

Kampanye Moderasi Beragama di Ruang Digital Indonesia

Robeet Thadi
UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
robeet@iainbengkulu.ac.id

Submitted: 2022-12-26 | Revised: 2022-12-28 | Accepted: 2022-12-28

Abstract. Religious moderation is a trending conversation in the digital space. This article aims to describe the concept of religious moderation, trends of religious moderation in Indonesia, forms and message strategies in campaigning for religious moderation in Indonesia's digital space. This article uses a qualitative approach with library research methods. The results of the study show that, contextually, moderation in religion is a middle attitude, not secular and non-religious. The trend of religious moderation through Google searches through the keywords "Religious Moderation" (above 3.4 million), "Islamic Moderation" (above 3.7 million) higher "wasathiyah" (above 182 thousand), while "Moderation" (5.7 million). Through Google trend the search results are religious moderation (32%), Islamic moderation (5%) wasathiyah (less 1%), while moderation (48%), in the form of messages of religious moderation can be conveyed in the form of posters, banners, billboards, speeches and advertisements discussion. Meanwhile, the campaign message strategy for religious moderation by presenting Islam as a humanist religion, changing the paradigm from qabilah to ummah, revitalizing kaffah Islam.

Keywords: Religious moderation, digital, religious moderation campaign

Abstrak. Moderasi beragama menjadi perbincangan yang sedang *tren* di ruang digital. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsep moderasi beragama, tren moderasi beragama di Indonesia, bentuk dan strategi pesan dalam mengkampanyekan moderasi beragama di ruang digital Indonesia. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian pustaka. Hasil kajian bahwa, secara konseptual moderasi dalam beragama merupakan sikap tengah, tidak sekuler dan non-religius. Tren moderasi beragama melalui pencarian *google* melalui kata kunci "Moderasi Beragama" (di atas 3,4 juta), "Moderasi Islam" (di atas 3,7 juta) lebih tinggi "wasathiyah" (di atas 182 ribu), sedangkan "Moderasi" (5,7 juta). Melalui *google trends* hasil pencarian moderasi beragama (32%), moderasi Islam (5%) wasathiyah (kurang 1%), sedangkan moderasi (48%), berupa pesan moderasi beragama dapat disampaikan dalam bentuk poster, spanduk, baliho, pidato, dan iklan diskusi. Sedangkan strategi pesan kampanye moderasi beragama dengan menghadirkan Islam sebagai agama yang humanis, mengubah paradigma dari *qabilah* menjadi *ummah*, merevitalisasi Islam kaffah.

Kata Kunci: Moderasi beragama, digital, kampanye moderasi beragama.

Pendahuluan

Kampanye moderasi beragama di ruang digital menjadi semakin penting, hal ini ditunjukkan dengan melimpahnya informasi yang tersedia di internet dan media sosial yang ada. Luapan informasi yang terjadi telah mengubah ruang digital menjadi arena kontestasi dan persaingan. Tak jarang ruang digital dimanfaatkan oleh kelompok tertentu untuk menyuburkan konflik dan menghidupkan politik identitas.

Menurut Heidi Campbell, memudarnya pergaulan dengan organisasi keagamaan, bergesernya otoritas keagamaan, menguatnya *individualisme*, dan peralihan dari *pluralisme* ke *tribalisme* adalah beberapa dampak era digital yang paling terasa terhadap praktik keagamaan masyarakat.¹ Ada kebutuhan luas akan narasi keagamaan yang moderat di kalangan warga dunia, tidak hanya untuk individu atau institusi. Hal ini terutama berlaku di era digital, ketika teknologi informasi berkembang pesat dalam konteks kapitalisme global dan percepatan politik.²

Sebagai alat perlawanan terhadap kelompok-kelompok keagamaan yang tidak memiliki pandangan yang sama sekaligus sebagai langkah perlindungan terhadap kelompoknya sendiri, media digital telah muncul sebagai komoditas baru dalam penyebaran ideologi dan kepentingan keagamaan tertentu.³ Internet dan media sosial adalah dua alat tercepat dan termudah di dunia digital untuk membangkitkan emosi yang kuat pada umat.⁴ Oleh karena itu, pendekatan periklanan internet untuk moderasi beragama kini kembali menjadi krusial.

Upaya untuk mempromosikan moderasi beragama secara terbuka harus terkoordinasi dan tersebar luas di media sosial.⁵ Ada penelitian yang dilakukan pada kampanye untuk moderasi beragama. Misalnya, Kementerian Agama menggunakan media sosial untuk mempromosikan moderasi beragama. Misalnya, melalui Twitter, saluran YouTube, grup WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok. Menurut studi Hamdi dkk,⁶ misalnya, masih ada kesenjangan dalam lanskap media sosial dalam hal mempromosikan moderasi beragama, meskipun generasi milenial merupakan mayoritas pengguna media

¹Heidi Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: Routledge, 2010), 24.

²Wildani Hefni, "Religious Moderation in The Digital Space: Case Study of Mainstreaming Religious Moderation among Islamic Higher Education Institutions," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 1–22.

³Ahmad Muttaqin, "Agama Dalam Representasi Ideologi Media Massa," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2012): 1–9.

⁴Isti Irsadhatul Ummah, "Urgensi Syiar Moderasi Dalam Bingkai Kerukunan Beragama Melalui Media Sosial," in *Prosiding Nasional Pascasarjana LAIN Kediri*, vol. 4, 2021, 147–168.

⁵Ari Wibowo, "Kampanye Moderasi Beragama Di Facebook: Bentuk Dan Strategi Pesan," *EDUGAMA: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2019): 85–103.

⁶Saibatul Hamdi, Munawarah, and Hamidah, "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial : Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi," *Intizar* 27, no. 1 (2021): 1–15.

sosial. Penggunaan media sosial selama ini didominasi oleh informasi berbahaya seperti hoaks, ujaran kebencian, dan pandangan radikal, namun juga dimanfaatkan untuk menyebarkan ajaran konservatif kelompok salafi.

