dan algoritma, atau justru membuka ruang bagi umat untuk menemukan makna spiritual yang lebih kontekstual dan otentik?

1. Antara Viralitas dan Nilai: Teologi di Tengah Fandom Tokoh Agama Digital

Sebagai disiplin normatif, teologi berfokus pada “Theos” atau “Allah” sebagai titik referensi absolut dalam keberadaan manusia (Lynch, 2015: 94). Konsep ini tidak hanya merujuk pada subjek personal yang memasuki relasi-relasi, tetapi juga sebagai prinsip absolut, transendensi, atau kepedulian utama. Dalam terang ini, teologi bertujuan untuk merefleksikan kehidupan manusia dalam hubungannya dengan yang absolut. Hal ini merujuk pada pemahaman bahwa teologi pada dasarnya berfokus pada penghayatan tentang bagaimana kita dapat memahami keberadaan dan menjalani kehidupan yang baik serta adil (Lynch, 2015: 95). Namun, dalam lanskap budaya populer saat ini, dimensi normatif teologi sering kali terpinggirkan. Mediapheme, atau fenomena media yang mengutamakan popularitas dan sensasi, telah menjadi tren yang kuat, termasuk di kalangan tokoh agama. Mediapheme sering kali berfokus pada peningkatan jumlah pengikut, “likes” dan viralitas, sehingga substansi pesan yang disampaikan berisiko menjadi dangkal. Fenomena ini bertentangan dengan sifat normatif teologi yang mengutamakan refleksi mendalam terhadap hakikat kehidupan itu sendiri. Ketika tokoh agama lebih mengutamakan kepentingan pribadi, seperti promosi produk atau peningkatan ketenaran, mereka berisiko mengorbankan nilai-nilai spiritual (transendensi)

dan moral yang seharusnya menjadi inti dari dakwah dan ajaran mereka. Bahkan, sorotan diskursus sosial dan keagamaan saat ini mengungkapkan adanya kontradiksi yang signifikan antara pesan yang disampaikan para tokoh agama dengan kenyataan kehidupan pribadi para tokoh tersebut, di mana mereka mengajarkan umat agar hidup dengan penuh kesederhanaan, kenyataannya para tokoh agama sendiri hidup dalam kemewahan dan glamour.²

Teologi juga bersifat kontekstual, di mana jawabannya selalu dipengaruhi oleh bahasa, simbol, dan konsep dalam konteks tertentu (Lynch, 2015: 95). Misalnya, kredo Nicea dan Chalcedon merupakan upaya untuk menafsirkan tradisi Alkitab dalam kerangka filosofis zamannya (Lynch, 2015: 95). Konteks sosial-budaya menjadi elemen penting dalam pengembangan refleksi teologis yang relevan dengan realitas kehidupan. Namun, konteks budaya populer saat ini sering kali membawa tantangan baru. Fenomena FOMO, yang didorong oleh media sosial, menciptakan tekanan untuk selalu hadir di ruang digital. Tokoh agama merasa terdorong untuk selalu relevan, bahkan jika relevansi tersebut mengorbankan konteks sosial-budaya mereka sendiri. Akibatnya, ajaran yang disampaikan sering kali hanya mengikuti tren atau selera publik, tanpa memperhatikan nilai-nilai teologis yang lebih kontekstual. Dalam situasi ini, ajaran agama menjadi terkesan kering dan lebih menyerupai hiburan daripada refleksi spiritual yang bermakna karena tidak merepresentasikan pengalaman religius umat. Padahal, teologi seharusnya memperhatikan konteks dan pengalaman khusus dari mereka yang terlibat dalam refleksi teologis itu sendiri, baik tokoh agama maupun umat dan audiens, misalnya: disabilitas, isu gender, dan ketidakadilan sosial (Lynch, 2015: 96).

Dimensi ketiga dari teologi menurut Lynch adalah sifatnya yang dinamis, yakni teologi bukanlah disiplin yang statis, melainkan sebuah proses eksplorasi yang terus berkembang (Lynch, 2015: 96). Jawaban-jawaban teologis harus terbuka terhadap perubahan dan pengembangan sesuai dengan tantangan zaman. Namun, dinamika ini seharusnya tetap berakar pada nilai-nilai ontologis, etis, dan spiritual (Lynch, 2015: 98). Sayangnya, dinamika yang terlihat di ruang media sosial sering kali bergerak ke arah yang berlawanan. Alih-alih mengeksplorasi isu-isu seperti solidaritas, keadilan, dan toleransi, banyak tokoh agama lebih memilih untuk fokus pada konten yang mudah viral. Akibatnya, wacana-wacana penting yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk kampanye nilai-nilai kebajikan sering kali diabaikan. Ketika media sosial lebih diarahkan untuk mempromosikan individu daripada nilai-nilai, teologi kehilangan dimensi dinamisnya yang sejati.

