



EDUTECH

Jurnal Teknologi Pendidikan

Journal homepage <https://ejournal.upi.edu/index.php/edutech>



Spiritualitas Baru, Media Populer, dan Pergeseran Otoritas Agama: Sebuah Telaah atas Pemikiran Bryan S. Turner

Yudaningsih, Dody S. Truna & Rifki Rosyad
UIN Sunan Gunung Djati

E mail: yudaningsih73@gmail.com, dodytruna@gmail.com, rifkirosyad@uinsgd.ac.id

ABSTRACT	ARTICLE INFO
<p>The transformation of the global religious landscape over the past two decades has shifted religious authority from formal institutions to digital public spaces and popular culture. This study critically examines Bryan S. Turner's conceptual framework in "New Spirituality, Media, and Global Religion: The Da Vinci Code and The Passion of the Christ" to understand the dynamics of contemporary spirituality within the contexts of globalization and religious mediatization. Drawing upon the sociology of religion, religious market theory, and Kantian-Weberian philosophical reflections, Turner highlights how globalization and media production have shaped new forms of spirituality that are individualized, consumer-oriented, and decentralized. The article underscores the relevance of Turner's thought in interpreting Indonesia's growing phenomena of digital spirituality and the commodification of religion, which signify a shift of religious authority toward public and commercial domains. Specifically, this paper explores Turner's notion of "new spirituality" and the transformation of religious authority in the digital era, contrasting its implications within the Indonesian context. Employing sociological and religious market perspectives, the study finds that popular media and globalization have accelerated the decentralization of religious authority into commodified, personalized spirituality. These findings offer a fresh perspective on the interrelations among religion, media, and symbolic power in modern society. Theoretically, this study contributes to strengthening academic discourse on religious mediation and the transformation of spiritual authority in the digitalized modern world.</p>	<p>Article History: <i>Submitted/Received 4 Sept 2025</i> <i>First Revised 15 Okt 2025</i> <i>Accepted 25 Okt 2025</i> <i>First Available online 27 Okt 2025</i> <i>Publication Date 29 Okt 2025</i></p> <p>Keyword: <i>Sosiologi Agama, Identitas Keagamaan, Institusi Keagamaan, Narasi Sosial, Religiositas Digital.</i></p>

ABSTRAK

Perubahan lanskap religius global dalam dua dekade terakhir telah menggeser otoritas keagamaan dari lembaga formal menuju ruang publik digital dan budaya populer. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis kerangka konseptual Bryan S. Turner dalam "Spiritualitas Baru, Media, dan Agama Global: Da Vinci Code dan The Passion of the Christ" guna memahami dinamika spiritualitas kontemporer dalam konteks globalisasi dan mediatasi agama. Dengan menggunakan pendekatan sosiologi agama, teori pasar religius, serta refleksi filosofis Kantian dan Weberian, Turner menyoroti bagaimana globalisasi dan produksi media membentuk spiritualitas baru yang bersifat individual, konsumtif, dan terdesentralisasi. Artikel ini menegaskan relevansi pemikiran Turner dalam membaca fenomena spiritualitas digital dan komodifikasi agama di Indonesia, yang menandai pergeseran otoritas keagamaan ke ranah publik dan komersial. Artikel ini bertujuan mengkaji pemikiran Bryan S. Turner mengenai "spiritualitas baru" dan pergeseran otoritas keagamaan di era digital, serta mengontraskan relevansinya dengan konteks Indonesia. Dengan pendekatan sosiologi agama dan teori pasar religius, kajian ini menemukan bahwa media populer dan globalisasi telah mendorong desentralisasi otoritas keagamaan menuju bentuk spiritualitas personal yang dikomodifikasi. Temuan ini memberikan perspektif baru terhadap relasi antara agama, media, dan kekuasaan simbolik dalam masyarakat modern. Secara teoretis, kajian ini berkontribusi pada penguatan diskursus tentang mediatasi agama dan transformasi otoritas spiritual dalam masyarakat modern yang terdigitalisasi.