Kampanye untuk memperkuat pesan moderasi beragama di ruang digital, seperti blog, situs web, dan saluran media sosial lainnya (youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Twitter), menjadi upaya yang harus dilakukan.⁷ Menanggapi hal tersebut, artikel ini mengeksplorasi kampanye moderasi beragama di ruang digital Indonesia dengan tujuan untuk mendefinisikan istilah “moderasi beragama”, membahas topik-topik keagamaan di ruang digital Indonesia, jenis-jenis kampanye moderasi beragama di sana, dan membahas strategi kampanye tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif *liberary research* dengan sentuhan kualitatif. Penulis mengacu pada sumber-sumber data yang berhubungan dengan masalah penelitian. Jurnal, *ebook*, situs web, *Google Trends*, dan sumber terkait lainnya digunakan sebagai sumber.

Hasil dan Pembahasan

Konseptual Moderasi Beragama

Pengungkapan pandangan keagamaan oleh individu atau kelompok tertentu dalam hal keyakinan, moralitas, dan karakter. Akibatnya, moderasi beragama memiliki pemahaman yang seimbang terhadap ajaran agama, dan sikap seimbang ini ditunjukkan dengan cara menjunjung tinggi dasar-dasar ajaran agama dengan menerima adanya pandangan yang berlawanan. Bertindak sesuai dengan moderasi agama berarti menunjukkan toleransi, menerima sudut pandang orang lain, dan menahan diri dari menggunakan kekerasan untuk memaksakan kehendak seseorang pada orang lain.

Islam *Wasathiyah* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan gagasan moderasi beragama dalam Islam.⁸ Konsep *wasathiyah* berasal dari kata bahasa Arab *wusuth* memiliki dua arti: *al-mutawassith* dan *al-mu'tadil*. Istilah "*al-nasath*" juga bisa berarti "*al-mutawassith almutakhashimain*" (perantara antara dua orang yang berselisih). Dalam pemikiran Islam, *wasathiyah* (jalan tengah) dicirikan sebagai “toleransi”, “keseimbangan”, “keadilan”, dan “*iqtishad*”, yang semuanya termasuk dalam pengertian *tawassuth* dan *tasamub*.

Wasathiyah diumpamakan dengan *al-tawazun*, yang bertujuan untuk membentuk keseimbangan antara dua sisi atau sisi yang berlawanan sehingga yang satu tidak mendominasi dan meniadakan yang lain, menurut Yusuf Al Qardhawi. Cara terbaik untuk mengembangkan pola pikir yang seimbang adalah dengan

⁷Teddy Khumaedi and Siti Fatimah, “Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial,” *Al Mubin: Islamic Scientific Journal* 2, no. 2 (2019): 106–113.

⁸A. M. Ash-Salibi, *Al-Wasathiyah Fi Al-Qur'an*, 1st ed. (Kairo: Maktabat at Tabi'iin (Vol. 1422), 2001); I. Faris and A. al-H. Ahmad, *Mu'jam Maqayis Al-Lughah* (Beirut: Dar Al-Fikr, 1979).

memberikan jumlah yang adil dan proporsional kepada masing-masing pihak/pihak tanpa melebih-lebihkan, baik terlalu banyak atau terlalu sedikit. Pengertian moderasi beragama secara menyeluruh mencakup konsep *wasatiyyah*, yaitu sikap yang menunjukkan keadilan sehingga standar pembuktian dapat diterima.⁹

Wasathiyah adalah konsep Islam yang didasarkan pada beberapa prinsip: Awalnya, **Tawassuth** (mengambil jalan tengah). *Tawassuth* adalah pola pikir yang tidak terlalu kanan atau terlalu kiri dari pusat dua ekstrem. Oleh karena itu, umat Islam dan non-Muslim harus hidup berdampingan secara harmonis dalam masyarakat sesuai dengan prinsip toleransi dan persaudaraan (*tasamuh*).¹⁰ Berikutnya adalah **Tawazun** (keseimbangan). *Tawazun* secara eksplisit menunjukkan bahwa seseorang dapat membedakan antara *inbiraaf* (penyimpangan) dan *ikhtilaf* dan itu berlaku untuk semua bidang kehidupan (keyakinan). Penjelasan lain dari istilah "*tawazun*" adalah "memberikan sesuatu hak seseorang tanpa menambah atau menguranginya", karena kemampuan seseorang untuk menjaga keseimbangan yang sehat dalam hidupnya.

Ketiga, I'tidal (lurus dan tegas). Ungkapan gramatikal "lurus dan kokoh" (*i'tidal*) menunjukkan penempatan segala sesuatu pada tempatnya yang benar serta pelaksanaan yang tepat dan pemenuhan hak dan kewajiban. Memastikan bahwa hak dan kewajiban setiap orang dihormati adalah apa yang dimaksud dengan "adil". Hak asasi manusia tidak boleh dibatasi karena kewajiban.¹¹ *Keempat, Tasamuh* (toleransi). *Tasamuh* memiliki arti etimologi yaitu menoleransi atau menerima dengan bebas. Sedangkan istilah *tasamuh* menggambarkan sikap toleran terhadap keberagaman.¹² *Tasamuh* ini adalah watak atau watak yang memungkinkan seseorang mentolerir sudut pandang yang berbeda, bahkan ketika seseorang tidak selalu setuju dengannya. Konsep toleransi, yang memungkinkan adanya toleransi terhadap perbedaan pandangan dan pemikiran setiap orang, terkait langsung dengan tatanan sosial dan hak asasi manusia.

