

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI MODERASI BERAGAMA

Fathur Rohman

e-mail: *fathurrohman.uinsby@ac.id*

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Abstrak

Pluralisme merupakan bagian dari bangsa Indonesia yang multikultural. Sebagai agama mayoritas, Islam telah mengajarkan konsep moderasi agama yang dewasa ini telah berpadu dengan perkembangan teknologi internet, khususnya media sosial. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menunjukkan konsep, potensi, dan contoh dari pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan sosialisasi moderasi beragama di Indonesia. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dan pembahasan yang didapatkan berupa deskripsi mengenai moderasi agama dari sudut pandang Islam, profil media sosial, dan pemanfaatannya dalam melakukan sosialisasi moderasi beragama melalui konten dan literasi. Kesimpulan yang didapatkan berupa media sosial merupakan wadah yang efektif dalam melakukan sosialisasi moderasi beragama dengan pedoman dari Al-Quran dan ajaran Islam.

Kata Kunci: *Media Sosial, Sosialisasi, Moderasi beragama*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara multikultural. Terbentang dari Sabang hingga Merauke dengan ribuan pulauanya, membuat Indonesia sangat kaya akan nilai keberagaman. Keberagaman budaya di Indonesia meliputi suku, bahasa, hingga agama. Menurut Penetapan Presiden Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1965 tentang Pencegahan Penyalahgunaan dan/atau Penodaan Agama, Indonesia telah mengakui sebanyak enam agama resmi. Keenam agama tersebut adalah Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha dan Khong Hu Cu. Banyaknya agama yang hidup berdampingan merupakan bukti bahwa pluralisme merupakan bagian dari harta berharga yang dimiliki bangsa Indonesia yang membedakannya dengan bangsa lain di dunia.

Islam merupakan agama dengan jumlah pemeluk terbesar di Indonesia. Data dari Kemendagri dikutip dari Bayu (2022) dalam *dataindonesia.id*, jumlah penduduk Muslim Indonesia berjumlah 237,53 juta jiwa atau memiliki presentase hingga 86,9 persen dari seluruh warga negara Indonesia. Meskipun demikian, Indonesia bukanlah negara Islam, namun merupakan negara persatuan. Adapun Islam di Indonesia telah menyatu dengan adat dan tradisi budaya leluhur yang menjadikannya memiliki nilai khas dan unik, bukan Islam yang kaku dan ekstrem. Salah satu keunikan dari keragaman budaya di Indonesia adalah seluruh agama dapat hidup secara berdampingan. Hal ini dikenal luas dengan istilah toleransi.

Dalam Islam, toleransi atau tasamuh merupakan salah satu kewajiban seorang muslim. Toleransi merupakan sikap tenggang rasa pada perbedaan orang lain dalam berbagai hal dengan memberikan penghargaan dan penghormatan terhadap dasar kehidupan dalam batas agama (Amin et al., 2018). Adapun dasar dari perintah toleransi terdapat pada:

1. QS. Al-Maidah [5]: 48 tentang prinsip perbedaan keyakinan manusia merupakan bagian dari kekuasaan Allah yang langgeng,
2. QS. An-Nahl [16]: 125 tentang keyakinan yang salah diserahkan sepenuhnya kepada Allah untuk mengadili hambanya,
3. Prinsip teologi yang berbunyi semua orang memiliki agama alami (fitrah) yang terkait dengan sifat spiritual dan moral, yang dikatakan sebagai kebenaran dan kebaikan (Amin et al., 2018).

Dalam ruang yang lebih luas, toleransi merupakan bentuk dari moderasi beragama. Moderasi beragama berarti menerima ajaran agama dengan tidak ekstrim (Novia et al., 2020). Moderasi beragama adalah pandangan moderat atau sikap netral terhadap keyakinan beragama (Pratiwi et al., 2021). Secara sederhana, moderasi beragama adalah perilaku tidak menyikapi kepercayaan secara berlebihan serta tidak merendahkan kepercayaan lain yang tidak sesuai dengannya. Moderasi beragama merupakan isu yang konsisten untuk dibahas dalam kehidupan masyarakat Indonesia, terlebih lagi dengan masifnya perkembangan teknologi (internet).

Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama



Gambar 1. Landasan hukum moderasi beragama di Indonesia

Sumber: Kemenag RI, 2020.