© 2025 Teknologi Pendidikan UPI

1. PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, dinamika religiusitas global mengalami transformasi yang cepat dan kompleks. Modernisasi yang semula diperkirakan akan mengikis pengaruh agama justru melahirkan bentuk-bentuk baru spiritualitas yang cair, personal, dan melintasi batas-batas institusional. Agama tidak lagi berdiri eksklusif di bawah otoritas tunggal lembaga keagamaan, tetapi menjelma menjadi ruang pengalaman terbuka yang diwarnai oleh logika pasar, media populer, dan budaya digital.

Kemajuan teknologi informasi, internet, dan media sosial telah menciptakan arena baru bagi negosiasi makna religius secara publik. Film, novel, musik, dan figur-figur keagamaan populer kini memainkan peran yang tak kalah signifikan dibandingkan lembaga resmi seperti gereja, organisasi masyarakat keagamaan, atau pesantren. Fenomena ini menggambarkan apa yang oleh Bryan S. Turner (2006) disebut sebagai kemunculan spiritualitas baru (*new spirituality*), yakni bentuk keberagaman yang berakar pada subjektivitas individu dan diekspresikan melalui medium-media budaya yang terhubung secara global.

Turner menyoroti bagaimana *The Da Vinci Code* karya Dan Brown (2003) dan *The Passion of the Christ* garapan Mel Gibson (2004) menjadi simbol dari transformasi tersebut. Keduanya tidak hanya berfungsi sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai arena produksi dan konsumsi makna keagamaan di luar kendali otoritas tradisional. Dalam konteks globalisasi, “kebenaran” religius tidak lagi dimonopoli oleh lembaga formal, melainkan diproduksi, diperdebatkan, dan disirkulasikan oleh publik melalui ruang budaya populer.

Perubahan ini menimbulkan pertanyaan mendasar: siapa yang kini memiliki otoritas untuk mendefinisikan makna agama dan spiritualitas di era digital? Jika pada masa lalu tafsir agama bersumber dari hierarki otoritatif, kini otoritas tersebut terdistribusi secara horizontal di antara jutaan pengguna media sosial, kreator konten, penulis fiksi religius, dan komunitas daring yang saling memengaruhi. Turner memandang fenomena ini bukan sekadar krisis otoritas, tetapi sebagai pergeseran paradigma dalam relasi antara agama, kekuasaan, dan media (Turner, 2011).

Melalui lensa sosiologi agama dan *religious market theory*, Turner menafsirkan globalisasi spiritualitas sebagai bagian dari logika modernitas yang lebih luas. Dalam kerangka ini, agama beroperasi seperti sistem ekonomi simbolik di mana makna spiritual ditawarkan, dipilih, dan dikonsumsi berdasarkan kebutuhan personal. Dengan demikian, agama berubah menjadi “pasar makna” yang plural, tempat berbagai tradisi dan simbol bersaing memperebutkan legitimasi dan kepercayaan publik.

Namun, fenomena global tersebut menyisakan ambiguitas epistemologis: apakah spiritualitas baru ini menandai kebangkitan kesadaran religius yang lebih otonom, atau justru menampilkan banalitas spiritual yang terjebak dalam logika konsumsi? Apakah desentralisasi otoritas agama merupakan bentuk demokratisasi makna atau sekadar gejala fragmentasi yang mengaburkan kedalaman iman? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi inti refleksi kritis terhadap tesis Turner tentang spiritualitas modern dan transformasi religiusitas di era globalisasi.