Kelima, Musawah (egaliter). Karena kita semua berasal dari Pencipta yang sama, memperlakukan setiap orang dengan hormat dan setara dikenal dengan istilah musawah. Mengenai nilai-nilai dan martabat manusia, gender, ras, dan etnis tidak relevan. Saat ini, tidak ada perbedaan antara pria dan wanita; keduanya mengalami hal yang sama. Setiap Muslim harus menyadari prinsip dasar hukum syariah Islam ini, yang menyatakan bahwa kesetaraan dalam Islam adalah hasil dari keadilan. Kesatuan manusia yang melekat berfungsi sebagai dasar untuk

⁹Yusuf Al-Qardhawi, *Berinteraksi Dengan Al-Quran* (Bandung: Gema Insani Press., 1999).

¹⁰A. M. Thoha, *Tren Pluralisme Agama: Tinjauan Kritis* (Perspektif Press, 2005).

¹¹Syafi'i Maarif, *Meninjau Ulang Definisi Agama, Agama Dunia, Dan Agama Leluhur, Dalam "Kebebasan, Toleransi Dan Terorisisme Riset Dan Kebijakan Agama Di Indonesia"* (Jakarta: Pusat Studi Agama dan Demokrasi Yayasan Paramadina Jakarta, 2017).

¹²M. Masduki, "Menyegarkan Kembali Isu Sektarianisme Dan Komunalisme Dalam Islam," *TOLERANSI: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama* 8, no. 1 (2016): 1–18.

kesetaraan. *Keenam*, **Syura** (musyawarah). Definisi kata "*Syura*" adalah "menjelaskan, menyatakan, mengusulkan, atau mengambil sesuatu." Itu menyerupai argumen, diskusi, atau waktu untuk menjelaskan dan tawar-menawar di mana orang mengekspresikan pendapatnya.

Jika kita mencari tanda-tanda agama moderat, kita akan melihatnya ketika penerimaan nilai, budaya, dan negara sejalan dengan interpretasi agama. Negara Kesatuan Republik Indonesia yang mendukung hidup berdampingan secara damai antara penduduk Indonesia dari semua agama maupun dengan pemeluk agama lain tidak bertentangan dengan pandangan dunia teologis tersebut.

Berikut ini indikator moderasi beragama: *Pertama*, Komitmen kebangsaan. Ketika mencoba memastikan seberapa besar komitmen seseorang atau sekelompok orang untuk memeluk Pancasila sebagai ideologi negara, ada banyak tanda penting yang harus dicari, termasuk cara pandang dan ekspresi keagamaan mereka. Sesuai dengan komitmen nasional yang disepakati bersama oleh pemerintah Indonesia dengan para pejuang dan pendiri bangsa Indonesia, mempertahankan sistem negara dengan sistem khilafah, daulah Islam, dan imamah, yang bertentangan dengan prinsip negara bangsa Indonesia, jelas tidak dibenarkan.¹³

Kedua, toleransi. Toleransi adalah kemampuan untuk memberikan kebebasan kepada orang lain untuk mengekspresikan diri dan memiliki pandangan yang berbeda dari kita sendiri tanpa mengganggu hak mereka.¹⁴ Kesiapan untuk berpikiran terbuka mendukung toleransi. Seiring dengan penerimaan, menghormati perbedaan orang lain, dan kemampuan untuk memahami orang lain adalah komponen toleransi.¹⁵

Ketiga, anti radikalisme dan kekerasan. Ekstremisme agama dan tindakan kekerasan yang mengatasnamakan agama tertentu muncul sebagai akibat dari cara pandang agama yang condong ke satu arah.¹⁶ Pada hakekatnya, agama-agama, khususnya Islam, menjunjung tinggi cita-cita kemanusiaan. Seluruh umat manusia diberkati dengan kehadiran Islam di planet ini (*rahmatan lil'alam*). Namun tidak dapat dipungkiri bahwa visi teologis konservatif terus mengarah pada lebih banyak kejadian yang tidak terkait dengan misi kerasulan. Non-Muslim sekarang percaya bahwa Islam dicirikan oleh ketakutan atau bahkan ketakutan karena hal ini. Islam digambarkan di media dan percakapan publik sebagai lebih antagonis, ekstremis, dan keras.

¹³S. Tebba and O. S. C. Nur, *Komitmen Moral Guru Bangsa* (Jakarta: Paramadina, 2004).

¹⁴M. Mietzner and B. Muhtadi, "The Myth of Pluralism: Nahdlatul Ulama and the Politics of Religious Tolerance in Indonesia," *Contemporary Southeast Asia: A Journal of International and Strategic Affairs*, 42, no. 1 (2020): 58–84.

¹⁵R. Powell and S. Clarke, "Religion, Tolerance and Intolerance: Views from across the Disciplines," in *Religion, Intolerance and Conflict: A Scientific and Conceptual Investigation*, 2013, 3–26.

¹⁶M. T. Rahman, *Sosiologi Islam* (Bandung: Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati, n.d.).

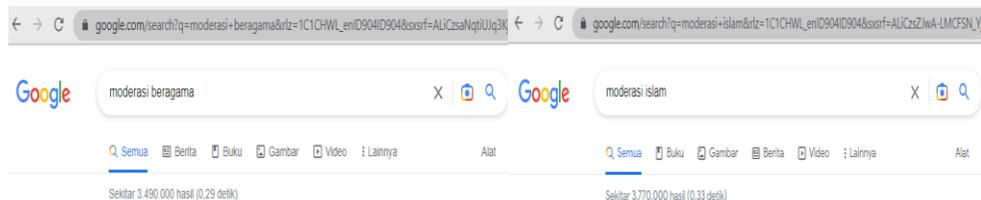
Keempat, menghormati budaya daerah. Ketidaksepakatan jangka panjang antara orang-orang dari agama dan budaya yang berbeda sangat jarang terjadi. Hubungan antara agama dan budaya tidak jelas. Saat ini, norma dan agama lokal—khususnya Islam—seringkali saling bertentangan. Perbedaan teologis dapat, bagaimanapun, dipertanggungjawabkan dengan tradisi daerah dalam Islam melalui *fikih*. *Fiqh* dihasilkan oleh ijtihad ulama dan berpotensi untuk dijadikan “alat” meredam ketegangan. Berbagai prinsip *fiqh* dan *ushul fiqh*, seperti *al-'adah muhakkamah*, dapat digunakan untuk mendamaikan ajaran Islam dengan adat setempat (tradisi yang baik dapat dijadikan sumber hukum). Kaidah *fikih* tersebut di atas menjadi landasan untuk mengenali ragam persoalan adat dan ajaran Islam, yang di satu sisi tidak menjadi landasan hukum tekstual dan di sisi lain, persoalan adat.¹⁷