Dewasa ini, dunia telah bertransformasi menjadi dunia modern dengan menerapkan teknologi di seluruh sendi-sendi kehidupan. Hampir seluruh aktivitas manusia kini ditunjang dengan adanya internet atau serba *online*. Adanya teknologi dan pesatnya perkembangan internet membuat masyarakat semakin mudah untuk mengaksesnya untuk menelusur informasi apapun. Dengan kata lain, internet telah mengubah dan mempermudah kehidupan manusia, dengan catatan dampak negatif yang ditimbulkannya.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi (internet) adalah media sosial yaitu alat komunikasi dalam jaringan (*daring*) yang dapat digunakan orang secara bebas untuk aktualisasi diri, pencarian informasi, bercerita, dan membangun hubungan dengan orang lain (Purbohasuti dan Arum Wahyuni (2017) dalam Romi et al., (2021)). Terdapat beberapa media sosial terpopuler saat ini, seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Google, Youtube, dan Telegram.

Media sosial seolah-olah merupakan kebutuhan primer di era digital. Pernyataan ini didukung oleh pengguna media sosial yang meliputi seluruh golongan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Statistik juga menunjukkan peningkatan jumlah pengguna media sosial dari tahun ke tahun. Data terbaru dari *We Are Social* dalam (Mahdi, 2022) dikutip dari *dataindonesia.id*, jumlah pemakai media sosial di Indonesia berjumlah 191 juta jiwa, mengalami peningkatan sebanyak 12,35 persen dari tahun

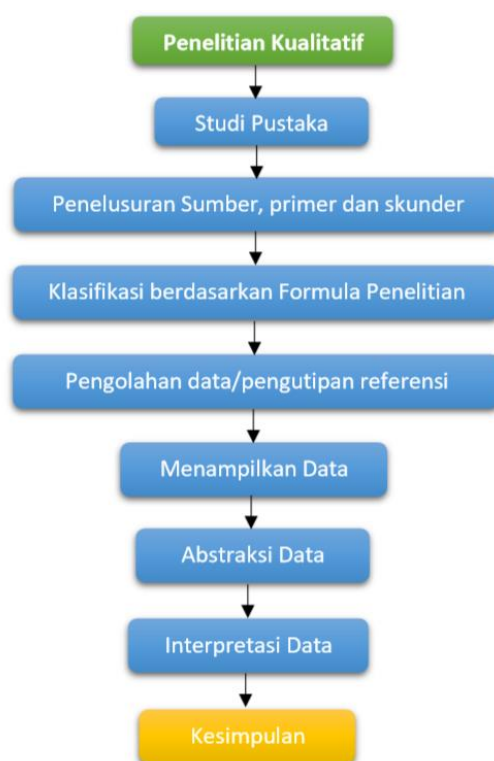
sebelumnya. Whatsapp menjadi yang terpopuler diikuti oleh Instagram dan Facebook.

Besarnya pengguna media sosial merupakan gambaran dari penduduk Indonesia. Beragamnya karakteristik warga negara dalam dunia nyata juga didapati dalam media sosial, termasuk juga latar belakang agama yang berbeda-beda. Hal demikian membuat peluang meningkatnya interaksi satu sama lain. Media sosial merupakan wadah yang sangat potensial dalam melakukan sosialisasi terhadap moderasi beragama. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan konsep, potensi, dan contoh dari pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan sosialisasi moderasi beragama di Indonesia.

METODE

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (1982) dalam (Abdussamad, 2021:30) merupakan teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang atau perilaku yang diamati dan menggunakan pendekatan holistik terhadap latar belakang dan individu. Adapun metode kualitatif jenis penelitian kualitatif yang dimaksud adalah studi pustaka. Menurut (Tersiana, 2018:12), studi pustaka adalah metode kajian dari bahan dokumenter tertulis yang berupa buku teks, surat kabar, artikel jurnal, dan sebagainya. Studi pustaka meliputi tahapan-tahapan berupa penelusuran sumber primer dan sekunder, klasifikasi berdasarkan formula penelitian, pengolahan data, serta pengutipan referensi. Selanjutnya, proses penelitian kualitatif studi pustaka akan menampilkan data, abstrak, interpretasi, dan kesimpulan (Adlini et al., 2022).

Metode penelitian kualitatif dilakukan melalui studi pustaka dengan maksud untuk mendeskripsikan konsep, potensi, serta contoh dari pemanfaatan media sosial dalam sosialisasi moderasi beragama yang semakin berkembang, khususnya dilihat dari sudut pandang agama Islam. Penelitian ini menghimpun informasi relevan yang terdiri dari buku, artikel jurnal ilmiah, survei atau laporan, dan artikel populer media massa dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir sehingga memiliki nilai kebaruan yang tinggi. Informasi tersebut kemudian dipaparkan secara deskriptif.



