

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini membahas bagaimana persepsi pengunjung saat *selfie* pada Masjid Raya Al-Jabbar Gedebage dalam berbagai pandangan baik dari aspek destinasi religi yang keterkaitan dengan peralihan fungsi tempat ibadah menjadi tempat ekspresikan diri yang akan timbul. Oleh karena itu penelitian ini memiliki beberapa variabel yang terdiri dari perkembangan teknologi, *selfie* menjadi eksistensi diri dan pengembangan fungsi masjid. Dengan demikian variabel-variabel tersebut memiliki definisi sebagai berikut:

#### **2.1. Teknologi**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya dalam bentuk media sosial, telah mengubah cara manusia berinteraksi dengan lingkungan sekitar, termasuk tempat-tempat religi. *Castells* (2009) dalam bukunya *The Rise of the Network Society* menjelaskan bahwa internet dan media sosial memungkinkan informasi dan pengalaman pribadi untuk dibagikan secara luas, mempengaruhi persepsi individu terhadap berbagai objek, termasuk tempat ibadah. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi platform utama untuk berbagi pengalaman melalui foto dan video, yang sering kali melibatkan kegiatan seperti *selfie*. Media sosial tersebut menjadi salah satu bentuk kehidupan pada zaman sekarang dengan berkembang teknologi yang semakin menyeluruh dari berbagai kalangan.

Berdasarkan Boyd (2014) dalam *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* juga menyatakan bahwa media sosial tidak hanya mengubah cara orang berinteraksi dengan teman-teman mereka, tetapi juga dengan lingkungan mereka, termasuk objek wisata atau tempat-tempat religius. Pengunjung yang melakukan *selfie* di Masjid Raya Al-Jabbar tidak hanya mendokumentasikan pengalaman pribadi mereka, tetapi juga membentuk citra masjid di mata publik melalui media sosial.

Aktivitas ini menciptakan pola sosial baru, di mana pengalaman spiritual atau religius tidak hanya dipandang sebagai kegiatan pribadi, tetapi juga sebagai peluang untuk berinteraksi secara sosial dengan dunia luar. Salah satu kemajuan teknologi yang sangat mempengaruhi perilaku sosial adalah perkembangan ponsel pintar *smartphone*.

Ponsel pintar dengan kamera berkualitas tinggi telah memungkinkan siapa saja untuk mengabadikan momen dalam bentuk foto dan video dengan sangat mudah. Menurut Hillis, Paasonen, & Petit (2015) dalam *The Selfie Society*, teknologi kamera di ponsel pintar memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar kapan saja dan di mana saja, termasuk di tempat-tempat religius seperti masjid.

Ponsel pintar tidak hanya memudahkan pengguna untuk berfoto, tetapi juga memungkinkan mereka untuk berbagi foto tersebut secara langsung ke platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Van Dijck (2013) dalam bukunya *The Culture of Connectivity* menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi tempat utama bagi individu untuk berbagi pengalaman dan

membangun identitas diri, yang turut mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar, termasuk tempat ibadah.

## **2.2. *Selfie***

*Selfie* sebagai fenomena sosial yang semakin mendunia, telah menjadi salah satu bentuk komunikasi visual yang sangat populer dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan pengguna media sosial. *Selfie* dapat dipahami sebagai sebuah ekspresi diri, di mana individu berusaha untuk menunjukkan siapa mereka, apa yang mereka alami, dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Dalam konteks ini, *selfie* bukan hanya sekedar foto diri, melainkan juga merupakan sarana bagi seseorang untuk membangun identitas, memperlihatkan status sosial, dan mengkomunikasikan pengalaman pribadi atau emosional.

Menurut Hillis, Paasonen, & Petit (2015) dalam *The Selfie Society*, *selfie* telah menjadi bagian dari budaya visual yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas dan tanpa batas. *Selfie* memberi kebebasan bagi orang untuk mendokumentasikan momen-momen penting dalam hidup mereka dan membagikannya secara luas melalui platform media sosial. Hal ini berkaitan dengan konsep *self-representation*, di mana setiap individu memiliki kontrol penuh atas bagaimana mereka ingin menampilkan diri mereka kepada publik. Dalam konteks masjid sebagai tempat ibadah dan wisata, *selfie* bisa menjadi bentuk ekspresi diri yang menggabungkan dimensi personal (kenangan pribadi) dan sosial (berbagi pengalaman dengan orang lain).