Tren Moderasi Beragama di Ruang Digital Indonesia

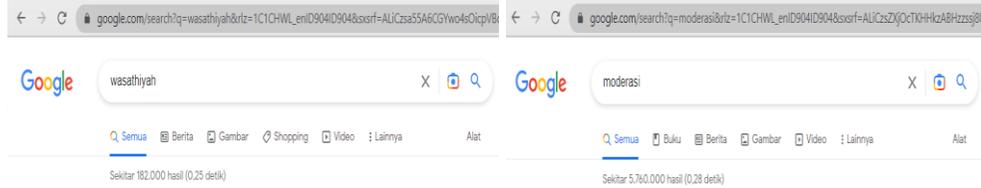
Salah satu dari sekian banyak tema religius yang dibuat di internet adalah moderasi beragama; halaman mesin pencari google menggunakan kata kunci "Moderasi Beragama" telah menghasilkan lebih dari 3,4 juta hasil, data ini menunjukkan *tren* pencarian netizen tentang topik ini. Dibandingkan dengan istilah serupa seperti "wasathiyah", yang hanya menghasilkan lebih dari 182 ribu, kata kunci "Moderasi Islam" telah menghasilkan lebih dari 3,7 juta hasil.

Sementara itu, lebih dari 5,7 juta hasil telah dihasilkan menggunakan kata kunci seperti "Moderasi". Fakta bahwa ada ratusan ribu hasil menunjukkan bahwa ada minat yang cukup besar dalam kegiatan penciptaan pengetahuan yang berkaitan dengan moderasi beragama di internet. Masih sulit untuk memahami sepenuhnya relevansi ketersediaan pengetahuan tentang moderasi beragama di internet karena meninggalkan tanda tanya dalam hal perilaku konsumsi pengetahuan.

Gambar 1. Hasil Pencarian Google untuk "Moderasi Beragama"

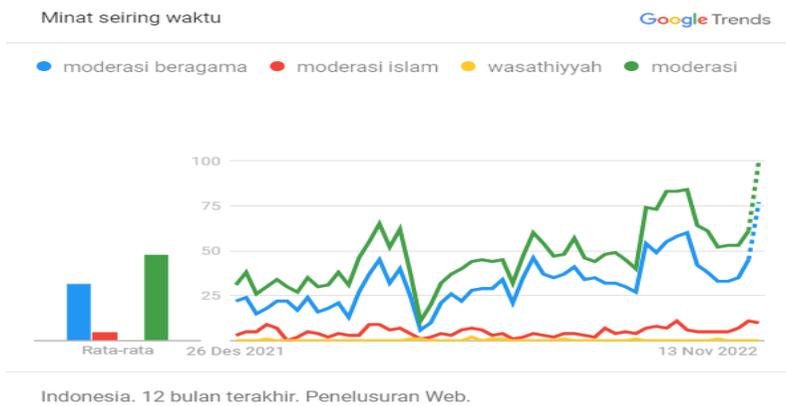


¹⁷E. Zulaiha, “Tafsir Kontemporer: Metodologi, Paradigma Dan Standar Validitasnya,” *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya* 2, no. 1 (2017): 81–94.



Sementara hasil penelusuran tentang moderasi beragama dalam 12 bulan terakhir melalui kata kunci 'moderasi beragama,' 'moderasi Islam,' 'wasathiyah' dan 'moderasi' ditemukan setidaknya lebih 32% warganet Indonesia menelusuri tentang moderasi beragama, 5% warganet menelusuri tentang moderasi Islam, kurang 1% warganet menelusuri tentang wasathiyah, dan 48% menelusuri tentang moderasi. Hal ini menunjukkan bahwa perbincangan tentang moderasi dan moderasi beragama di ruang digital menjadi tren di tahun 2022, jelasnya lihat tabel berikut:

Gambar 2. Hasil Penelusuran Tren Moderasi Beragama di Google



Peneliti juga mengkaji tren konten moderasi beragama di platform media sosial antara lain YouTube, Instagram, dan Tiktok selain mencari tren media digital menggunakan Google Trend untuk memastikan difusi konten tersebut. Tagar #moderasiberagama dimasukkan ke dalam mesin pencari media sosial dengan alat yang digunakan untuk mengevaluasi tren media sosial. Karena metrik media sosial tidak digunakan, pencarian ini saat ini manual. Di YouTube, penelusuran "#moderasiberagama" menghasilkan 7,3 ribu video di 4,4 ribu saluran (YouTube, 2022). 34.638 postingan secara keseluruhan di Instagram (per 2022), dan 14,2 juta tampilan di TikTok (TikTok, 2022). Tabel berikut mencantumkan platform media sosial paling populer untuk distribusi konten, termasuk YouTube, Instagram, dan TikTok.