Dalam konteks Indonesia, gejala serupa tampak nyata. Agama kini hadir dalam berbagai bentuk ekspresi digital mulai dari ceramah daring, dakwah visual di YouTube dan TikTok, hingga komunitas lintas iman di media sosial. Figur-figur seperti ustaz digital, pendeta milenial, dan motivator spiritual muncul sebagai aktor baru dalam lanskap religius nasional. Mereka membangun basis pengikut yang luas tanpa harus berafiliasi langsung dengan lembaga formal, menandakan bahwa “pasar spiritualitas”

tidak hanya fenomena Barat, tetapi juga berkembang pesat di masyarakat Muslim yang plural seperti Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tulisan ini bertujuan untuk menganalisis konsep “spiritualitas baru” Bryan S. Turner sebagai kerangka untuk memahami pergeseran otoritas agama di era digital, serta mengevaluasi relevansinya dalam konteks Indonesia yang mengalami komodifikasi religiusitas. Secara teoretis, artikel ini berupaya mengisi celah penelitian terkait keterbatasan studi-studi terdahulu yang umumnya berfokus pada mediasi agama di Barat tanpa mengaitkannya dengan konteks global Selatan, khususnya Indonesia. Artikel ini berkontribusi pada penguatan wacana akademik tentang hubungan antara agama, media, dan otoritas spiritual dalam masyarakat modern yang terdigitalisasi, dengan menyoroti pergeseran locus otoritas dari lembaga ke individu dan dari sakral ke komersial.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-analitis berbasis kajian pustaka (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan studi adalah melakukan analisis konseptual dan interpretatif terhadap kerangka pemikiran Bryan S. Turner serta menilai relevansinya terhadap fenomena religiusitas digital di Indonesia, bukan untuk menguji hipotesis kuantitatif atau mengumpulkan data primer. Kajian pustaka memungkinkan sintesis teori, analisis wacana, dan refleksi kontekstual yang mendalam, sehingga sesuai untuk menggali dimensi teoretis dan normatif dari konsep “spiritualitas baru”.

Sumber dan Batasan Data Sekunder

Data sekunder yang dianalisis meliputi:

1. **Karya utama Bryan S. Turner** (monografi, artikel jurnal, dan bab buku) yang secara eksplisit membahas *new spirituality*, media, dan agama global.
2. **Literatur pendukung** dalam bidang sosiologi agama, teori pasar religius (*religious market theory*), dan studi media-religion (artikel jurnal, buku, tinjauan literatur).
3. **Bahan kontekstual tentang Indonesia**, berupa studi empiris sekunder, laporan riset, artikel media tersaring, dan kajian akademik yang membahas religiusitas digital dan komodifikasi agama di Indonesia.

Batasan: penelitian tidak melibatkan pengumpulan data primer (mis. wawancara atau survei). Hanya karya yang tersedia dalam bahasa Inggris dan/atau Indonesia serta dapat diakses melalui perpustakaan akademik atau basis data online dimasukkan. Literatur yang tidak dapat diakses secara penuh (full text) atau berada di luar rentang relevansi tematik dieliminasi.

Langkah-Langkah Analisis

Analisis dilakukan melalui tiga tahap bertahap dan terstruktur:

1. **Identifikasi konsep kunci (analisis *tekstual close reading*):**
 - a. Pembacaan intensif terhadap karya-karya Turner untuk menandai konsep utama (misal. “spiritualitas baru”, desentralisasi otoritas, komodifikasi agama, peran media).
 - b. Pengkodean awal dilakukan secara manual untuk membantu pengelompokan tema.
2. **Interpretasi teoretis dan perbandingan (analisis komparatif):**
 - a. Menafsirkan konsep-konsep Turner dengan merujuk pada kerangka filosofis Immanuel Kant (rasionalitas moral, otonomi subjek) dan Max Weber (otoritas karismatik, rasionalisasi).

- b. Melakukan perbandingan konseptual antara klaim Turner dan prinsip-prinsip Kantian-Weberian untuk menilai koherensi teoretis, penjelasan kausal, serta implikasi normatif dari tesis Turner.