Goffman (1959) dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* menjelaskan bahwa dalam interaksi sosial, individu selalu berusaha mengelola kesan yang mereka tampilkan kepada orang lain, suatu konsep yang dikenal dengan "manajemen kesan". Dalam hal ini *selfie* berfungsi sebagai salah satu cara untuk mengatur dan mengelola citra diri yang diinginkan. Dengan memposting *selfie* di tempat-tempat seperti masjid, individu tidak hanya menunjukkan pengalaman mereka, tetapi juga menunjukkan identitas mereka sebagai seseorang yang peduli terhadap budaya, agama, atau spiritualitas tertentu.

Selain itu, Tiggemann & Slater (2013) dalam penelitian mereka tentang pengaruh media sosial pada citra tubuh menyatakan bahwa *selfie* juga dapat dipengaruhi oleh keinginan untuk mendapatkan validasi sosial dari pengikut di media sosial. Meskipun *selfie* sering kali dianggap sebagai bentuk ekspresi diri yang autentik, motivasi di balik pengambilan foto diri dapat sangat dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan kebutuhan akan pengakuan dari orang lain. Hal ini menjadi menarik ketika diterapkan pada konteks masjid sebagai tempat ibadah, karena *selfie* di tempat religi mungkin memunculkan perasaan yang berbeda bagi pengunjung, yang mungkin ingin menampilkan diri mereka sebagai pengunjung yang religius atau sebagai bagian dari pengalaman spiritual yang unik.

Penelitian oleh Sharma (2015) juga mengungkapkan bahwa *selfie* memiliki dimensi sosial yang kuat, di mana individu sering kali mengambil *selfie* untuk berbagi pengalaman mereka dengan dunia dan untuk

memperlihatkan keterlibatan mereka dengan tempat atau peristiwa tertentu. Di masjid, *selfie* bisa dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan rasa kagum terhadap arsitektur masjid, kebanggaan atas keterlibatan dalam kegiatan keagamaan, atau bahkan sebagai cara untuk mengabadikan momen penting dalam perjalanan spiritual.

Dalam konteks tempat-tempat ibadah seperti masjid, *selfie* tidak hanya menjadi ekspresi diri yang berfokus pada keinginan untuk mendokumentasikan pengalaman pribadi, tetapi juga dapat mencerminkan hubungan antara individu dengan tempat tersebut. Menurut Smith (2017), fenomena ini menggambarkan bagaimana tempat ibadah dapat menjadi objek yang dipersepsikan lebih dari sekadar ruang sakral, melainkan juga sebagai objek estetika atau simbol yang layak untuk diabadikan. Hal ini semakin diperkuat dengan adanya media sosial yang memungkinkan pengunjung untuk mengekspresikan pengalaman mereka, sekaligus mempengaruhi bagaimana masjid tersebut dilihat oleh publik.

Dengan demikian, *selfie* sebagai ekspresi diri tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pribadi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun dan mempertahankan identitas sosial dalam masyarakat digital. Dalam hal ini, pengambilan *selfie* di Masjid Raya Al-Jabbar atau masjid lainnya bukan hanya soal mengabadikan momen, tetapi juga tentang bagaimana pengunjung ingin dikenal dan bagaimana mereka memaknai hubungan mereka dengan tempat ibadah tersebut, baik dari perspektif personal maupun sosial. Hal ini juga didasari atas kebutuhan tersendiri melalui pengambilan *selfie* meskipun *selfie* di masjid yang berdampak kepada perkembangan fungsi masjid itu sendiri.

### 2.3. Fungsi Masjid

Masjid, sebagai tempat ibadah utama bagi umat Islam, memiliki berbagai fungsi yang sangat penting, baik dalam aspek keagamaan maupun sosial. Fungsi masjid kini semakin beragam seiring dengan perubahan zaman, termasuk sebagai destinasi wisata religi yang menarik perhatian banyak pengunjung. Masjid tidak hanya sekadar tempat beribadah, tetapi juga menjadi simbol spiritual, pusat sosial, pendidikan, dan budaya yang memiliki daya tarik tersendiri. Dalam konteks penelitian ini, fungsi masjid sebagai destinasi religi perlu dipahami lebih dalam, mengingat fenomena *selfie* dan persepsi pengunjung terhadap Masjid Raya Al-Jabbar dalam aspek ini.