Tabel 1. Penggunaan tagar #moderasiberagama di media sosial

No	Media Sosial	Jumlah Konten
1	Youtube	7,3 rb video
2	Instagram	34,638 postingan
3	Tiktok	14,2 jt tampilan

TikTok adalah platform media sosial yang menghasilkan konten paling banyak dan paling populer di kalangan pengguna jika dibandingkan dengan Instagram dan YouTube, menurut statistik tren konten moderasi agama di YouTube, Instagram, dan TikTok. TikTok menerima lebih banyak impresi dibandingkan platform media sosial lainnya karena fitur yang ditawarkannya, seperti kemampuan membuat video musik berdurasi 60 detik yang dapat diubah dengan berbagai filter fitur dan musik latar serta mudah untuk diposting. Pengguna TikTok Indonesia menempati urutan keempat, di belakang WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Di Indonesia, 63,1% penduduk menggunakan Tiktok, naik 38,7% dari tahun sebelumnya (Riyanto, 2022). Manfaat TikTok adalah pengguna dapat dengan cepat dan mudah membuat film pendek asli untuk dibagikan dengan teman dan seluruh dunia.

Bentuk Kampanye Moderasi Beragama di Ruang Digital

Perkembangan budaya komunikasi dan interaksi sosial di ruang publik sangat dipengaruhi oleh maraknya media sosial (*social media*). Melalui penggunaan teknologi digital, interaksi manusia tidak lagi hanya bersifat maya (buatan) tetapi juga tidak lagi berhubungan dalam arti yang sebenarnya. Masyarakat nyata adalah kehidupan sosial yang langsung berhubungan dengan indrawi melalui kontak sosial secara langsung. Masyarakat virtual, di sisi lain, adalah cara hidup yang tidak dapat langsung dialami oleh indra tetapi dapat dirasakan dan dilihat sebagai kenyataan melalui penggunaan teknologi digital.¹⁸

Komunitas virtual yang terhubung satu sama lain di dunia maya berinteraksi dengan sangat cepat akibat terciptanya dunia maya. Ungkapan "dunia maya" awalnya digunakan dalam sebuah novel karya Venor yang diterbitkan pada tahun 1981. Kemudian, pada tahun 1984, Gibson menggunakan istilah "dunia maya" dalam bukunya "*Neuromancer*". Kumpulan representasi data grafik demi grafik yang hanya dapat diakses melalui perangkat komputer adalah cara Gibson lebih lanjut mendefinisikan istilah "dunia maya".¹⁹

Selain itu, komunitas dapat menciptakan kehidupan palsu (kehidupan virtual) di dunia maya secara gratis, menghadirkan aspek baru kehidupan

¹⁸Yasraf Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama Dan Imajinasi* (Bandung: Mizan Publika, 2011), 143.

¹⁹Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber* (Bandung: Simbiosia, 2012), 20.

masyarakat saat mereka bertransisi ke masyarakat informasi dan digital.²⁰ Penggunaan media yang tinggi untuk informasi di berbagai bidang, termasuk sosial, pendidikan, dan komersial, merupakan ciri masyarakat informasi ini.²¹

Diyakini bahwa ranah digital dapat menjadi *platform* yang ideal untuk mempromosikan moderasi beragama. Kampanye adalah teknik komunikasi verbal dan nonverbal. Artinya, pesan dapat disampaikan melalui berbagai media, antara lain pidato, iklan debat, poster, spanduk, dan baliho.²² Istilah “kampanye” umumnya lebih berkonotasi terkait dengan komunikasi politik, dan banyak yang menggunakannya menjelang pemilihan umum. Namun, ada ide-ide kampanye kunci yang dapat diterapkan ke berbagai media komunikasi.

Menurut Venus, faktor-faktor krusial berikut dapat membantu kampanye moderasi agama di ruang digital: 1). *The Intended Effect*. Efek yang diinginkan harus dipahami sebelum memilih komponen pendukung kampanye, memungkinkan pencapaian yang terperinci dan patut diperhatikan. 2). *Competing Communication*. Komunikasi yang bersifat persaingan. Untuk melaksanakan kampanye dengan benar, diperlukan perkiraan kemungkinan gangguan kampanye. 3). *The Communication Objective*. Penetapan tujuan jangka panjang diperlukan untuk strategi yang ditargetkan dan terukur. 4). *Target Population and Target Recipient Group*. Kelompok Penerima dan Populasi Sasaran Semua kelompok yang terlayani dalam program yang direncanakan disebut sebagai sasaran. 5). *The Channel*. Saluran komunikasi yang digunakan harus berkaitan dengan pesan dan kehidupan sehari-hari kelompok penerima. 6). *The Message*. Kampanye harus menyajikan pesan-pesan yang edukatif, informatif dan mempengaruhi perilaku sasaran.²³

Keadilan dan moderatisme berbagi afinitas yang kuat untuk menemukan jalan tengah di antara ekstrem yang berlawanan, yang memastikan keharmonisan dan keseimbangan sosial.²⁴ Oleh karena itu, siapa pun, baik perorangan maupun komunitas online, dapat terlibat dalam proses advokasi moderasi beragama di ranah digital. Pengguna internet dan media sosial bisa dilatih menjadi pembela agama moderat di ranah digital, siap menjalankan kampanye melawan stunting, sampah plastik, dan isu lainnya.

²⁰Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber*, 23; Rully Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber (Cyberspace)*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2014), 14.

²¹Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber (Cyberspace)*.

²²Antar Venus, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 31.

²³Venus, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, 35.

²⁴Im Halimatusa'diyah, “Beragama Di Dunia Maya: Media Sosial Dan Pandangan Keagamaan Di Indonesia,” Monograf: Merit Indonesia 1, no. 1 (2020).