Gambar 2. Skema penelitian kualitatif dengan jenis studi pustaka
Sumber: Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan
(Darmalaksana, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Moderasi Beragama Menurut Pandangan Islam

Moderasi merupakan kebijakan pengembangan keharmonisan masalah sosial yang membantu mengembangkan masalah pribadi, keluarga dan masyarakat sedemikian rupa sehingga interaksi satu sama lain dapat berkembang (Kosasih et al., 2019). Dalam Islam, moderasi dikenal dengan *al-wasathiyah*, artinya yang terbaik dan paling sempurna, sedangkan pelakunya disebut moderat (R. Wibowo et al., 2021). Moderat merupakan pemahaman di tengah, bukan partisan, tetapi sebagai penghubung antara dua kubu yang berseberangan (Romi et al., 2021). Pada penerapannya, bentuk moderat dalam Islam dapat dibagi menjadi empat bidang, yakni moderat dalam persoalan akidah, ibadah, budi pekerti, dan *tasyri'* (pembuatan syariat) (Yasid, 2010 dalam Fahri & Zainuri, 2019).

Adapun menurut Afrizal Nur dan Mukhlis (2016), ciri-ciri lain tentang *wasathiyyah* antara lain adalah mengambil jalan tengah, berkesinambungan, lurus dan tegas, toleransi, egaliter, musyawarah, mendahulukan prioritas, serta dinamis dan inovatif (Fahri & Zainuri, 2019). Lebih jauh, moderasi beragama memiliki beberapa pilar yang menopangnya. Menurut Zamimah (2018) yang mengutip pendapat Quraisy Shihab dalam Fahri & Zainuri (2019), berikut ini merupakan pilar-pilar dari moderasi beragama menurut Islam:

1. Keadilan

Adil memiliki makna seseorang yang berjalan lurus dan sikapnya selalu menggunakan ukuran yang sama, dapat menempatkan sesuatu pada tempat yang seharusnya, memberikan sesuatu kepada pemiliknya melalui jalan tercepat, dan menilai sesuatu dengan pas.

2. Keseimbangan

Keseimbangan ditemukan dalam kelompok dengan banyak bagian untuk tujuan tertentu. Keseimbangan tidak membutuhkan level dan kondisi yang sama untuk menyeimbangkan semua bagian.

3. Toleransi

Toleransi adalah batas ukuran untuk masih dapat diterima dalam melebihi atau mengurangi, atau penyimpangan yang dibenarkan.

Adapun ciri-ciri lain tentang *wasathiyyah* yang disampaikan oleh Afrizal Nur dan Mukhlis (2016) dalam Fahri & Zainuri (2019) adalah sebagai berikut: (1) *Tawassuth* (mengambil jalan tengah), yaitu pemahaman dan pengamalan yang tidak *ifrath* (berlebih-lebihan dalam beragama) dan *tafrith* (mengurangi ajaran agama); (2) *Tawazun* (berkeseimbangan), yaitu pemahaman dan pengamalan agama secara seimbang yang meliputi semua aspek kehidupan, baik duniawi maupun ukhrawi, tegas dalam menyatakan prinsip yang dapat membedakan antara *inhira*, (penyimpangan,) dan *ikhtilaf* (perbedaan); (3) *l'tidâl* (lurus dan tegas), yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya dan melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban secara proporsional; (4) *Tasamuh* (toleransi), yaitu mengakui dan menghormati perbedaan, baik dalam aspek keagamaan dan berbagai aspek kehidupan lainnya; (5) *Musawah* (egaliter), yaitu tidak bersikap diskriminatif pada yang lain disebabkan perbedaan keyakinan, tradisi dan asal usul seseorang; (6) *Syura* (musyawarah), yaitu setiap persoalan diselesaikan dengan jalan musyawarah untuk mencapai mufakat dengan prinsip menempatkan kemaslahatan di atas segalanya; (7) *Ishlah* (reformasi), yaitu mengutamakan prinsip reformatif untuk mencapai

keadaan lebih baik yang mengakomodasi perubahan dan kemajuan zaman dengan berpijak pada kemaslahatan umum (*mashlahah 'ammah*) dengan tetap berpegang pada prinsip *al-muhafazhah 'ala al- qadimi al-shalih wa al-akhdu bi al-jadidi al- ashlah* (melestarikan tradisi lama yang masih relevan, dan menerapkan hal-hal baru yang lebih relevan); (8) *Aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), yaitu kemampuan mengidentifikasi hal ihwal yang lebih penting harus diutamakan untuk diterapkan dibandingkan dengan yang kepentingannya lebih rendah, dan; (9) *Tathawwur wa Ibtikar* (dinamis dan inovatif), yaitu selalu terbuka untuk melakukan perubahan-perubahan kearah yang lebih baik.

