

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENYEBARKAN NILAI-NILAI MODERASI BERAGAMA

Felix Harlan Mendrofa¹, Bernard Lubis², Gebi Juniarti Nainggolan³, Grecya Inry Syalom Berasa⁴, Michael Yoga Panioran Sitorus⁵

Prodi Statistika, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung,

Email: felikhharlanmendrofa@gmail.com, lubisbernad53@gmail.com,

gebijuniartin@gmail.com, grecyainry@gmail.com, micahelyogasitorus@gmail.com

Submitted: 26 April 2025; Accepted: 29 April 2025; Published: 30 April 2025

ABSTRACT

This study aims to analyze in depth the role of social media as a platform for disseminating religious moderation values among millennials and Generation Z. Given the high level of adoption and engagement of the young generation with various social media platforms, understanding how the values of tolerance, inclusivity, balance, and rejection of extremism are represented and received in the digital space is becoming increasingly important. This study uses a qualitative approach with a content analysis method on various popular social media platforms such as Instagram, Twitter, YouTube, and TikTok, as well as semi-structured interviews with members of the Millennial Generation Z who actively follow religious content. The results of the study identify various strategies and content formats that are effective in conveying messages of religious moderation, including the role of digital religious figures, visual narratives, and participatory interactions. In addition, this study also highlights the challenges and potential counter-narratives to tolerant and extreme content on social media. The implications of this research are expected to provide insights for stakeholders, including religious organizations, governments, and social media activists, in designing more effective communication strategies to strengthen the values of religious moderation in the digital era.

Keywords: Social media, religious moderation, millennial generation, generation Z, valuedissemination, tolerance, inclusivity, digital content.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran media sosial sebagai platform diseminasi nilai-nilai moderasi beragama di kalangan generasi milenial dan Z. Mengingat tingginya tingkat adopsi dan keterlibatan generasi muda dengan berbagai platform media sosial, pemahaman mengenai bagaimana nilai-nilai toleransi, inklusivitas, keseimbangan, dan penolakan terhadap ekstremisme direpresentasikan dan diterima dalam ruang digital menjadi krusial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap berbagai platform media sosial populer seperti Instagram, twitter, you tube, dan tik tok, serta wawancara semi-terstruktur dengan anggota generasi milenial Z yang aktif mengikuti konten-konten keagamaan. Hasil penelitian mengidentifikasi berbagai strategi dan format konten yang efektif dalam menyampaikan pesan pesan moderasi beragama, termasuk peran tokoh agama digital narasi visual, dan interaksi partisipatis. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti tantangan dan potensi kontra-narasi terhadap konten-konten toleran dan ekstrim di media sosial. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan, termasuk organisasi keagamaan, pemerintah, dan pegiat media sosial, dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk memperkuat nilai-nilai moderasi beragama di era digital.

Kata kunci: Media sosial, moderasi beragama, generasi milenial, generasi Z, diseminasi nilai, toleransi, inklusivitas, konten digital.

PENDAHULUAN

Moderasi beragama merupakan sebuah konsep krusial dalam konteks Masyarakat pluralistik, termasuk di Indonesia yang dikenal dengan keanekaragaman suku, budaya, dan agama. Esensi dari moderasi beragama terletak pada pemahaman dan pengalaman ajaran agama secara proporsional, menghindari ekstremisme, dan menjunjung tinggi toleransi serta koeksistensi damai antarumat beragama (Kementrian Agama RI, 2019). Dalam era global dan digital saat ini, lanskap penyebaran nilai-nilai keagamaan mengalami transformasi signifikan seiring dengan masifnya penetrasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda.

Generasi milenial (lahir sekitar tahun 1981-1996) dan Generasi Z (lahir sekitar tahun 1997-2012) tumbuh dan berkembang dalam era digital yang ditandai dengan kemudahan akses

informasi dan interaksi melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan Facebook (Prensky, 2001; Twenge, 2007). Platform-platform ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah bertransformasi menjadi sumber informasi, ruang ekspresi identitas, dan arena pembentukan opini, termasuk dalam hal keyakinan dan nilai-nilai keagamaan (Campbell & Evolvi, 2012).

