MOTIF BERDOA DI FACEBOOK

Oleh

Maryani Yusuf

dhafinmekka27@gmail.com

Abstrak

Saat ini, banyak pengguna facebook yang berdoa di Facebook. Para netizen menulis status dengan maksud berdoa untuk kesembuhan anggota keluarga yang sedang sakit, keselamatan dalam penerbangan, agar dimudahkan dalam ujian sekolah, dan berbagai macam doa lainnya . Hal ini masih menimbulkan perdebatan antara boleh tidaknya berdoa di facebook, sebab doa dianggap harusnya langsung disampaikan ke tuhan tanpa harus diketahui oleh orang lain, doa seharusnya hanya menjadi urusan aku dan tuhan, bukan facebook dan tuhan. Namun sebagian netizen berpendapat bahwa facebook hanyalah sebuah media yang digunakan sebagai perantara untuk berdoa kepada tuhan dengan demikian maka tak masalah doa diposting. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap motif para netizen yang sering menulis status berdoa di facebook. Penelitian tentang motif masuk dalam penelitian kualitatif dengan tradisi fenomenologi dalam paradigma interperatif. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa tipe motif dari netizen saat berdoa di facebook diantaranya motif cari perhatian, motif pamer , motif pencitraan dan motif harapan dan ungkapan terimakasih.

Kata Kunci : Motif, berdoa, facebook

PENDAHULUAN

Berdoa di facebook masih menjadi perdebatan hingga saat ini, antara boleh dan tidak boleh dan antara tulus atautkah ria. Namun disadari atau tidak facebook telah menjadi media untuk berdoa kepada tuhan, menggantikan posisi istimewa tempat-tempat yang layak dan patut dianggap untuk berdoa. Telah terjadi pergeseran yang cukup signifikan dalam proses berdoa. Jika dulu doa dianggap sebagai hubungan pribadi antara kita dengan tuhan, saat ini konstelasinya agak berubah. Sekarang, berdoa bisa jadi hubungan segitiga antara tuhan, kita dan teman-teman di Facebook. Dalam hal ini tuhan diinterpertasikan kedalam sosial media. Facebook digunakan sebagai tempat beribadah bagi para penggunanya.

Facebook menjadi tempat untuk menulis apa yang dipikirkan seseorang tidak terkecuali ketika menyampaikan permohonan kepada tuhan. Dan masih banyak lagi status serupa yang dengan mudah dapat kita temukan di beranda facebook. Doa yang ditujukan kepada tuhan dilakukan melalui facebook, seolah-olah para netizen (sebutan untuk pengguna medsos) percaya bahwa facebook akan menyampaikan doa mereka tersebut kepada tuhan. Layaknya televisi yang

dilakukan begitu istimewa sehingga disebut dengan tuhan kedua (the second god), saat ini facebook bahkan diperlakukan layaknya tuhan. Sebab doa yang seharusnya disampaikan langsung ke tuhan malah disampaikan ke facebook. Berdoa di facebook dan menulis doa di facebook merupakan dua hal yang berbeda. Namun demikian baik berdoa maupun hanya sekedar menulis doa di facebook dilakukan dalam keadaan sadar. Ketika seseorang melakukan sesuatu dengan sadar maka artinya terdapat motif yang mendorong seseorang untuk menyampaikan sesuatu kepada tuhan.

Namun sebagian berpendapat berdoa lewat facebook merupakan ungkapan hati yang tidak dapat disampaikan langsung dengan lisan, sehingga mereka mengungkapkan melalui tulisan. Berbagai rasa syukur, gembira, sedih dan bahagia disampaikan lewat facebook. Seolah-olah tuhan pada saat yang sama sedang memegang handphone dan membaca status yang mereka tulis. Meskipun terjadi pro dan kontra antara boleh dan tidaknya berdoa melalui facebook, terutama bagi netizen atau pengguna beragama islam, namun faktanya dari semua pemeluk agama menggunakan facebook sebagai tempat untuk menyampaikan doa kepada pencipta mereka.

Bagai para netizen atau pengguna facebook beragama muslim, berdoa memiliki tata cara yang disebut dengan adab berdoa. Namun sebagian besar status berdoa yang disampaikan lewat facebook adalah netizen beragama muslim. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi prgeseran proses berdoa dari antara seseorang dengan tuhan menjadi seseorang – facebook- tuhan.