#### 1. Masjid Sebagai Tempat Ibadah

Secara fundamental, fungsi utama masjid adalah sebagai tempat untuk melaksanakan ibadah, khususnya shalat berjamaah. *Nasr* (2002) dalam *Islamic Architecture: Form, Function, and Culture* menjelaskan bahwa masjid adalah simbol utama dalam kehidupan spiritual umat Islam. Di dalam masjid, umat Islam berkumpul untuk melaksanakan ritual ibadah yang memperkuat hubungan dengan Tuhan, termasuk salat lima waktu, salat Jumat, dan berbagai acara keagamaan lainnya. Fungsi masjid sebagai tempat ibadah tidak hanya terbatas pada ritual agama, tetapi juga menciptakan atmosfer spiritual yang mendalam bagi pengunjung.

Selain dari itu fungsi masjid sebagai tempat ibadah menjadikan masjid sebagai tempat suci dengan fokus tujuan utama pengunjung untuk beribadah, sehingga hal ini sesuai dengan pendapat Syekh Sulaiman yang

berpendapat bahwa aktivitas selfie di masjid tidak sesuai dengan fungsi masjid itu sendiri.

## 2. Masjid Sebagai Pusat Sosial dan Komunitas

Masjid Masjid sebagai pusat sosial yang menghubungkan anggota komunitas. Masjid menjadi tempat untuk berinteraksi, berdiskusi, dan melakukan berbagai kegiatan sosial, seperti pengumpulan zakat, amal, dan pengajian. *Abu-Rabi'* (2006) dalam *The Mosque in the City: Functions and Roles in the Muslim World* menyatakan bahwa masjid berfungsi sebagai pusat komunitas di mana umat Islam tidak hanya melaksanakan ibadah, tetapi juga membangun solidaritas sosial.

Dalam konteks ini, masjid seperti Masjid Raya Al-Jabbar juga berperan dalam memperkuat jaringan sosial dan budaya, tidak hanya di kalangan umat Islam tetapi juga bagi pengunjung yang tertarik untuk lebih mengenal budaya Islam.

## 3. Masjid Sebagai Tempat Pendidikan

Masjid, sejak zaman dahulu dikenal sebagai lembaga pendidikan yang penting. Banyak masjid yang menyelenggarakan kegiatan pengajaran dan pembelajaran, baik terkait ilmu agama maupun ilmu pengetahuan lainnya. *Ahmed* (2010) dalam *Islamic Education and the Mosque* menjelaskan bahwa masjid berperan dalam pendidikan agama dan juga memberikan ruang bagi umat untuk belajar tentang nilai-nilai moral, sejarah Islam, serta ilmu pengetahuan.

Dalam konteks masjid sebagai destinasi religi, banyak masjid yang menyediakan informasi mengenai sejarahnya, arsitektur, dan nilai-nilai keagamaan yang bisa meningkatkan pemahaman pengunjung tentang Islam.

Fungsi pendidikan ini menjadikan masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai tempat pembelajaran bagi masyarakat umum. Disalurkan melalui kajian dan ceramah, tetapi juga melalui simbol-simbol arsitektural, fasilitas edukatif, dan interaksi sosial yang terbentuk di dalamnya. Masjid dapat menjadi sarana internalisasi nilai-nilai Islam melalui pengalaman langsung yang dialami pengunjung.

#### 4. Masjid sebagai destinasi religi.

Dalam beberapa dekade terakhir, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai destinasi wisata religi. *Timothy & Olsen (2006)* dalam *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* mengemukakan bahwa tempat-tempat ibadah seperti masjid kini menjadi bagian dari industri pariwisata, di mana pengunjung datang untuk mengagumi arsitektur, memahami sejarah, dan merasakan pengalaman spiritual yang ada. Hal ini juga berlaku pada salah satu masjid provinsi di Jawa Barat yaitu Masjid Raya Al-Jabbar.