Di satu sisi, media sosial menawarkan potensi besar dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama secara luas dan inklusif. Konten-konten yang mempromosikan toleransi, dialog antaragama, pemahaman yang benar terhadap ajaran agama, serta narasi-narasi perdamaian dapat dengan cepat menjangkau audiens yang luas, termasuk generasi muda yang mungkin kurang terpapar pada saluran-saluran komunikasi tradisional (Valenzuela, 2013). Tokoh-tokoh agama yang adaptif dengan media sosial, organisasi keagamaan yang memanfaatkan platform digital, serta individu-individu yang memiliki kesadaran akan pentingnya moderasi beragama dapat berperan aktif dalam menciptakan konten-konten konstruktif dan menginspirasi.

Namun, di sisi lain media sosial juga menyimpan tantangan tersendiri dalam konteks moderasi beragama. Algoritma platform yang cenderung memperkuat polarisasi, anonimitas yang dapat memicu ujaran kebencian, serta penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau hoaks dapat menjadi lahan subur bagi berkembangnya narasi-narasi intoleran, eksklusif, dan bahkan ekstrem (Van Dijck, 2013). Generasi milenial dan Z sebagai pengguna aktif media sosial, rentan terpapar pada konten-konten yang bertentangan dengan nilai-nilai moderasi beragama, yang pada akhirnya mempengaruhi pandangan dan perilaku mereka.

Mengingat kompleksitas peran media sosial dalam lanskap keagamaan kontemporal, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana nilai-nilai moderasi beragama dipresentasikan, disebarkan, dan diterima di kalangan generasi milenial dan Z melalui berbagai platform media sosial. Pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan dalam merancang strategi yang efektif untuk memanfaatkan potensi positif media sosial sekaligus memitigasi risiko penyebaran ideologi yang bertentangan dalam moderasi beragama. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dalam berkontribusi pada Upaya penguatan nilai-nilai toleransi, inklusivitas, dan harmonis sosial di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam peran media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai modernisasi beragama di kalangan generasi milenial dan Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks dari perspektif partisipan dan menganalisis makna serta interpretasi yang terkandung dalam data (Creswell, 2013).

Data penelitian ini dikumpulkan dari sumber analisis konten media sosial. Data berupa konten-konten yang relevan dengan nilai-nilai modernisasi yang beragama dan interaksi pengguna (komentar, like, share) akan dikumpulkan dari berbagai platform media sosial populer di kalangan milenial dan Z, termasuk Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok. Pemilihan konten akan didasarkan pada kriteria seperti popularitas (jumlah views, like, share), relevansi dengan topik modernisasi beragama (rencana eksplisit maupun implisit), serta keberagaman format (misalnya, postingan teks, gambar, video, live streaming). Periode waktu pengumpulan data akan ditentukan untuk memastikan representasi yang memadai.

Instrumen utama dalam penelitian ini melalui panduan analisis konten. Sebuah kerangka analisis konten akan dikembangkan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan tema-tema yang berkaitan dengan nilai-nilai moderasi beragama (misalnya, toleransi, inklusivitas, dialog, penolakan ekstremisme) serta strategi penyampaian pesan yang digunakan

dalam konten media sosial. Kerangka ini akan mencakup elemen-elemen seperti jenis konten, aktor yang terlibat (misalnya, tokoh agama, influencer, individu), gaya Bahasa, elemen visual, dan interaksi pengguna.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis aktivitas pada berbagai platform Media sosial yang populer di Indonesia, termasuk Instagram, Twitter (X), Facebook, YouTube, dan TikTok, selama periode waktu tertentu (misalnya, satu tahun). Data yang terkumpul meliputi unggahan (Text, Gambar, Video), Komentar dan interaksi (Likes, Shares, Retweets) yang relevan dengan topik moderasi beragama.