3. Refleksi kontekstual terhadap fenomena di Indonesia (analisis aplikatif):

- a. Mengaitkan temuan teoretis dengan bukti sekunder tentang praktik religius digital di Indonesia (misal. fenomena influencer keagamaan, platform dakwah, komodifikasi ritual/produk religius).
- b. Menilai sejauh mana kerangka Turner menjelaskan transformasi lokal dan mengidentifikasi adaptasi atau keterbatasan teori dalam konteks Indonesia.

Setiap tahap dianalisis secara deskriptif-analitik dan disintesis dalam bentuk narasi argumentatif yang mengaitkan bukti teks dengan isu empiris kontekstual.

Validitas, Reliabilitas, dan Etika

Untuk meningkatkan validitas analisis, penelitian menerapkan triangulasi sumber (mengkombinasikan tulisan Turner, literature akademik, dan bahan kontekstual Indonesia) dan penelusuran referensi balik (*reference tracing*) untuk memastikan cakupan literatur. Reliabilitas dijaga dengan dokumentasi langkah pencarian dan kriteria seleksi sehingga analisis dapat direplikasi secara metodologis. Karena penelitian berbasis dokumen sekunder, aspek etika manusia (persetujuan subjek) tidak relevan; namun, semua sumber dikutip sesuai kaidah ilmiah (APA 7th) untuk menghindari plagiarisme.

Keterbatasan Metode

Metode kajian pustaka membatasi penelitian pada tingkat kajian teoritis dan interpretatif. Hasil studi tidak menyajikan data primer empiris baru yang dapat menguji hipotesis distribusi otoritas di lapangan. Selain itu, keterbatasan akses terhadap beberapa sumber (bahasa atau *paywalled*) dapat mempengaruhi keluasan cakupan literatur. Penelitian ini berusaha mengurangi keterbatasan tersebut melalui seleksi sumber yang representatif dan penggunaan literatur sekunder Indonesia yang tersedia.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Spiritualitas Baru dan Pasar Agama Global

Bryan S. Turner (2008) menyoroiti kemunculan *new spirituality* sebagai bentuk religiusitas reflektif yang menolak keterikatan pada dogma institusional. Spiritualitas baru lahir dari perubahan sosial modern, ketika otoritas keagamaan tradisional melemah di bawah pengaruh media dan pasar global. Dalam kerangka ini, Turner membaca *The Da Vinci Code* karya Dan Brown (2003) dan *The Passion of the Christ* karya Mel Gibson (2004) sebagai representasi bagaimana makna religius dikonstruksi, dikonsumsi, dan dinegosiasikan di luar lembaga formal. Dua karya tersebut menciptakan wacana publik yang menantang monopoli tafsir gereja sekaligus membuka ruang bagi demokratisasi makna keagamaan (Turner, 2008, p. 67).

Melalui paradigma *religious market theory* (Stark & Finke, 2000), Turner menjelaskan bahwa agama berfungsi layaknya pasar yang menawarkan “produk-produk spiritual” kepada masyarakat. Dalam pasar tersebut, individu memilih keyakinan dan praktik religius sebagaimana mereka memilih produk budaya, dengan menimbang relevansi emosional dan simbolik terhadap kebutuhan eksistensial modern. Dengan demikian, spiritualitas tidak lagi dianggap sebagai kewajiban teologis, melainkan sebagai *lifestyle choice* (Turner, 2008, p. 71).

Fenomena ini menunjukkan proses komodifikasi makna religius, di mana spiritualitas menjadi barang konsumsi yang dapat dibeli dan dipertukarkan melalui media. Film, musik, novel, dan media sosial menjadi “gereja virtual” yang menghadirkan

pengalaman religius transnasional. Selanjutnya, Turner (2008, p. 75) menegaskan bahwa situasi tersebut bukan sekadar dampak modernitas, melainkan bagian dari transformasi struktural hubungan agama dan masyarakat.