Masjid Raya Al-Jabbar dengan arsitektur modernnya yang megah dan berbagai fasilitas yang disediakan, menjadi salah satu contoh masjid yang juga menarik minat pengunjung sebagai destinasi religi. Bagi banyak pengunjung, masjid menawarkan lebih dari sekadar tempat untuk

beribadah, tetapi juga sebagai objek wisata budaya yang memperkenalkan mereka pada nilai-nilai Islam dan keindahan arsitektur masjid.

#### 5. *Selfie* dan Peran Masjid Sebagai Simbol Identitas dan Ekspresi Diri

Fenomena *selfie* telah menjadi bagian dari budaya visual yang tidak bisa dipisahkan dari interaksi sosial, termasuk di tempat-tempat ibadah. Hillis, Paasonen, & Petit (2015) dalam *The Selfie Society* menjelaskan bahwa *selfie* berfungsi sebagai ekspresi diri dan identitas, di mana individu menunjukkan pengalaman mereka kepada audiens yang lebih luas melalui media sosial. Dalam konteks masjid, *selfie* dapat menjadi simbol dari keterlibatan seseorang dalam pengalaman spiritual dan sosial yang mereka alami di masjid. Fenomena ini juga menciptakan hubungan antara pengunjung dan tempat ibadah, memberikan dimensi sosial yang lebih dalam pada pengambilan gambar di lokasi tersebut.

Masjid memiliki berbagai fungsi yang sangat penting dalam kehidupan umat Islam, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat sosial, pendidikan, dan budaya. Fungsi masjid sebagai destinasi religi semakin berkembang dengan adanya peran masjid dalam pariwisata religi, yang menarik perhatian pengunjung dari berbagai kalangan. Dalam konteks fenomena *selfie*, masjid seperti Masjid Raya Al-Jabbar tidak hanya menjadi tempat untuk beribadah, tetapi juga sebagai simbol identitas, ekspresi diri, dan objek estetika yang menarik bagi pengunjung yang ingin mengabadikan pengalaman mereka. Lebih dari itu, fenomena ini menjadikan sebuah landasan penelitian yang akan dicari,

dengan perkembangan teknologi menjadikan seorang individu memiliki suatu pemikiran dan perubahan terhadap peralihan fungsi tempat ibadah.

#### **2.4. Landasan Teoretik**

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan teori dari disiplin antropologi untuk membahas kajian analisis peranan pengunjung terhadap suatu bangunan masjid dengan menggunakan teori antropologi yaitu teori persepsi. Persepsi merupakan proses mental yang memungkinkan individu untuk menginterpretasikan dan memberi makna terhadap informasi yang diterima melalui panca indera. Persepsi tidak hanya mencakup apa yang dilihat, dengar, atau rasakan, tetapi juga bagaimana mengorganisir dan menafsirkan informasi tersebut untuk membentuk pemahaman tentang dunia sekitar. Hal ini sehingga memungkinkan muncul suatu pandangan yang berbeda-beda setiap individu dalam menerima suatu pandangan.

Menurut Richard L. Gregory (2009) seorang pakar dalam bidang persepsi visual, mengatakan bahwa Persepsi adalah konstruksi mental yang berdasarkan pada data sensorik dan pengalaman sebelumnya. Oleh karena itu, persepsi bisa berbeda-beda pada setiap individu. Ini menunjukkan bahwa persepsi bersifat subjektif dan bisa bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk latar belakang dan konteks.

Landasan teori dengan menggunakan teori persepsi menghasilkan sebuah analisis yang didasarkan atas pandangan setiap individu yang berbeda-beda dengan kalangan yang berbeda. Hal ini mengartikan suatu hasil atas keberagaman pandangan mengenai suatu hal. Oleh karena itu dalam penelitian

ini menggunakan teori atribusi sosial. Teori atribusi sosial adalah salah satu konsep utama dalam psikologi sosial yang berkaitan dengan bagaimana individu memberikan penjelasan terhadap perilaku orang lain dan kejadian yang terjadi dalam kehidupan sosial.

Atribusi sosial adalah proses di mana seseorang mencoba untuk memahami sebab-akibat dari tindakan atau perilaku yang dilihat, baik yang berasal dari individu lain maupun situasi yang lebih besar. Dalam konteks persepsi sosial, atribusi sangat penting untuk menginterpretasikan tindakan orang lain dapat mempengaruhi persepsi terhadap pengunjung, serta terhadap situasi atau objek yang dihadapi.