Dalam menghadapi realitas budaya populer yang ditandai oleh logika *mediapheme* dan tekanan FOMO, teologi ditantang untuk tetap setia pada panggilannya sebagai refleksi normatif, kontekstual, dan dinamis atas relasi manusia dengan yang transenden. Ketika popularitas tokoh agama menjadi ukuran keberhasilan dan pesan spiritual direduksi menjadi konten yang viral, teologi berisiko kehilangan kekuatan profetikanya. Maka, diperlukan upaya

sadar dari para pemuka agama dan pelayan iman untuk tidak sekadar hadir secara digital, tetapi menghadirkan nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kasih secara utuh dalam komunikasi dan tindakan mereka. Kehadiran mereka bukan untuk memikat algoritma, melainkan untuk menantang dan membarui narasi yang dibentuk oleh budaya populer dengan suara kenabian yang menyentuh hati nurani dan menggugah kesadaran kolektif.

2. Menjembatani Iman dan Budaya: Relevansi Pendekatan Teologi Korelasional-Praksis

Di tengah ketegangan antara teologi dan budaya populer yang sering kali dipandang sebagai dua entitas yang bertentangan ini, Lynch menawarkan pendekatan korelasional dan praksis sebagai metode yang relevan untuk menjembatani kedua dunia tersebut. Ketegangan ini semakin mengemuka di era *mediapheme* dan FOMO (*Fear of Missing Out*), di mana popularitas, viralitas, dan kecepatan menjadi tolok ukur keberhasilan, termasuk bagi para tokoh agama. Namun, pendekatan Lynch justru menawarkan peluang untuk memanfaatkan budaya populer sebagai ruang dialog yang bermakna, bukan sekadar arena konflik atau kompromi.

Pendekatan korelasional yang diusulkan Lynch bertujuan untuk menciptakan dialog konstruktif antara teologi dan budaya populer. Dialog ini tidak hanya bertumpu pada pencarian jawaban religius terhadap dilema dan perjuangan budaya, tetapi juga melibatkan pengajuan pertanyaan-pertanyaan tradisional dalam agama kepada budaya kontemporer (Lynch, 2015: 103–4). Sebagai contoh, pertanyaan eskatologis tentang tujuan akhir alam semesta dapat diajukan kepada budaya populer untuk menemukan wawasan baru dan jawaban implisit yang muncul dari budaya populer tentang makna dan nilai, dapat menjadi sumber refleksi teologis yang kaya (Lynch, 2015: 104). Pendekatan ini berbeda dari model korelasional klasik yang diusulkan oleh Paul Tillich, di mana Tillich melihat budaya sebagai penerima pasif dari jawaban teologis (Lynch, 2015: 104). Lynch memperluas perspektif ini dengan mengakui bahwa budaya populer memiliki kapasitas untuk menjadi mediator kebenaran dan kebaikan (Lynch, 2015: 104). Dalam pandangan Lynch, budaya populer tidak hanya sekadar objek kritik teologis, tetapi juga subjek yang dapat memberikan wawasan baru dan menantang praktik serta keyakinan agama yang mapan (Lynch, 2015: 104). Sebagaimana dikemukakan oleh Seward Hiltner, teologi harus dilihat sebagai “jalan dua arah,” di mana tradisi agama dan budaya kontemporer dapat saling belajar, daripada model “jalan satu arah” yang diadopsi oleh Tillich (Lynch, 2015: 104).