Namun demikian, posisi penulis dalam kajian ini bersifat kritis-analitis terhadap Turner. Meskipun penjelasan Turner tentang pasar spiritual global relevan, ia cenderung menekankan adaptasi agama terhadap kapitalisme tanpa cukup menyoroti konsekuensi epistemologisnya yakni pergeseran dari otoritas teologis menuju otoritas algoritmik. Di era digital, spiritualitas tidak hanya menjadi komoditas pasar, tetapi juga tunduk pada logika visibilitas dan popularitas (*algorithmic authority*) yang justru mengkonstruksi bentuk baru dominasi simbolik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa spiritualitas baru tidak hanya menandai demokratisasi religiusitas, tetapi juga mencerminkan munculnya otoritas algoritmik di era digital, suatu dimensi yang melengkapi namun juga melampaui kerangka Turner.

Tabel 1

Perbandingan Singkat Novel *The Da Vinci Code* dan Film *The Passion of the Christ*

Aspek	<i>The Da Vinci Code</i>	<i>The Passion of the Christ</i>
Jenis narasi	Fiksi spekulatif (novel)	Fakta religius dengan interpretasi sinematik
Sumber	Teori konspirasi, simbolisme seni, legenda religius	Narasi Injil, tradisi gereja
Gaya penyajian	Pseudo-ilmiah, realistis, misteri	Dramatis, visual kuat, emosional
Persepsi publik	Fiksi yang dianggap fakta	Fakta religius yang juga mengandung unsur artistik
Efek sosial	Kontroversi, perdebatan teologis	Penguatan iman, juga kritik akademik
Implikasi	Menunjukkan fiksi dapat membentuk persepsi agama	Menunjukkan fakta agama juga bisa dibentuk oleh fiksi visual

2. Globalisasi Spiritualitas dan Pergeseran Otoritas

Turner (2008, p. 83) menegaskan bahwa globalisasi dan media telah menggeser *locus* otoritas keagamaan. Jika pada masa lalu otoritas melekat pada lembaga atau figur formal seperti pastor dan ulama, kini kekuasaan simbolik tersebut tersebar di antara aktor sosial yang bahkan tidak memiliki legitimasi institusional. Internet memungkinkan siapa pun untuk menjadi penyampai makna spiritual bagi banyak orang.

Proses ini melahirkan apa yang Turner sebut sebagai *demokratisasi otoritas religius*, di mana kebenaran tidak lagi diproduksi secara vertikal, tetapi dinegosiasikan secara horizontal melalui diskursus publik. Sejalan dengan pandangan itu, media sosial menjadi arena utama bagi reinterpretasi ajaran agama sesuai konteks kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, penulis berpandangan bahwa demokratisasi ini juga melahirkan paradoks baru. Otoritas spiritual kini tergantung pada algoritma yang menentukan visibilitas pesan religius. Popularitas menggantikan keabsahan teologis, dan *engagement rate* menjadi ukuran “keberhasilan dakwah.” Hal ini menandai pergeseran dari *charismatic authority* (Weber, 1963) menuju *algorithmic authority*, di mana sistem digital menggantikan lembaga keagamaan sebagai penentu legitimasi simbolik.

3. Perspektif Historis: Kant dan Weber

Untuk menjelaskan basis historis perubahan ini, Turner mengaitkannya dengan pemikiran Kant dan Weber. Kant (1998) dalam *Religion within the Limits of Reason Alone* menekankan bahwa hakikat agama terletak pada moralitas rasional, bukan ritual eksternal. Spiritualitas baru mencerminkan semangat otonomi moral Kantian, di mana individu beragama karena kesadaran batin, bukan otoritas eksternal.

Sementara Weber (1963) membedakan antara *religion of the masses* dan *religion of the virtuosi*. Turner (2008, p. 97) menggunakan tipologi ini untuk menunjukkan bahwa spiritualitas populer seperti dalam *The Da Vinci Code*, mewakili bentuk agama massa yang inklusif, sedangkan lembaga resmi mencerminkan *virtuosi religion* yang hierarkis.