Strategi Konten Kampanye Moderasi Beragama di Ruang Digital

Menurut sebuah studi terbaru, media sosial dan internet di dunia digital dapat dimanfaatkan sebagai *platform* untuk menyebarkan pesan moderasi. Misalnya dengan ikut serta dalam mem-posting pesan-pesan yang mendorong kebaikan dan mendidik, pesan-pesan tersebut dapat direpresentasikan dalam bentuk tulisan, melalui gambar ilustrasi, atau melalui video-video singkat yang mendidik. Kegiatan sederhana ini setidaknya berupaya mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh kurangnya konten yang dimoderasi di lingkungan online media sosial.²⁵

Wasathiyah, atau soal moderasi, tidak hanya relevan bagi setiap individu tetapi juga bagi persoalan masyarakat luas, khususnya ummat dan masyarakat. Pada kenyataannya, setiap aspek masyarakat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan keagamaan yang terhormat dan wajar. Apalagi sekarang, ketika berbagai gagasan mampu masuk dan membentuk sikap yang lebih radikal. Dengan nalar yang dipahami secara signifikan berbeda dengan substansi asli ajaran Islam, mereka menunjukkan keragaman pola pikir keagamaan. Berawal dari kejadian tersebut, semua orang menyepakati nilai moderasi, namun masih ada ketidakjelasan di masyarakat mengenai makna, tujuan, dan penerapannya.²⁶

Pesan mengasumsikan peran penting dalam proses kampanye, meningkatkan keberhasilan komunikasi. Efendy mengklaim bahwa pesan dapat disampaikan secara lisan atau tertulis dan mengandung simbol atau simbol dengan makna yang telah ditentukan.²⁷ Pesan mencakup semua bentuk komunikasi verbal dan nonverbal, menurut Pratikno. Komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal melibatkan penggunaan simbol, gerak tubuh, sentuhan, perasaan, dan penciuman.²⁸

Siahan mengklarifikasi bahwa saat mengirim komunikasi, faktor-faktor berikut harus diperhatikan: 1. *Clear*. Pesannya harus dipahami dengan jelas, yang membutuhkan penggunaan bahasa yang sederhana tanpa konotasi kiasan yang menyimpang dan komprehensif. 2. *Correct*. Pesan harus didukung oleh fakta, hanya berisi kebenaran yang sudah mapan, dan bebas dari kebohongan (hoax); 3. *Concise*. Pesannya menyeluruh dan tidak mencairkan makna yang dimaksudkan; 4. *Comprehensive*. Jangkauan luas Komunikasikan harus memahami makna pesan secara keseluruhan karena mencakup seluruh komunikasi; 5. *Concrite*. Pesan itu benar

²⁵Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 339–356.

²⁶M. Quraish Shihab, *Wasathiyah, Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*, 2nd ed. (Tengerang: Lentera Hati, 2020).

²⁷Wibowo, "Kampanye Moderasi Beragama Di Facebook: Bentuk Dan Strategi Pesan," 14.

²⁸Wibowo, "Kampanye Moderasi Beragama Di Facebook: Bentuk Dan Strategi Pesan."

dan dapat dijelaskan mengingat informasi yang tersedia. 6. *Complete*. Pesannya komprehensif dan terorganisir secara logis.

Pesan moderasi beragama harus menggabungkan pesan persuasif dan menginformasikan ketika pesan tersebut dibuat untuk lingkungan digital. Setidaknya pengguna Facebook bisa menulis tagline atau postingan yang menawarkan informasi tentang nilai-nilai moderasi beragama. Pesan informatif adalah pesan yang didasarkan pada statistik dan fakta. Pesan tersebut juga harus memiliki daya tarik yang mempengaruhi opini atau sentimen pembaca atau pengguna Facebook lainnya. Pesan tidak harus tertulis; mereka malah dapat mengambil bentuk film atau gambar deskriptif.

Ruang digital saat ini digunakan sebagai alat untuk berbagai keperluan yang tidak dapat dihindari di segala bidang kehidupan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya pengguna media sosial. Bahkan, sebuah penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa saat ini fenomena cyberreligion (bacaan agama di internet) sedang gencar dilakukan seiring dengan berkembangnya dakwah melalui media online.²⁹

Fenomena seperti itu terus ada dan menjadi iklim keagamaan yang terus berkembang di masyarakat. Sehingga saat ini, orang yang tidak mengikuti pendidikan agama pun bisa bertindak seolah-olah sebagai ustadz yang serba tahu. Pelarian konsultasi agama ke media sosial akan mengkhawatirkan jika terkontaminasi oleh konten konservatif. Esensi dari konten-konten tersebut sebenarnya hanya akan memunculkan sikap radikal dan ekstrim. Akibatnya, jika pengguna selalu percaya dengan konten yang didapatnya, maka akan melahirkan pelaku-pelaku agama yang intoleran dan egois dengan ajarannya sendiri..

Ada beberapa strategi pesan kampanye yang bisa digunakan untuk mempromosikan moderasi beragama di dunia maya:

1. Menampilkan Islam sebagai agama yang humanis

Islam adalah agama yang mengedepankan prinsip-prinsip humanis yang mengandung banyak tujuan etis dan sosial. Rasulullah SAW benar-benar memerintahkan kita untuk memiliki pola pikir toleran dan menekankan nilai memperlakukan orang lain dengan kebaikan. Gagasan humanis bahwa nilai-nilai yang diterima secara universal tidak hanya berasal dari wahyu tetapi juga berpandangan bahwa manusia sebagai makhluk memiliki keunggulan atas spesies lain, terutama akal dan akal, sesuai dengan pendekatan penerimaan ini.

Manusia dengan demikian telah melakukan penolakan terhadap bakat unggulnya berdasarkan premis humanisme bahwa ada perbedaan antara kebenaran dan kesalahan ketika seseorang hanya menuruti dogma agama

²⁹M Hatta, "Media Sosial Sebagai Sumber Keberagamaan Alternatif Remaja Dalam Fenomena Cyberreligion," *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2019): 1–30.

tanpa memikirkan dengan hati-hati tentang esensi yang ada dalam akalinya. Ini menyiratkan bahwa setiap orang harus menyaring informasi atau ide yang mereka temui, terutama berhati-hati ketika menghadapi konsep yang mendorong ekstremisme dan radikalisme.³⁰

Materi yang sederhana setidaknya dapat mengurangi kecenderungan intoleransi yang memicu ketegangan sekaligus menggambarkan Islam dalam cahaya kemanusiaan. Tayangan yang mendorong apresiasi terhadap keberagaman satu sama lain bisa menenangkan. Pada akhirnya, interaksi di media sosial akan dihasilkan dari materi-materi yang membangkitkan semangat ini, yang selanjutnya mendorong moderasi. Selain itu, konten terfilter yang dihadirkan setidaknya sesuai dengan konten konservatif yang banyak disebarluaskan di situs media sosial lainnya.