Moderasi beragama memiliki sembilan konsep kunci. Menurut Kepala Kemenag Gunungkidul, Drs. H. Sa'ban Nuroni, MA., dikutip dari Nurafrianti (2022) dalam *gunungkidul.kemenag.co.id.*, beliau menjelaskan sembilan konsep kunci moderasi beragama diantaranya adalah adil, berimbang, menjunjung tinggi nilai luhur kemanusiaan, menjaga kemaslahatan dan ketertiban umum, menaati kesepakatan bersama dan taat konstitusi, komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan dan penerimaan terhadap tradisi. Selain itu, Sa'ban juga menyampaikan hal penting lain yang juga menjadi kunci dari moderasi beragama adalah *I, you* dan *we*. *I* atau saya dan *you* atau anda merupakan subjektif, sedangkan *we* atau kita merupakan intersubjektif sehingga saat melakukan penilaian terhadap seseorang memang tidak terlepas dari nilai-nilai subjektivitas, namun ketika sudah berbicara untuk kebersamaan maka harus mengkomunikasikan antarsubjek, sehingga muncullah sebuah kesepakatan bersama yang kita jadikan sebagai dasar dari kerukunan diantara umat beragama.

Media Sosial

Media sosial disusun dengan dua kata, yakni kata media (alat untuk berkomunikasi) dan sosial (interaksi individu kepada masyarakat sekitarnya). Media sosial didefinisikan sebagai sarana seseorang untuk melakukan kontak dengan orang lain yang menawarkan kontribusi kepada lawan bicaranya (Kosasih et al., 2019). Munculnya media sosial memberikan dampak yang besar untuk pengembangan kebiasaan komunikasi dan interaksi masyarakat di ruang umum. Kontak antarmanusia tidak lagi benar-benar terhubung secara nyata, namun melalui dunia maya (buatan) dengan menggunakan teknologi digital (R. Wibowo et al., 2021).

Media sosial berbasis internet memiliki beberapa karakteristik dan fungsi. Karakteristik media sosial adalah dapat digunakan dengan cara apa pun, dapat digunakan sesuai keinginan pengguna, perancang atau

pengembang, dapat melibatkan interaksi pengguna tingkat tinggi, dan ide disajikan melalui ikon dan grafik. Disamping itu, media sosial juga memiliki fungsi yang signifikan pada zaman digital sekarang ini. Fungsi media sosial adalah memperluas interaksi sosial masyarakat melalui teknologi internet dan jaringan, mengubah praktek komunikasi satu arah (*one-to-many* atau *many-to-many*), mendukung pemasyarakatan pengetahuan dan informasi, serta mengubah pemirsa konten berita maupun penulis pesan itu sendiri (R. Wibowo et al., 2021). Kaplan dan Haenlein dalam Kosasih et al (2019) membagi media sosial menjadi lima jenis, yaitu sebagai berikut

- a. Proyek Kolaborasi (Wiki, Bookmark),
- b. Blog dan Mikroblog (Twitter),
- c. Konten (YouTube),
- d. Situs jejaring sosial (Facebook dan Instagram), dan
- e. Virtual Game Works (3D).

Berbagai *platform* media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masa kini. Hal ini dibuktikan dengan hampir seluruh aktivitas masyarakat bertautan dengan media sosial dan setiap orang hampir pasti memiliki media sosial yang aktif. Selain sebagai sarana untuk berkomunikasi, media sosial juga merupakan sarana untuk berselancar dalam memenuhi kebutuhan informasi. Di sisi lain, besarnya pemilik akun media sosial yang akrab dikenal dengan sebutan *netizen* juga merupakan potensi untuk membawa arah kehidupan pribadi, kelompok, hingga bangsa dan negara, tak terkecuali pada ruang lingkup keagamaan.

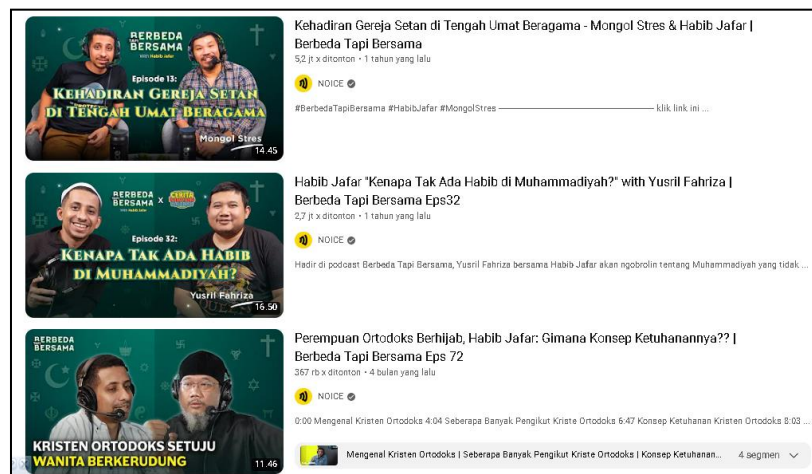
Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama

Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai sarana untuk berbagai kebutuhan yang tidak dapat dihindari oleh semua lapisan masyarakat, salah satunya untuk menyampaikan pesan-pesan penting dengan mudah dan cepat, termasuk menjadi forum yang efektif untuk menyebarkan narasi kebaikan (Hamdi et al., 2021). Orang Indonesia bahkan sering menggunakannya sebagai tempat belajar agama atau *cyberreligion* (Pratiwi et al., 2021). Oleh karena itu, Media sosial harus dijadikan sebagai wadah untuk menyebarkan pesan-pesan moderasi beragama yang positif, apalagi di saat terjadi bebasnya perbedaan gagasan yang menyusup dan mempengaruhi sikap menjadi semakin ekstrem hingga menghadirkan perbedaan posisi keagamaan dengan argumentasi yang sangat jauh dari penafsiran moderasi beragama. Mengakrabkan masyarakat dengan istilah moderat menuju perilaku dan perbuatannya yang ikut menjadi moderat hingga akhirnya terwujud

kerukunan dalam beragama merupakan urgensi dari moderasi beragama melalui media sosial (Irsadhatul Ummah, 2021).

Di era disrupsi dan revolusi industri 4.0 yang serba cepat saat ini, media memegang peranan penting dalam menyebarkan sebuah nilai, baik baik maupun buruk. Selain itu, publik juga tidak bergantung pada media arus utama (*mainstream*) dalam memperoleh informasi. Slogan *the main is no longer the main* (yang utama tidak lagi utama) benar-benar berlaku di dunia komunikasi dan informasi. Karenanya, saat ini media sosial juga menjadi saluran penting bahkan terdepan dalam membentuk serta menyebarkan isu dan sentimen keagamaan. Oleh karena itu, media sosial menjadi sangat strategis dalam penguatan moderasi beragama melalui pengayaan dan penguatan literasi masyarakat sebagai pembentuk nilai-nilai kolektif agar media sosial tidak menjadi sarana menyebarkan sentimen kebencian atas nama agama.

Media sosial identik dengan kontennya. Dengan demikian, konten media sosial merupakan salah satu hal terpenting dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan sosialisasi moderasi beragama. Menurut Hamdi et al. (2021), terdapat beberapa alasan pentingnya konten media sosial tentang moderasi beragama. Pertama, untuk menunjukkan Islam adalah agama yang berkemanusiaan. Konten moderasi beragama paling tidak dapat menurunkan ketegangan intoleren melalui syair yang menyejukkan. Kedua, mengubah paradigma dari qabillah menjadi ummah. Konten moderasi beragama di media sosial dapat mengubah paradigma fanatisme terhadap suatu golongan. Ketiga, revitalisasi Islam kaffah. Artinya melalui metode ini, nilai Islam yang sebenar-benarnya dan menyeluruh dari bermacam sudut pandang dapat dipahami. Adapun contoh dari konten media sosial bertema moderasi beragama adalah melakukan kunjungan ke desa yang berbudaya moderat kuat dan mempostingnya, serta membuat video diskusi dan sharing bersama tokoh dari agama lain (Romi et al., 2021).



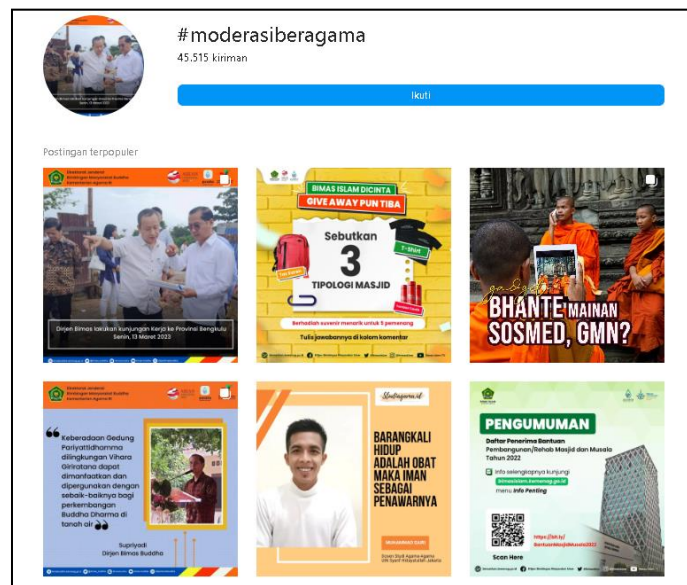
Gambar 3. Channel Youtube Habib Ja'far, *content creator* yang sering melakukan *podcast* dengan tokoh agama lain sebagai contoh konten moderasi beragama.