Atribusi sosial adalah proses kognitif yang digunakan oleh individu untuk menentukan sebab atau penyebab suatu perilaku. Menurut *Heider* (1958), seorang tokoh utama dalam pengembangan teori atribusi, individu cenderung mencari alasan atau penjelasan mengenai tindakan orang lain. Atribusi dapat dibedakan menjadi dua jenis utama: atribusi internal dan eksternal.

1. Atribusi Internal: Menyatakan bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh faktor-faktor internal, seperti karakter, kepribadian, atau niat individu tersebut.
2. Atribusi Eksternal: Menyatakan bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh faktor eksternal, seperti situasi atau pengaruh lingkungan yang mempengaruhi tindakan individu tersebut.

Menurut *Heider* (1958) dalam teorinya yang dikenal sebagai teori atribusi, individu memiliki kecenderungan untuk menjelaskan perilaku

orang lain dengan atribusi internal atau eksternal. Misalnya, jika seseorang berperilaku baik atau sopan, mungkin menganggap itu sebagai cerminan dari kepribadian atau karakter yang baik (atribusi internal). Sebaliknya, jika seseorang bertindak kasar, mungkin menyalahkan situasi atau stres yang sedang dialami individu tersebut (atribusi eksternal).

Sedangkan *Harold Kelley* (1973) mengembangkan teori atribusi yang lebih terperinci, yang dikenal dengan model atribusi konsistensi, konsensus, dan diferensiasi. Model ini berfokus pada tiga jenis informasi yang digunakan oleh individu untuk membuat atribusi terhadap perilaku seseorang:

1. *Konsistensi (Consistency)*: Sejauh mana seseorang menunjukkan perilaku yang sama di berbagai kesempatan. Jika seseorang konsisten dalam berperilaku, akan lebih cenderung untuk membuat atribusi internal (menganggap itu berasal dari kepribadian mereka).
2. *Konsensus (Consensus)*: Sejauh mana orang lain di sekitar individu tersebut berperilaku serupa dalam situasi yang sama. Jika banyak orang berperilaku serupa, maka atribusi eksternal lebih cenderung digunakan.
3. *Diferensiasi (Distinctiveness)*: Sejauh mana individu menunjukkan perilaku yang berbeda dalam situasi yang berbeda. Jika perilaku yang sama hanya muncul dalam satu konteks, atribusi eksternal lebih mungkin digunakan.

Dalam konteks persepsi sosial, atribusi berperan penting untuk menginterpretasikan perilaku orang lain dapat mempengaruhi sikap dan interaksi sosial. Misalnya, jika pengunjung masjid melakukan *selfie*, dapat menilai tindakan tersebut berdasarkan atribusi internal atau eksternal.

Jika mengaitkan *selfie* dengan motivasi pribadi, seperti ingin mengabadikan momen penting atau mengekspresikan kebanggaan terhadap tempat tersebut, maka memungkinkan memberikan atribusi internal terhadap perilaku pengunjung. Sebaliknya, jika menilai *selfie* sebagai akibat dari pengaruh sosial media atau pengaruh tren, hal itu dapat memberikan atribusi eksternal.

Pada akhirnya, atribusi sosial mempengaruhi cara mempersepsikan perilaku orang lain dan situasi sosial. Dalam hal ini, jika pengunjung merasa bahwa *selfie* di masjid adalah cara untuk mengungkapkan rasa spiritualitas atau berbagi pengalaman keagamaan, persepsi terhadap tindakan tersebut akan berbeda dibandingkan jika menganggap *selfie* hanya dilakukan karena dorongan sosial media atau tren.