Penulis mengembangkan pembacaan Turner dengan menambahkan konteks digital: jika bagi Weber diferensiasi terjadi antara massa dan elit, maka di era algoritmik, batas ini semakin kabur. Individu dapat berperan ganda sebagai “massa” sekaligus “virtuoso” melalui performativitas spiritual di media sosial. Dengan kata lain, logika glocalisasi (*glocalization*) menghasilkan spiritualitas yang bersifat personal namun disebarkan secara global melalui jejaring digital.

4. Evaluasi Kritis terhadap Pemikiran Turner

Pemikiran Turner memiliki tiga kekuatan utama: (1) pendekatannya interdisipliner, menggabungkan teori sosiologi agama, globalisasi, dan moralitas modern; (2) keberhasilannya mengalihkan fokus kajian agama dari institusi menuju praktik kultural; dan (3) kemampuannya menjelaskan mekanisme kompetisi simbolik antartradisi dalam kerangka *religious market*.

Namun demikian, ada tiga catatan kritis. *Pertama*, konteks analisis Turner terlalu berfokus pada tradisi Kristen Barat, sehingga belum mengakomodasi dinamika spiritualitas non-Barat. *Kedua*, ia mengasumsikan netralitas media, padahal media sering memperkuat hierarki baru berbasis algoritma dan kapital simbolik. *Ketiga*, model *market-based spirituality* Turner belum cukup menjelaskan dimensi etika dan resistensi terhadap komodifikasi.

Dengan mempertimbangkan konteks Asia dan Indonesia, fenomena seperti *ustaz digital* dan *pendakwah konten kreator* menunjukkan bentuk spiritualitas baru yang memadukan lokalitas, karisma personal, dan estetika visual. Fenomena ini menegaskan bahwa transformasi spiritualitas tidak bersifat homogen, melainkan berakar pada ekologi budaya masing-masing masyarakat.

5. Relevansi Kontekstual: Indonesia

Dalam konteks Indonesia, gagasan Turner menemukan aktualisasinya pada ekspresi religius digital. Munculnya *ustaz seleb*, *pendeta konten kreator*, atau *guru spiritual daring* mencerminkan pasar religius virtual yang diatur oleh logika media. Otoritas keagamaan tidak lagi dimonopoli lembaga seperti MUI atau PGI, tetapi dibangun melalui narasi, karisma, dan interaksi digital.

Spiritualitas digital Indonesia juga menunjukkan bentuk *komodifikasi religius*, ketika nilai-nilai spiritual dikemas sebagai produk hiburan mulai dari *merchandise dakwah*, *tour religi premium*, hingga *podcast* berbayar. Namun di sisi lain, fenomena ini membuka ruang bagi pluralitas ekspresi iman dan keterlibatan generasi muda dalam pengalaman spiritual yang lebih kontekstual.

Dengan demikian, membaca spiritualitas digital Indonesia melalui Turner membantu memahami bagaimana agama bertransformasi dalam ekosistem global. Akan tetapi, analisis ini perlu diperluas dengan kritik terhadap logika algoritmik dan kapitalisme

platform yang berpotensi mengaburkan dimensi reflektif dan etis dari spiritualitas itu sendiri.

6. Implikasi Teoretis dan Praktis

Implikasi teoretis dari kajian ini adalah perlunya paradigma baru dalam studi agama yang menempatkan spiritualitas digital sebagai locus teologis baru. Pendekatan interdisipliner yang memadukan sosiologi, media studies, dan filsafat moral menjadi krusial untuk memahami dinamika religiusitas modern.

Secara praktis, refleksi Turner (2008) menginspirasi pengembangan pendidikan agama yang lebih kritis terhadap media dan budaya populer. Literasi religius digital perlu menjadi bagian dari kurikulum agar masyarakat mampu membedakan antara makna spiritual autentik dan konstruksi algoritmik.