Dimensi praksis dalam pendekatan Lynch menekankan bahwa refleksi teologis tidak cukup berhenti pada dialog konseptual, tetapi harus menghasilkan tindakan nyata yang bersifat membebaskan dan transformatif. Pendekatan ini memiliki keterbukaan yang sama dengan pendekatan korelasional yang direvisi, dalam arti mencari kebenaran, makna, dan nilai di mana pun hal itu ditemukan, baik dalam tradisi agama maupun budaya populer (Lynch, 2015: 104). Namun, dimensi praksis membawa misi tambahan untuk mengkritisi keyakinan

dan praktik keagamaan maupun budaya berdasarkan sejauh mana keduanya mempromosikan pembebasan dan kesejahteraan (Lynch, 2015: 104). Dalam konteks budaya populer, pendekatan praksis dapat digunakan untuk menilai sejauh mana fenomena budaya tertentu mendukung atau justru menghambat nilai-nilai pembebasan. Sebagai contoh, banyak konten budaya populer yang mempromosikan individualisme, konsumerisme, atau bahkan kekerasan simbolik. Dalam hal ini, teologi praksis memiliki tugas untuk menawarkan alternatif yang lebih membangun, seperti nilai solidaritas, keadilan, dan kasih. Dengan demikian, teologi tidak hanya menjadi kritik terhadap budaya populer, tetapi juga agen transformasi sosial.

Pendekatan korelasional dan praksis ini relevan di era *mediapheme* dan FOMO, di mana budaya populer sering kali mendikte ritme dan narasi kehidupan sehari-hari, termasuk dalam ranah spiritual. Fenomena *mediapheme*, yang berfokus pada popularitas dan sensasi, menciptakan tekanan bagi tokoh agama untuk tetap relevan di mata audiens digital. Tekanan ini sering kali mengorbankan kedalaman pesan teologis, menjadikannya dangkal dan lebih berorientasi pada hiburan. Demikian pula, FOMO mendorong para tokoh agama untuk selalu hadir di ruang digital, terkadang tanpa mempertimbangkan kualitas atau relevansi dari pesan yang disampaikan. Dalam situasi seperti ini, pendekatan Lynch menawarkan alternatif yang lebih mendalam dan bermakna. Dengan memahami budaya populer berdasarkan istilahnya sendiri, tokoh agama dapat mengidentifikasi elemen-elemen positif yang dapat diintegrasikan ke dalam refleksi teologis, sekaligus tetap kritis terhadap aspek-aspek yang merugikan.

Pendekatan Lynch juga mengakui bahwa budaya populer dapat menjadi mediator kebenaran dan kebaikan. Ini adalah perkembangan penting dari metode korelasional Tillich, di mana budaya kontemporer tidak lagi hanya dianggap sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek yang memiliki nilai intrinsik. Dalam praktiknya, ini berarti bahwa budaya populer dapat memberikan wawasan baru yang mengharuskan para tokoh agama untuk menantang atau bahkan merevisi gagasan dan praktik yang telah menjadi bagian mapan dari tradisi agama. Sebagai contoh, gerakan budaya populer yang memperjuangkan kesetaraan gender, hak asasi manusia, atau keberlanjutan lingkungan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi refleksi serta kajian-kajian teologis yang disampaikan. Dalam hal ini, budaya populer tidak hanya menjadi arena untuk mengajukan pertanyaan, tetapi juga sumber inspirasi untuk menjawab tantangan-tantangan kontemporer. Dengan demikian, dialog antara teologi dan budaya populer menjadi lebih kaya, membuka peluang untuk menciptakan teologi yang relevan, kontekstual, sekaligus transformatif.

Dalam masyarakat pluralis, pendekatan ini membantu menghargai keberagaman tanpa kehilangan daya kritis. Misalnya, budaya populer sering kali mencerminkan nilai-nilai yang berbeda dari tradisi agama tertentu. Namun, pendekatan korelasional dan praksis memungkinkan tokoh agama untuk terlibat dalam dialog yang konstruktif, menemukan titik

temu, dan bahkan belajar dari perspektif yang berbeda. Pendekatan ini juga relevan dalam menghadapi tantangan global, seperti ketidakadilan sosial, konflik antaragama, atau krisis lingkungan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai yang muncul dari budaya populer ke dalam refleksi teologis, tokoh agama dapat menawarkan solusi yang lebih inklusif dan kontekstual. Sebaliknya, budaya populer juga dapat belajar dari tradisi agama tentang nilai-nilai yang mungkin terabaikan dalam narasi populer.

Pendekatan korelasional dan praksis memungkinkan media sosial menjadi ruang yang bermakna bagi dakwah dan ajaran agama. Dengan strategi yang tepat, fandom atau popularitas tokoh agama di era digital dapat diarahkan untuk memviralkan nilai-nilai solidaritas dan toleransi. Tokoh agama juga dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun dialog lintas agama yang konstruktif. Dengan menciptakan konten yang menggugah kesadaran akan pentingnya kerukunan antarumat beragama, media sosial dapat menjadi medium untuk mempromosikan perdamaian di masyarakat plural seperti Indonesia. Pendekatan ini tidak hanya relevan secara teologis tetapi juga secara praktis, mengingat media sosial adalah ruang di mana masyarakat saat ini menghabiskan sebagian besar waktu mereka.