Sumber: <https://www.youtube.com/@NOICEYouTube>

Konten moderat religius dapat mencakup wawasan yang berkaitan dengan agama, kebhinekaan, rasa hormat, toleransi, dan kemanusiaan yang seluruhnya berlandaskan Al-Qur'an dan Pancasila yang dikemas dengan menarik untuk menarik minat pengguna media sosial (R. Wibowo et al., 2021). Kampanye moderasi beragama lewat poster, meme, dan video pendek merupakan contoh sosialisasi moderasi beragama melalui platform Instagram dan Tiktok (Pratiwi et al., 2021).

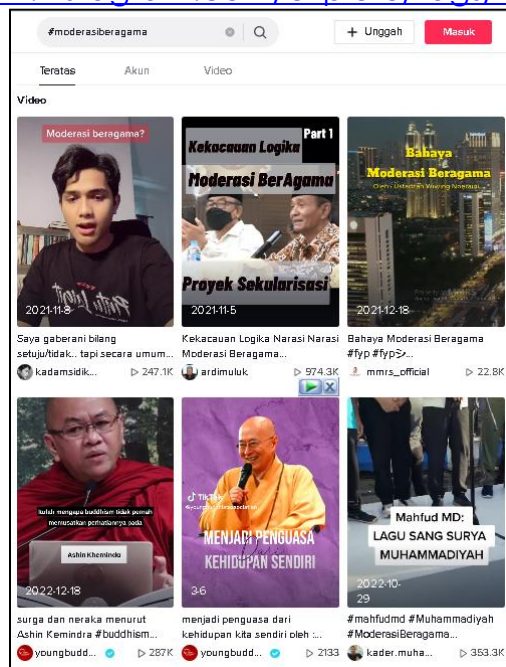
Pada Instagram dan Tiktok, terdapat kesamaan yakni penggunaan tanda pagar atau *hashtag* (#) yang menjadi identitas konten dan mempermudah dalam melakukan pencarian. Pengguna dapat melakukan kampanye moderasi beragama terkait konten sosialisasi terhadap gagasan, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama dengan memposting poster dan video yang berisikan pesan dan simbol-simbol mengenai moderasi beragama, seperti perbedaan tempat ibadah dan pakaian keagamaan tertentu yang dimaknai sebagai perbedaan agama yang ada di Indonesia. Setelah itu, pengguna menuliskan pesan yang akan disampaikan melalui *caption* yang tertera pada postingan tersebut yang berbentuk pesan persuasif atau ajakan yang membangkitkan pemahaman dan kesadaran manusia terhadap apa yang disampaikan yang akan mengubah sikap seseorang (Pratiwi et al., 2021).

Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama



Gambar 4. Konten moderasi beragama di Instagram berjumlah lebih dari 45 ribu postingan

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/moderasiberagama/>



Gambar 5. Konten moderasi beragama di TikTok yang ditonton ratusan ribu kali

Sumber: <https://www.tiktok.com/search?q=%23moderasiberagama&t=16787977629>

Sedangkan pada Facebook, rancangan pesan moderasi keagamaan harus mencerminkan pesan yang informatif (berdasarkan data dan fakta) dan persuasif (mempengaruhi atau membujuk emosi pembaca). Pesan tidak harus dalam bentuk tulisan, tetapi bisa berupa video atau gambar deskriptif (A. Wibowo, 2019). Adapun elemen penting yang dapat mendukung kampanye moderasi beragama di Facebook menurut Venus dalam Wibowo (2019) meliputi:

1. *The Intended Effect*

Sebelum menentukan elemen pendukung kampanye, efek yang diinginkan harus jelas, sehingga pencapaiannya detil dan signifikan.

2. *Competing Communication*

Perlu memperkirakan potensi-potensi pengganggu jalannya kampanye, sehingga kampanye dapat terlaksana dengan efektif.

3. *The Communication Objective*

Perlu menetapkan tujuan jangka panjang agar kampanye terarah dan terukur.

4. *Target Population and The Receiving Group*

Target mengacu pada seluruh kelompok yang dilayani dalam program yang dirancang. Target populasi bersifat general dengan berbagai karakteristik.

5. *The Channel*

Saluran komunikasi yang digunakan harus terkait dengan pesan dan keseharian kelompok penerima. Saluran yang akrab dan menyentuh kelompok penerima secara interpersonal.

6. *The Message*

Kampanye harus menyajikan pesan yang edukatif, informatif dan mempengaruhi perilaku sasaran.

Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama



Gambar 6. Contoh infografis kampanye moderasi beragama di Facebook

Sumber:

https://www.facebook.com/search/photos/?q=konten%20moderasi%20beragama&sde=Abph80QkqHKEDBL0PMQPKdBTijWOUSDJy37Bglm7_2uEpyJL-59eRmnHWrHwaEryYmE6wqX1vSnxrZp8KcSpApyu0T7KPLgeFuBVhZHjumXppnnpv8XHWg3Ya_r83r4wU

Menurut Ummah (2021), mensyiarkan berbagai program yang bernuansa kepada optimalisasi tersebarnya prinsip toleran hendaknya menjadi prioritas yang utama. Untuk itu, terdapat kiat-kiat yang dapat dilaksanakan di antaranya adalah (1) pendekatan untuk menerapkan sikap moderat dalam menjalankan ajaran agama ini perlu diprioritaskan kepada para tokoh penting seperti para Asatidz, Kiai, organisasi keislaman dan komunitas-komunitas yang berbasis agama Islam di Indonesia; (2) memaksimalkan fungsi program moderasi keagamaan di social media bagi khalayak umum dengan berfokus pada konstruksi dan diseminasi narasi pemahaman keagamaan yang ramah; (3) Memperluas fungsi Forum Kerukunan Umat Beragama dan Majelis Ulama Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Indonesia untuk memwadahi berbagai macam ekspresi keagamaan, sehingga terdapat kesempatan guna merealisasikan diskusi yang terbuka; (4) menggunakan media interaktif dan kreatif untuk menyajikan pesan-pesan toleran yang terkadang sukar dipahami bagi banyak orang; dan (5) Menjalankan peran dalam mengubah paradigma dalam beragama menjadi lebih moderat bagi para kadernya dan memusnahkan politisasi agama hanya untuk kemajuan dalam berpolitik.

Strategi lain yang juga berhubungan dengan media sosial dalam melakukan sosialisasi moderasi beragama adalah dengan membuat perlombaan konten kreatif bertema moderasi beragama. Perlombaan yang dimaksud bisa berupa poster, foto, maupun video. Karya yang dihasilkan tentunya adakan diunggah pada media sosial tertentu dan secara langsung akan menambah perbendaharaan konten moderasi beragama di media sosial. Selain itu, perlombaan yang memperebutkan hadiah juga menjadi motivasi bagi peserta untuk menunjukkan dan meningkatkan kreatifitasnya. Dalam pembuatan konten, tentunya peserta akan menggali informasi terlebih dahulu tentang moderasi beragama yang hal ini sekaligus menjadi pemahaman baru bagi mereka.



Gambar 7. Lomba cipta konten media sosial bertema moderasi beragama

Sumber:

<https://www.malangtimes.com/baca/86997/20221122/182000/lomba-konten-kreator-moderasi-beragama-jadi-cara-sdn-1-sidodadi-dalam-mewujudkan-kerukunan>

Selain menjadi pencipta, memanfaatkan media sosial untuk sosialisasi moderasi beragama juga dapat dilakukan sebagai penikmat konten. Dalam hal ini, pengguna media sosial seyogyanya didukung dengan kemampuan literasi media sosial. Literasi media sosial mengacu pada

perilaku yang sesuai untuk memposisikan media sosial sebagai fenomena sosial yang memiliki banyak dampak bagi kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, politik, dan agama sehingga dapat menggunakannya dengan benar dan etis (Faihol dalam Kosasih et al., 2019). Adapun literasi media sosial dalam konteks akhlakul karimah pada al-Qur'an telah disebutkan sebagai berikut:

a) Menyampaikan informasi dengan benar tanpa mengubah suatu fakta (QS. al-Hajj: 30)

ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمِ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأَحَلَّتْ لَكُمْ الْأَنْعَامَ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا
الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ﴿٣٠﴾

Demikianlah (petunjuk dan perintah Allah). Siapa yang mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (hurumāt)⁵⁰⁰ lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Semua hewan ternak telah dihalalkan bagi kamu, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya). Maka, jauhilah (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhí (pula) perkataan dusta.

500) Arti yang terhormat (hurumāt) pada ayat ini ialah bulan haram (Zulkaidah, Zulhijah, Muharam, Rajab), tanah haram, dan maqam Ibrahim.

b) Bijaksana, memberi nasihat yang baik, memberikan argumentasi yang jelas dan terstruktur (QS. an-Nahl: 125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ
سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴ dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.

424) Hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang batil.

c) Melakukan *crosscheck* informasi yang diterima agar tidak terjadi kadzib, ghibah, fitnah dan namimah (QS. al-Hujurat: 6)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.

d) Tidak mengolok-olok, mengumpat, atau melakukan tindakan ofensif yang memancing kemarahan (QS. al-Hujurat :11)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٦٩٩﴾

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olokkan itu) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olok itu) lebih baik daripada perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela dan saling memanggil dengan julukan yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) fasik⁶⁹⁹⁾ setelah beriman. Siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang zalim.