Akhirnya, spiritualitas baru harus dibaca bukan sebagai ancaman terhadap agama, melainkan sebagai artikulasi ulang kebutuhan manusia modern akan makna. Tantangannya bukan mempertahankan bentuk lama keberagamaan, melainkan memastikan agar nilai moral dan kesadaran spiritual tetap hidup di tengah derasnya arus komodifikasi.

4. SIMPULAN

1. Transformasi Spiritualitas dan Ketahanan Agama

Pemikiran Bryan S. Turner menunjukkan bahwa agama tidak mengalami kemunduran sebagaimana diasumsikan teori sekularisasi klasik. Sebaliknya, agama bertransformasi menjadi bentuk spiritualitas baru yang lebih cair, reflektif, dan terdesentralisasi (Turner, 2008). Transformasi ini menandai pergeseran cara manusia modern memaknai iman dan otoritas keagamaan dalam konteks globalisasi dan *mediatization*, di mana agama tetap hidup dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial modern.

2. Pergeseran dan Ambiguitas Otoritas Keagamaan

Di era digital, otoritas keagamaan tidak lagi terpusat pada lembaga formal, tetapi tersebar melalui jaringan sosial dan media populer. Pergeseran ini merepresentasikan proses demokratisasi spiritualitas sekaligus komodifikasi makna religius. Di sisi lain, Turner (2008) belum sepenuhnya menyoroti dimensi baru dari fenomena ini yakni munculnya *otoritas algoritmik*, di mana kredibilitas spiritual diukur melalui visibilitas digital seperti *likes*, *views*, atau *engagement rate*. Kondisi ini menghadirkan tantangan etis bagi otentisitas dan kedalaman pengalaman spiritual.

3. Relevansi Kontekstual bagi Indonesia

Dalam konteks Indonesia, teori Turner menemukan aktualisasi pada fenomena dakwah digital, gerakan hijrah, dan komunitas spiritual daring. Pergeseran locus otoritas dari lembaga ke ruang publik digital memperlihatkan bahwa masyarakat kini menjadi partisipan aktif dalam membentuk makna religius. Namun, dinamika ini juga mengandung risiko banalitas spiritual dan polarisasi wacana keagamaan. Dengan demikian, konteks Indonesia memperluas horizon analisis Turner dengan menunjukkan bahwa spiritualitas baru di dunia Muslim tidak sekadar reproduksi model Barat, tetapi memiliki corak lokal yang khas dan interaktif.

4. Rekomendasi Akademik dan Praktis

Secara akademik, studi lanjutan perlu menelusuri hubungan antara media digital, kapitalisme simbolik, dan konstruksi makna religius lintas budaya. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan studi agama, komunikasi, dan sosiologi media diperlukan untuk memahami spiritualitas kontemporer secara utuh. Secara praktis,

hasil kajian ini merekomendasikan penguatan literasi media keagamaan dalam pendidikan, agar masyarakat mampu menavigasi ruang digital dengan reflektif, etis, dan kritis terhadap otoritas baru yang dibentuk oleh algoritma.

6. REFERENSI

- Brown, D. (2003). *The Da Vinci code*. Doubleday.
- Finke, R., & Stark, R. (2005). *The churching of America, 1776–2005: Winners and losers in our religious economy* (2nd ed.). Rutgers University Press.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan: Politik budaya di Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kant, I. (1998). *Religion within the limits of reason alone*. Cambridge University Press.
- Kitiarsa, P. (2008). *Religious commodifications in Asia*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Stark, R., & Finke, R. (2000). *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. University of California Press.
- Turner, B. S. (2008). *Religious commodifications in Asia: New spiritualities, the media, and global religion* (Chapter 2: *The Da Vinci Code and The Passion of the Christ*). Routledge Taylor & Francis Group.
- Weber, M. (1963). *The sociology of religion*. Beacon Press.