Atribusi sosial memiliki dampak besar dalam interaksi sosial. Ketika seseorang berperilaku dengan cara tertentu, penilaiannya bergantung pada bagaimana orang lain mengatributkan perilaku tersebut. Jika menganggap seseorang berperilaku baik karena karakter internal mereka, akan lebih cenderung memiliki pandangan positif

terhadap orang tersebut. Sebaliknya, jika menganggap perilaku negatif mereka disebabkan oleh faktor eksternal, akan lebih mudah memaafkan mereka

Dalam konteks *selfie* di tempat ibadah seperti Masjid Raya Al-Jabbar, atribusi sosial ini juga berlaku. Pengunjung yang melakukan *selfie* mungkin ingin menunjukkan bahwa mereka mengunjungi tempat suci dengan niat yang baik, yang dapat dipahami sebagai atribusi internal, atau mungkin melakukannya hanya untuk berbagi gambar di media sosial, yang bisa dipandang sebagai atribusi eksternal.

Teori atribusi sosial memberikan landasan teori untuk memahami bagaimana pengunjung Masjid Raya Al-Jabbar dapat mempersepsikan pengalaman mereka saat melakukan *selfie*. Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh atribusi yang pengunjung buat terhadap perilaku sendiri dan orang lain, serta terhadap masjid sebagai destinasi religius. Jika pengunjung mengatributkan *selfie* sebagai bentuk ekspresi spiritual, maka pengalaman pengunjung di masjid akan dilihat sebagai bagian dari upaya untuk menunjukkan komitmen religius atau kebanggaan pribadi. Namun, jika *selfie* dianggap sebagai aksi sosial semata, persepsi terhadap masjid bisa lebih bersifat komersial atau konsumtif.

Teori atribusi sosial berperan sebagai proses lanjutan dari persepsi, di mana seseorang mencoba memahami motif atau sebab di

balik perilaku selfie tersebut, apakah berasal dari faktor internal atau eksternal.

Kedua teori ini saling melengkapi dalam menganalisis fenomena sosial yang kompleks. Dalam konteks penelitian ini, penilaian pengunjung terhadap aktivitas selfie tidak hanya ditentukan oleh tindakan yang mereka lihat, tetapi juga oleh penilaian pengunjung terhadap motif di balik tindakan tersebut. Hubungan antara persepsi dan atribusi sosial ini menjadi dasar dalam merumuskan analisis terhadap berbagai tanggapan pengunjung masjid terhadap fenomena selfie.

## **2.5. Kerangka Pemikiran**

Fenomena selfie di ruang publik keagamaan seperti Masjid Raya Al-Jabbar menciptakan respons sosial yang beragam. Sebagian pengunjung menganggapnya sebagai bentuk ekspresi modern yang sah-sah saja, sementara yang lain menilainya kurang pantas dalam konteks tempat ibadah. Untuk memahami beragam pandangan ini, diperlukan kerangka pemikiran yang berpijak pada teori persepsi dan teori atribusi sosial.

Dalam menganalisis persepsi pengunjung saat melakukan *selfie* diperlukan beberapa aspek yang harus diambil, sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan, analisis ini dilakukan atas dasar aspek latar belakang penyebab suatu perilaku tersebut. Dapat diuraikan bagaimana pengunjung memiliki latar belakang melakukan *selfie* di suatu masjid dimana secara umum

fungsi utama masjid adalah tempat beribadah. kajian ini dilakukan di Masjid Raya Al-Jabbar gedebage sebagai objek dalam menganalisis hal tersebut. Pembangunan masjid tersebut memakan banyak sekali kekaguman bagi masyarakat sekitar bahkan luar, oleh karena itu tidak heran banyak sekali pertimbangan aspek yang menjadi pengunjung melakukan *selfie* sehingga mempengaruhi perkembangan fungsi dari masjid itu sendiri.