METODOLOGI

Penelitian ini berfokus pada motif berdoa di facebook. Data dikumpulkan terkait dengan bagaimana para netizen berdoa kepada tuhan di beranda facebooknya dan apa saja yang menjadi motif para netizen berdoa di facebook. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tradisi fenomenologi. Subjek penelitian adalah netizen yang berdoa di facebook yang berada dalam satu sistem dengan peneliti yaitu facebook.com/myronga. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Peneliti mewawancarai mendalam 5 netizen yaitu informan J, R, M, F dan W dengan beberapa kriteria diantaranya sering memposting status berdoa paling banyak 3 kali dalam seminggu, dan paling sering like dan komentar status berdoa yang *diposting* akun lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data wawancara, peneliti kemudian mengelompokkan data hasil penelitian sesuai dengan pertanyaan penelitian, yakni : Apa motif netizen saat berdoa di facebook. Berikut penjelasannya .

a. Motif Cari Perhatian

Beberapa netizen berdoa di facebook agar memperoleh perhatian, yaitu ketika menganggap status mengandung doa cepat menarik simpati orang berkomentar atau *me-like* statusnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan R bahwa keinginan untuk menulis doa di beranda facebook didorong oleh keinginan untuk diperhatikan. Berikut kutipan wawancara dengan informan R.

".....saya posting status berdoa hanya untuk cari perhatian saja sih, agar lebih banyak orang komentar karena bersimpati hehehe." (Informan R/2/02/2016)

Sementara informan W juga mengungkapkan bahwa berdoa di facebook dilakukannya karena melihat ada postingan serupa banyak dikomentari atau ditanggapi oleh netizen, sehingga dirinya ikut-ikutan menyampaikan doa di beranda facebooknya agar mendapat banyak komentar.

"saya lihat banyak status berdoa di komentari banyak orang, saya ikut juga, sebelumnya saya tidak pernah berdoa di facebook, agar dapat banyak komentar senang liatnya, kalo banyak komentar artinya banyak yang bacakan." (Informan W, 2/02/2016).

Tindakan yang dilakukan oleh informan W adalah bagian dari tindakan dalam kelompok yang terdorong melakukan hal yang sama setelah melihat apa yang dilakukan oleh anggota kelompok yang lain. sebagaimana dikatakan oleh Rahkmat, (2013 : 148) bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

Berdasarkan keterangan yang disampaikan informan R dan W bahwa motif berdoa di facebook yaitu untuk memperoleh perhatian adalah sebuah motif masa kini. Sejalan yang diungkapkan Schutz (1972) bahwa ada motif yang mendorong suatu tindakan tertentu maka motif mencari perhatian ini bisa disebut juga *in order to motive* (Kuswarno, 194:2009). Tipe motif masa kini ditemukan dalam pernyataan informan yaitu kata agar, seperti agar banyak komentar.

b. Motif Pamer

Motif ini dilakukan oleh netizen agar dapat dilihat orang lain sebagai orang yang baik, berbakti dan rajin. Berdoa kepada tuhan untuk orang tua, sahabat atau keberhasilan adalah sesuatu tindakan yang dianggap sangat baik oleh masyarakat umum. Sebagaimana yang diungkap oleh informan M. " *Saya ingin dikatakan sebagai anak yang berbakti kepada orang tua, makanya saya banyak berdoa untuk orang tua termasuk di facebook, saya ingin netizen mengetahui itu.* (Informan M, 2/02/2016). Dari kelima informan, tiga informan yaitu informan J, F dan M pernah berdoa untuk orang tua dan anak serta teman di beranda mereka. berikut kutipan wawancaranya.

"Saya berdoa untuk kesembuhan anak, biar jadi orang tua yang baik aja."... (Informan J/2/02/2016).
Selanjutnya.

" Saya berdoa untuk teman yang sudah meninggal, karena tak sempat datang, saya berdoa untuknya agar yang lain tau bahwa saya juga merasa kehilangan". (informan F, 2/02/2016)

Meskipun berdoa untuk kesembuhan orang tua, yang dinilai sebagian besar netizen lebih baik dilakukan setelah sholat atau ibadah lainnya, namun informan M, J dan F lebih memilih untuk menyampaikannya lewat facebook. Selain itu, keinginan pamer dapat diketahui melalui pilihan berbagai dengan publik ketimbang berbagi dengan teman. Sebab jika kategori publik maka netizen yang tidak berada dalam sistem yang samapun bisa ikut membaca. Motif ini berdasarkan teori fenomenologi Schutz masih dalam tipe motif masa kini.

c . Motif Membentuk Citra Diri

Facebook adalah tempat persentasi diri. Melalui status di beranda netizen ingin menampilkan diri mereka agar terlihat lebih baik, secantik atau sesukses dari orang lain. Bahkan meskipun pada kenyataannya tidak sebaik, secantik atau sesukses aslinya . Kelima informan pernah menyampaikan doa melalui beranda mereka untuk menunjukan siapa mereka. Menurut Informan W, di facebook penting untuk menunjukan siapa kita, berdoa juga merupakan tindakan yang menunjukan bahwa kita adalah orang beragama, yang ingat tuhan dalam situasi apa saja.