699) Panggilan fasik adalah panggilan dengan menggunakan kata-kata yang mengandung penghinaan atau tidak mencerminkan sifat seorang mukmin.

e) Menghindari prasangka buruk atau suudzan (QS. al-Hujurat: 12) (Kosasih et al., 2019).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١١﴾

Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.

SIMPULAN

Moderasi beragama merupakan hal mutlak yang harus ada dan dijaga dalam bingkai pluralisme NKRI. Pada zaman serba digital saat ini, media sosial merupakan wadah strategis guna meningkatkan sosialisasi moderasi beragama di Indonesia mengingat jumlah dan latar belakang pengguna serta bermacamnya platform yang digunakan. Walaupun demikian, perlu strategi yang tepat dalam memanfaatkan media sosial dalam sosialisasi moderasi beragama, baik dari segi penyusunan konten hingga penikmat konten yang seluruhnya telah diatur dalam Al-Quran dan pandangan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In Patta Rapanna (Ed.), CV. Syakir Media Press. Syakir Media Press. https://books.google.com/books/about/Metode_Penelitian_Kualitatif.h

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/EDUMASPUL.V6I1.3394>
- Amin, A. (2018). TOLERANSI DALAM ISLAM. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 1(02), 240–256. <https://doi.org/10.36670/ALAMIN.V1I2.11>
- Bayu, D. (2022, Februari 16). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Fahri, M., & Zainuri, A. (2019). Moderasi Beragama di Indonesia. *Intizar*, 25(2), 95–100. <https://doi.org/10.19109/INTIZAR.V25I2.5640>
- Hamdi, S., Munawarah, & Hamidah. (2021). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *jurnal.radenfatah.ac.id*, 166. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/intizar/article/view/8191>
- Indonesia, P. R. (1965). *PENETAPAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 1 TAHUN 1965 TENTANG PENCEGAHAN PENYALAHGUNAAN DAN/ATAU PENODAAAN AGAMA*.
- Irsadhatul Ummah, I. (2021). Urgensi Syiar Moderasi dalam Bingkai Kerukunan Beragama melalui Media Sosial. *prosiding.iainkediri.ac.id*, 4. <http://prosiding.iainkediri.ac.id/index.php/pascasarjana/article/view/69>
- Kemenag. (n.d.). *Al-Quran*. Diambil 9 Februari 2023, dari <https://quran.kemenag.go.id/>
- Kemenang. (2020). *Peta Jalan (Roadmap) Tahun 2020-2024 PENGUATAN MODERASI BERAGAMA*. Jakarta: Kementerian Agama RI
- Kosasih, E., Raharusun, A. (2019). Literasi media sosial dalam masyarakat moderasi beragama dalam situasi pandemi Covid-19. *core.ac.uk*, 2(1). <https://core.ac.uk/download/pdf/327164557.pdf>
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Novia, W. (2020). Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Moderasi

- Beragama di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *journal.uinsgd.ac.id*. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v3i2.10017>
- Nurafrianti, Siti. 27 Juli 2022. Kepala Kemenag Gunungkidul Sampaikan 9 Konsep Kunci Moderasi Beragama. Diakses 10 Maret 2023 dari *Gunungkidulkemenag.com*:
<https://gunungkidul.kemenag.go.id/berita/detail/kepala-kemenag-gunungkidul-sampaikan-9-konsep-kunci-moderasi-beragama#:~:text=Kepala%20Kemenag%20Gunungkidul%2C%20Drs.%20H,Komitmen%20kebangsaan%2C%20Toleransi%2C%20Anti%20kekerasan>
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., & Hidayatullah, A. F. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *journal.iaincurup.ac.id*.
<http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/2959>
- Romi, J., Saragih, P., Novalina, M., Pakiding. (2021). Menggaungkan Moderasi Beragama melalui Media Sosial. *sttpb.ac.id*, 166. <https://www.sttpb.ac.id/e-journal/index.php/prosiding/article/view/517/0>
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian* (S. Adams (ed.)). Anak Hebat Indonesia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=rml2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA42&dq=metode+penelitian&ots=FuLv5tplrN&sig=ArA7QzyxR0NRZz1UhCGY7w0qsvw&redir_esc=y#v=onepage&q=metode+penelitian&f=false
- Wibowo, A. (2019). Kampanye Moderasi Beragama di Facebook: Bentuk dan Strategi Pesan. *jurnal.lp2msasbabel.ac.id*, 5(1), 2614–0217. <https://www.jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/edu/article/view/971>
- Wibowo, R. (2021). Aktualisasi Moderasi Beragama Abad 21 Melalui Media Sosial. *ejournal.uin-suska.ac.id*, 11. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/madania/article/view/13870>