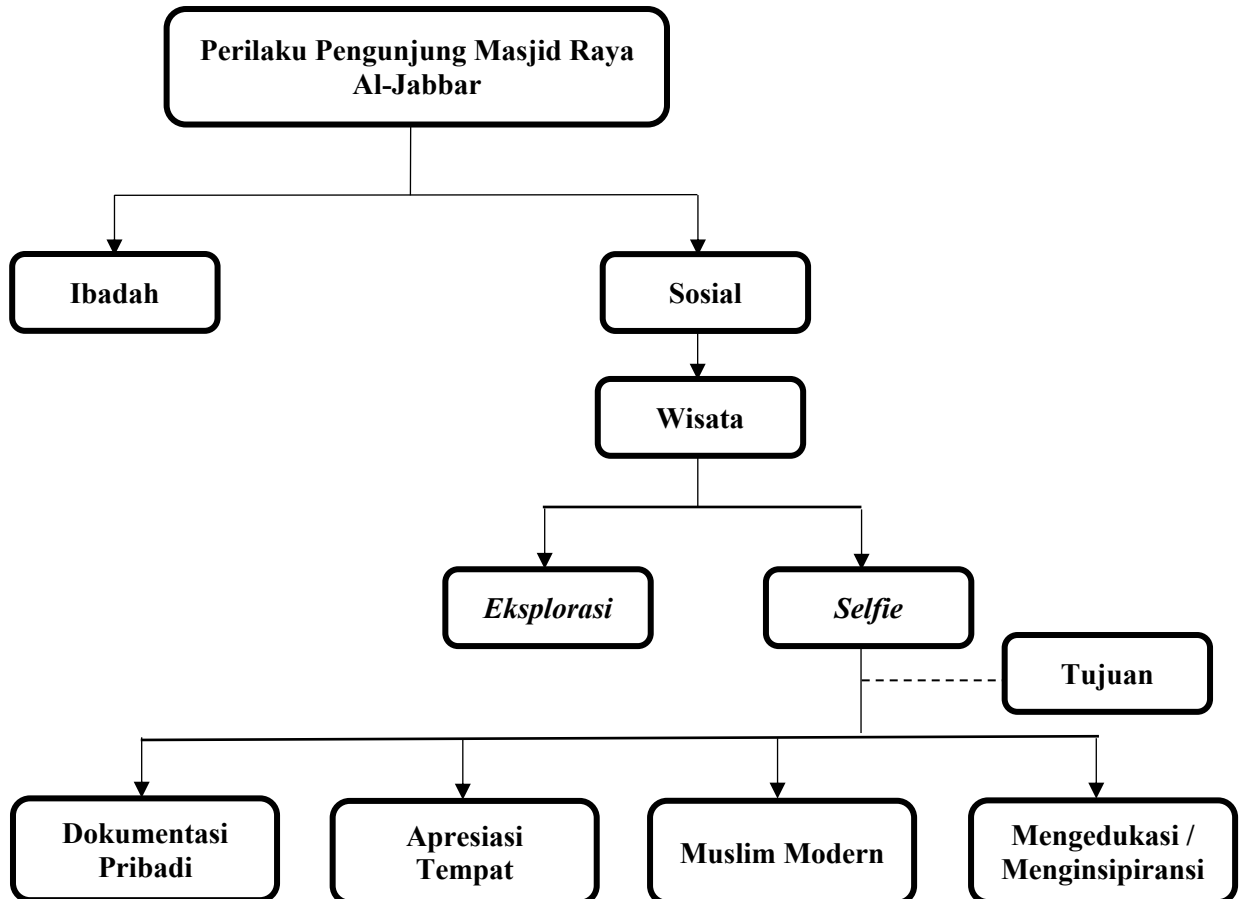
Dengan menggunakan Teori persepsi untuk menjelaskan bagaimana pengunjung Masjid Raya Al-Jabbar menangkap dan memaknai tindakan *selfie* yang terjadi di sekitarnya. Proses persepsi ini melibatkan interpretasi awal terhadap apa yang dilihat dari segi ekspresi, pose, hingga konteks waktu dan tempat. Persepsi ini bersifat subjektif dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang individu, seperti tingkat religiusitas, pengalaman sosial, usia, pendidikan, serta nilai-nilai yang dianutnya.

Dengan kerangka ini, penelitian tidak hanya menggambarkan tanggapan permukaan, tetapi juga mampu menelusuri bagaimana dan mengapa penilaian itu terbentuk yang pada akhirnya dapat menggambarkan dinamika sosial dan religius dalam ruang publik keagamaan modern.

jika dilihat dari analisis suatu pengunjung yang melakukan *selfie* di tempat beribadah menjadikan tujuan lain dari ibadah menjadi suatu hal baru yang dapat dianalisis dengan penelitian ini. oleh karena itu penulis melakukan suatu penelitian dengan fokus menganalisis faktor faktor penyebab perilaku *selfie* di dalam destinasi religi.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



(Sumber : Peneliti dan Pembimbing, 2025)