Kesimpulan

Fenomena fandom terhadap tokoh agama di era digital merepresentasikan pergeseran penting dalam lanskap religius kontemporer. Tokoh agama tidak hanya menjadi penyampai pesan spiritual, tetapi juga menjelma sebagai figur publik yang beroperasi dalam logika budaya populer – terutama melalui media sosial yang memfasilitasi viralitas dan visualitas. Melalui konsep *mediapheme* dan FOMO, dapat terlihat bagaimana mekanisme pencitraan, algoritmik, serta ketakutan sosial membentuk dinamika baru dalam relasi antara umat dan tokoh agama. Di satu sisi, fenomena ini membuka ruang partisipasi dan kedekatan yang lebih luas; namun di sisi lain, juga menimbulkan risiko komodifikasi spiritualitas, reduksi pesan iman, serta penguatan kultus individu yang mengaburkan nilai-nilai profetik ajaran agama.

Melalui pendekatan korelasional dan praksis dari Lynch, tulisan ini menawarkan cara pandang alternatif yang konstruktif dan kritis terhadap fenomena tersebut. Pendekatan korelasional mendorong dialog dua arah antara teologi dan budaya populer sebagai dua medan makna yang saling memperkaya. Budaya populer tidak sekadar objek kritik, tetapi juga subjek refleksi yang mampu menantang dan memperluas horizon teologis. Sementara itu, pendekatan praksis menekankan dimensi etis dan transformasional dari refleksi iman: bahwa ekspresi religius di ruang digital harus berpihak pada keadilan, solidaritas, kesederhanaan, dan pembebasan. Dalam kerangka teologi publik dan etika Kristen, fenomena fandom tokoh agama harus dibaca bukan hanya sebagai tantangan, tetapi juga sebagai peluang bagi gereja

dan umat beriman untuk membangun spiritualitas digital yang lebih kontekstual, inklusif, dan bermakna – sebuah iman yang tidak larut dalam arus popularitas, tetapi tetap menyuarakan nilai-nilai ilahi di tengah dunia yang terus berubah.

Daftar Pustaka

- Ginting, Eikel. 2022. “Keugaharian: Memaknai Konsep Kesederhanaan dalam Ajaran Yesus dan Ajaran Buddha Terhadap Konteks FOMO Syndrome.” *ABIP: Ajaran Agama Buddha dan Ilmu Pengetahuan* Vol. 8 No. 2: 126–36.
- Lubis, Dahlia, dan Husna Sari Siregar. 2020. “Bahaya Radikalisme Terhadap Moralitas Remaja Melalui Teknologi Informasi (Media Sosial).” *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* Volume 20, Nomor 1: 21–34.
- Lynch, Gordon. 2015. *Understanding Theology and Popular Culture*. Australia: Blackwell Publishing.
- Mahatma, Masmuni. 2024. “Radikalisme Digital: Tantangan Moderasi Beragama.” *Jurnalisme Seribu Mata BASIS*, Nomor 03-04, Tahun ke-73.
- McGinnis, Patrick J. 2020. *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan Di Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Till, Rupert. 2010. *Pop Cult: Religion and Popular Music*. London and New York: Continuum International Publishing Group.

Sumber-Sumber Lain

- <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/12/10/aksi-bela-gus-miftah-mencuat-via-petisi-air-mata-sunhaji-pedagang-es-teh-hingga-dukungan-santri>. Diakses 18 Desember 2024, pukul 21.14 WIB.
- <https://geotimes.id/komentar/jualan-agama-fenomena-dai-kaya-raja-dan-kontradiksinya/>. Diakses 21 Desember 2024, pukul 21.00 WIB.

Catatan:

¹ <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/12/10/aksi-bela-gus-miftah-mencuat-via-petisi-air-mata-sunhaji-pedagang-es-teh-hingga-dukungan-santri>. Diakses 18 Desember 2024, pukul 21.14 WIB.

² <https://geotimes.id/komentar/jualan-agama-fenomena-dai-kaya-raja-dan-kontradiksinya/>. Diakses 21 Desember 2024, pukul 21.00 WIB.

