

ABSTRACT

This thesis discusses a chance of traditional religious authority in engaging with the unstoppable development of digital technology. In the last twenty years, this authority has been challenged by the emergence of new Islamic authority that utilizes digital technology to gain public interest. Internet becomes a trigger of the creation of a marketplace of religious ideas. This phenomenon arguably leads to the fragmentation of religious authority. Using Religious Social-Shaping Technology (RSST) as the foundation, this thesis explains the negotiation process used by traditional religious authority as a strategy to maintain authority. The traditional religious authority here is one of the largest Islamic organizations in Indonesia, namely *Nahdlatul Ulama*. This study focuses on the *kyai's* social media account in the four platforms: Instagram, Facebook, Twitter, and You Tube. The data is completely taken from the verified social media accounts of the *kyai* and then analyzed using organizational, intellectual, and personal backgrounds. This thesis argues that the ability of the *kyai* in showing their identity on social media is a determining factor for the existence of traditional religious authorities. They are the valuable actors who can connect authority, identity, and community. This ability is considered as part of the negotiation efforts carried out by the *kyai* who consciously or unconsciously are trying to maintain or even expand the reach of traditional religious authority in digital environment.

Keywords: Traditional Religious Authority, Kyai, Social Media, Creativity, Nahdlatul Ulama

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana nasib otoritas agama tradisional di tengah-tengah perkembangan teknologi digital. Otoritas ini dalam beberapa tahun belakangan mendapatkan tantangan dari otoritas-otoritas baru yang mulai menunjukkan eksistensinya di ruang publik. Kehadiran internet mendorong terciptanya sebuah pasar digital yang berisikan berbagai macam paham keagamaan. Fakta tersebut menginisiasi lahirnya fragmentasi otoritas agama. Dengan menggunakan teori *Religious Social-Shaping Technology* (RSST) sebagai landasan berpikir, tesis ini mengkaji tentang proses negosiasi yang dilakukan oleh otoritas agama tradisional yang dalam hal ini diwakilkan oleh para pemimpin agama. Otoritas agama tradisional yang di maksud adalah salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia yaitu *Nahdlatul Ulama*. Penelitian ini fokus untuk menganalisis konten-konten di beberapa akun dan platform media sosial para kyai. Data-data sepenuhnya diambil dari akun-akun sosial media para kyai yang telah terverifikasi kemudian di analisis dengan menggunakan tiga kagetorisasi yaitu organisasional, profesional, dan personal. Tesis ini mengajukan argumen bahwa kreativitas para kyai dalam menunjukkan identitasnya di media sosial menjadi faktor penentu dari eksistensi otoritas agama tradisional. Mereka adalah aktor penting yang bisa menghubungkan antara otoritas, identitas, dan juga komunitas agama. Kreativitas ini dianggap sebagai bagian dari upaya negosiasi sekaligus strategi yang dilakukan para kyai yang secara sadar maupun tidak sadar mereka sebenarnya sedang berusaha untuk mempertahankan atau bahkan memperluas jangkauan otoritas agama tradisional di dunia maya.

Kata kunci: Otoritas Agama Traditional, *Kyai*, Media Sosial, Kreativitas, *Nahdlatul Ulama*