2. Menukar paradigma Qabilah dan Ummah

Fanatisme terhadap masing-masing kelompok berpotensi menanam bibit intoleransi yang semakin cepat menyebar. Fanatisme adalah hal yang mutlak, terutama bagi individu yang berpegang pada paham eksklusif. Mereka akan menolak berbagai sudut pandang yang mereka yakini bertentangan dengan sudut pandang yang mereka pegang teguh. Mentalitas fanatik ini terkadang muncul sebagai akibat dari manhaj yang menuntut saling pengertian tetapi tidak memiliki kerangka berpikir yang netral. Konsekuensinya, mereka akan berpikir bahwa interpretasi lain tidak benar dan memicu lebih banyak perpecahan.

Fanatisme ada dan dimulai dari rasa senang yang ekstrim terhadap sesuatu, ide, pergaulan, dan beberapa hal lain yang juga mempengaruhi tindakan seseorang, menurut penelitian psikologi agama. Pola pikir yang terlalu bersemangat ini pun cenderung membuat seseorang merasa lebih unggul dari orang lain dan merendahkan mereka yang berbeda. Dampak terburuk dari fanatisme adalah tumbuhnya perilaku agresif, yang bahkan dapat menimbulkan paham radikal.³¹

Melihat hubungan sebab akibat ini, masuk akal bahwa konten moderasi sangat penting dalam menggeser paradigma fanatisme dari paradigma yang hanya mementingkan qabilah (kelompok itu sendiri) menjadi ummah (kelompok secara umum). Hal ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya melihat perbedaan secara utuh. Selain itu, ketika konten moderasi yang menghibur terus menyebar di media sosial, pembenaran penyebab stigma negatif bisa hilang. Melalui klarifikasi dan kedalaman substantif, tujuan inti moderasi konten adalah menyalurkan dan

³⁰Muhammaddin, "Islam Dan Humanisme," *Studi Agama* 1, no. 2 (2017): 1–23.

³¹Hamdi, Munawarah, and Hamidah, "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi."

memperluas perspektif. Tujuannya adalah untuk menelaah kejadian terkini secara lebih cermat dengan mempertimbangkan berbagai aspek.

3. Revitalisasi Islam Kaffah

Fenomena banyaknya generasi muda yang berkerumun untuk cepat belajar agama melalui internet tidak dapat dihindari di dunia sekarang ini. *Cyberreligion* adalah nama yang diberikan untuk fenomena ini.³² Namun, terkadang hanya sedikit bahan kimia yang benar-benar diperoleh. Mereka mengambil apa yang mereka inginkan, tetapi mereka pergi dan mengabaikan hal-hal yang berat. Akibatnya, siswa akan dihadapkan pada ide-ide yang seringkali terkesan aneh dan formal. Doktrin Islam pada hakikatnya harus dipahami secara utuh, bukan hanya sebagian.³³ Hal ini menjelaskan bahwa ajaran Islam bersifat utuh, terpadu, holistik, total, dan lengkap, serta memiliki prinsip-prinsip pedoman yang menjadi landasan operasionalnya. Oleh karena itu, adalah salah jika ajaran Islam yang komprehensif hanya dipahami sebagian saja, karena hal ini akan menimbulkan miskonsepsi tentang Islam itu sendiri.

Selain itu, khususnya dalam masyarakat Indonesia, cara memahami agama mungkin juga agak berbeda. Hal ini disebabkan fakta bahwa beberapa individu adalah spesialis dalam satu disiplin ilmu, seperti hukum. Selain itu, Fiqh yang lebih dalam secara eksklusif berkonsentrasi pada satu aliran pemikiran tertentu. Kasus seperti itu tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa beberapa individu masih memiliki kesalahpahaman tentang Islam.³⁴

Berdasarkan fenomena ini, mengadvokasi Islam yang komprehensif dan mencakup semua melibatkan penggunaan konten yang moderat. Karena pada kenyataannya, pendekatan moderat berusaha untuk memahami Islam dari berbagai sudut bukan dari satu aspek saja. Selain itu, konten moderasi memberikan berbagai pendapat yang berimbang untuk membantu masyarakat memahami semangat Islam yang sejati sehingga suatu fenomena dapat disikapi secara adil. Sebenarnya salah satu cara menumbuhkan pandangan beragama yang moderat adalah dengan memahami agama secara utuh.

Atas dasar fenomena ini, mempromosikan Islam yang menyeluruh dan menyeluruh perlu menggunakan bahasa yang moderat. Karena pendekatan moderat sebenarnya berupaya memahami Islam dari berbagai perspektif, bukan hanya satu. Untuk mendekati sebuah fenomena secara jujur, konten moderasi menawarkan serangkaian sudut pandang yang masuk akal untuk membantu memahami semangat asli Islam. Bahkan, memperoleh pemahaman

³²Hatta, "Media Sosial Sebagai Sumber Keberagaman Alternatif Remaja Dalam Fenomena *Cyberreligion*."

³³Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).