Sementara informan R, mengungkapkan berdoa di facebook menunjukkan sisi religius dari diri kita yang bisa jadi tidak diketahui netizen lain.

Sebuah citra diri dalam banyak hal mempunyai arti yang sama dengan reputasi. Istilah ini mengacu pada cara orang lain memandang kita, apakah sebagai orang yang religious, modern, baik, jahat dan lainnya. Citra diri ditentukan oleh bagaimana kita ingin dilihat oleh orang lain. Motif ini menjadi pendorong tindakan para pengguna facebook berdoa kepada tuhan di akun facebook mereka. Sebagai media sosial facebook merupakan salah satu tempat untuk menampilkan diri seseorang. Penampilan dan kepribadian yang baik, yang ditunjukkan melalui bahasa yang santun akan membentuk kesan yang positif dari orang lain. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain. Dia menyebut upaya tersebut sebagai impression management atau pengelolaan kesan, yaitu teknik yang digunakan actor untuk menmupuk kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk menimbulkan kesan tertentu, seseorang akan mempersentasikan dirinya dengan atribut, atau tindakan tertentu, termasuk pakaian, tempat tinggal, cara berjalan, gaya bicara, dan sebagainya. (Kuswarno, 2009 : 116)

Itulah mengapa sebabnya ketika melihat atau mendengar, atau membaca sesuatu hal yang baik seperti doa yang diucapkan, ditulis oleh orang lain kita menganggap orang tersebut baik. Sebab tersimpan di gudang memori kita bahwa orang yang selalu berdoa kepada tuhan adalah orang yang baik. Meskipun pada realitas bisa jadi pengguna facebook tersebut tidak pernah memanjatkan doa kepada tuhan sesering yang dia tulis di status facebooknya.

Jadi motif inipun jika mengacu pada pemikiran Schutz merupakan kategori in order to motives, motif ini adalah motif tujuan, motif yang merujuk pada masa yang akan datang.

d. Motif Ungkapan Terimakasih dan Harapan

Selain motif tujuan adalah pembentukan citra diri, motif lain yang menjadi tujuan dari para netizen facebook untuk menyampaikan doa kepada tuhan melalui statusnya adalah motif harapan. Mengharapkan doanya dikabulkan oleh tuhan melalui banyaknya orang yang menyukai doa yang ditulisnya atau berkomentar atas status doa tersebut. Harapan-harapan inilah yang menajdi target yang ingin dicapai oleh para pengguna facebook. Tujuan ini menjadi pendorong untuk menulis doa sesering mungkin di akun facebook masing-masing agar di amini banyak

orang sehingga tuhan mengabulkan doa tersebut. Kelima informan pernah menulis doa dan berdoa di berenda facebook, selain harapan agar apa yang diinginkan terkabul, motif lainnya adalah ungkapan terimakasih kepada tuhan. Seperti informan R yang paling sering menulis doa ketika ulang tahun anak, suami atau dirinya, dan menyampaikan doa jika ada teman yang berulang tahun sebagai ungkapan syukur diberi umur panjang. Informan W dan M, mengucapkan terima kasih kepada tuhan ketika tiba di bandara tujuan dengan selamat . Informan J, berterimakasih karena diberikan uang tip di kantor. Serta informan F, berterima kasih kepada tuhan karena diijinkan libur oleh atasan.

Sejalan dengan pemikiran Schutz mengenai konsep motif tujuan, bahwa setiap aktifitas individu ada penggerakannya yang disebut motif yang menjadi tujuan aktifitasnya tersebut. Dalam kategori ini, tipe motif netizen yang berdoa di facebook adalah motif masa kini dan motif masa akan datang. Motif masa kini dapat ditemukan dari kata agar dikabulkan dan motif masa akan datang dapat ditemukan dari kata untuk bersyukur dan untuk berterima kasih.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat motif-motif dalam tindakan berdoa di facebook oleh para netizen. Motif –motif tersebut diantaranya adalah :

- Motif cari perhatian
- Motif pamer
- Motif Pembentukan citra diri
- Motif ungkapan terimakasih dan harapan netizen

Motif –motif tersebut berdasarkan tipe motif Schutz dapat dikelompokkan dalam motif *in order motif* yaitu motif masa kini dan untuk masa akan datang. Hal ini dikarenakan Facebook dimaknai sebagai alat yang menjadi perantara antara diri netizen dengan sang pencipta dalam menyampaikan apa yang diinginkan. Dari berdoa melalui facebook dan turut diamini oleh para pengguna lain, apalagi dalam jumlah yang banyak akan membuat doa mereka didengar oleh tuhan dan di kabulkan.

DAFTAR PUSTAKA

Kuswarno, Engkus, Prof.Dr, M.Si. 2009. Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi :
Konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitian, Widya Padjajaran, Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin,M.Sc. 2013. Psikologi Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.