³⁴Siti Nurjanah and Sri Handayana, *Metodologi Studi Islam: Gerbang Moderasi Beragama* (Yogyakarta: Idea Press, 2019).

yang komprehensif tentang agama adalah salah satu cara terbaik untuk mengembangkan pandangan moderat terhadapnya.³⁵

Penutup

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian dalam artikel ini, secara konseptual, moderasi dalam beragama merupakan sikap tengah, tidak sekuler dan non-religius. Topik keagamaan moderasi beragama dari laman mesin pencari Google menggunakan kata kunci "Moderasi Keagamaan" (di atas 3,4 juta), "Moderasi Islam" (di atas 3,7 juta) lebih tinggi "wasathiyah" (di atas 182 ribu), sedangkan "Moderasi" (5,7 juta). Melalui google trend hasil penelusuran moderasi beragama (32%), moderasi islami (5%) wasathiyah (kurang 1%), sedangkan moderasi (48%), berupa pesan moderasi beragama dapat disampaikan dalam bentuk poster, spanduk, baliho, pidato, dan iklan diskusi. Sedangkan strategi kampanye moderasi beragama dengan menghadirkan Islam sebagai agama yang humanis, mengubah paradigma dari qabilah menjadi ummah, merevitalisasi Islam kaffah.

Daftar Pustaka

- Al-Qardhawi, Yusuf. *Berinteraksi Dengan Al-Quran*. Bandung: Gema Insani Press., 1999.
- Ash-Salibi, A. M. *Al-Wasathiyah Fi Al-Qur'an*. 1st ed. Kairo: Maktabat at Tabi'iin (Vol. 1422), 2001.
- Campbell, Heidi. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge, 2010.
- Faris, I., and A. al-H. Ahmad. *Mu'jam Maqayis Al-Lughab*. Beirut: Dar Al-Fikr, 1979.
- Halimatusa'diyah, Iim. "Beragama Di Dunia Maya: Media Sosial Dan Pandangan Keagamaan Di Indonesia." *Monograf: Merit Indonesia* 1, no. 1 (2020).
- Hamdi, Saibatul, Munawarah, and Hamidah. "Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial : Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi." *Intizar* 27, no. 1 (2021): 1–15.
- Hatta, M. "Media Sosial Sebagai Sumber Keberagamaan Alternatif Remaja Dalam Fenomena Cyberreligion." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2019): 1–30.
- Hefni, Wildani. "Religious Moderation in The Digital Space: Case Study of Mainstreaming Religious Moderation among Islamic Higher Education Institutions." *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 1–22.
- Khumaedi, Teddy, and Siti Fatimah. "Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial."

³⁵Khalid Rahman and Aditia Muhammad Noor, *Moderasi Beragama Di Tengah Pergumulan Ideologi Ekstremisme* (Malang: UB Press, 2020).

- Al Mubin: Islamic Scientific Journal* 2, no. 2 (2019): 106–113.
- Maarif, Syafi'i. *Meninjau Ulang Definisi Agama, Agama Dunia, Dan Agama Leluhur, Dalam "Kebebasan, Toleransi Dan Terorisme Riset Dan Kebijakan Agama Di Indonesia."* Jakarta: Pusat Studi Agama dan Demokrasi Yayasan Paramadina Jakarta, 2017.
- Masduki, M. "Menyegarkan Kembali Isu Sektarianisme Dan Komunalisme Dalam Islam." *TOLERANSI: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama* 8, no. 1 (2016): 1–18.
- Mietzner, M., and B. Muhtadi. "The Myth of Pluralism: Nahdlatul Ulama and the Politics of Religious Tolerance in Indonesia." *Contemporary Southeast Asia: A Journal of International and Strategic Affairs*, 42, no. 1 (2020): 58–84.
- Muhammaddin. "Islam Dan Humanisme." *Studi Agama* 1, no. 2 (2017): 1–23.
- Muttaqin, Ahmad. "Agama Dalam Representasi Ideologi Media Massa." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2012): 1–9.
- Nasrullah, Rulli. *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber*. Bandung: Simbiosis, 2012.
- Nasrullah, Rully. *Teori Dan Riset Media Siber (Cyberspace)*. Jakarta: Prenadamedia Grup, 2014.
- Nata, Abuddin. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Nurjanah, Siti, and Sri Handayana. *Metodologi Studi Islam: Gerbang Moderasi Beragama*. Yogyakarta: Idea Press, 2019.
- Piliang, Yasraf. *Bayang-Bayang Tuhan: Agama Dan Imajinasi*. Bandung: Mizan Publika, 2011.
- Powell, R., and S. Clarke. "Religion, Tolerance and Intolerance: Views from across the Disciplines." In *Religion, Intolerance and Conflict: A Scientific and Conceptual Investigation*, 3–26, 2013.
- Rahman, Khalid, and Aditia Muhammad Noor. *Moderasi Beragama Di Tengah Pergumulan Ideologi Ekstremisme*. Malang: UB Press, 2020.
- Rahman, M. T. *Sosiologi Islam*. Bandung: Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati, n.d.
- Shihab, M. Quraish. *Wasathiyah, Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*. 2nd ed. Tangerang: Lentera Hati, 2020.
- Tebba, S., and O. S. C. Nur. *Komitmen Moral Guru Bangsa*. Jakarta: Paramadina, 2004.
- Thoha, A. M. *Tren Pluralisme Agama: Tinjauan Kritis*. Perspektif Press, 2005.
- Ummah, Isti Irsadhatul. "Urgensi Syiar Moderasi Dalam Bingkai Kerukunan Beragama Melalui Media Sosial." In *Prosiding Nasional Pascasarjana LAIN Kediri*, 4:147–168, 2021.
- Venus, Antar. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Wibowo, Adi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 339–356.

Wibowo, Ari. “Kampanye Moderasi Beragama Di Facebook: Bentuk Dan Strategi Pesan.” *EDUGAMA: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2019): 85–103.

Zulaiha, E. “Tafsir Kontemporer: Metodologi, Paradigma Dan Standar Validitasnya.” *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya* 2, no. 1 (2017): 81–94.