- 1) Platform Dominan: Hasil analisis menunjukkan bahwa Instagram dan YouTube menjadi platform yang paling aktif digunakan untuk menyebarkan konten terkait moderasi beragama, terutama melalui visualisasi yang menarik dan format video yang mudah dicerna. TikTok juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam penyebaran pesan-pesan singkat dan kreatif tentang toleransi dan kerukunan.
- 2) Jenis Konten: Konten yang paling banyak ditemukan dan mendapatkan interaksi tinggi meliputi:
 - Kutipan ayat suci atau ajaran agama yang menekankan toleransi dan perdamaian, disajikan dalam desain grafis menarik atau video pendek.
 - Testimoni atau kisah inspiratif tentang kerukunan antarumat beragama.
 - Video ceramah atau diskusi keagamaan yang disampaikan dengan bahasa yang inklusif dan menekankan esensi ajaran yang universal.
 - Kampanye daring (tagar) yang mempromosikan nilai-nilai persatuan dan kebersamaan.
 - Konten parodi atau humor yang secara halus menyindir intoleransi dan ekstremisme.
- 3) Karakteristik Interaksi Pengguna: Interaksi pengguna menunjukkan adanya polarisasi. Di satu sisi, terdapat komunitas daring yang aktif mendukung dan menyebarkan konten-konten moderasi. Di sisi lain, terdapat pula kelompok yang cenderung memberikan komentar negatif atau menyebarkan narasi yang bertentangan dengan nilai-nilai moderasi. Namun, secara umum, konten yang disampaikan dengan positif dan konstruktif cenderung mendapatkan lebih banyak dukungan.

Berbagai aktor menggunakan strategi komunikasi yang berbeda dalam mempromosikan moderasi beragama di media sosial:

- Tokoh Agama dan Organisasi Keagamaan: Cenderung menggunakan pendekatan edukatif dan persuasif, menyampaikan ajaran agama yang menekankan toleransi melalui unggahan rutin, siaran langsung, dan webinar daring. Mereka juga aktif merespons isu-isu intoleransi dengan memberikan klarifikasi dan perspektif yang menyejukkan.
- Pegiat Media Sosial dan Influencer: Memanfaatkan popularitas dan kreativitas mereka untuk menyampaikan pesan-pesan moderasi dalam format yang lebih menarik dan mudah diterima oleh generasi muda, seperti video pendek, challenge, dan kolaborasi dengan tokoh lain.
- Pemerintah dan Lembaga Terkait: Menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang kebijakan dan program pemerintah dalam mempromosikan kerukunan dan menangkal ekstremisme. Mereka juga berupaya membangun narasi positif tentang keberagaman Indonesia.

- Komunitas Daring: Terbentuk kelompok-kelompok pengguna media sosial yang memiliki kesamaan visi dalam mempromosikan moderasi. Mereka aktif berbagi konten, mengadakan diskusi daring, dan mengorganisir kampanye virtual.

Tantangan dalam Penyebaran Moderasi:

Meskipun media sosial menawarkan potensi besar, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan signifikan:

- Penyebaran Hoaks dan Ujaran Kebencian: Informasi yang tidak akurat dan ujaran yang mengandung kebencian terhadap kelompok tertentu masih marak ditemukan dan berpotensi merusak upaya promosi moderasi.
- Polarisasi Opini dan Echo Chamber: Algoritma media sosial cenderung memperkuat filter bubble atau echo chamber, di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sesuai dengan keyakinan mereka, sehingga sulit untuk menjangkau dan meyakinkan kelompok yang memiliki pandangan ekstrem.
- Kurangnya Literasi Digital: Sebagian pengguna media sosial kurang memiliki kemampuan untuk membedakan informasi yang benar dan salah, serta kurang bijak dalam berinteraksi di ruang digital, sehingga rentan terpapar dan terpengaruh oleh konten negatif.
- Intervensi Aktor dengan Agenda Tertentu: Kelompok-kelompok dengan agenda politik atau ideologis tertentu dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan narasi intoleran dan memecah belah masyarakat.

Peran media sosial dalam moderasi beragama sangatlah signifikan dan multifaceted, memiliki potensi besar sekaligus tantangan yang perlu diatasi. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai peran media sosial dalam konteks ini:

Potensi Positif:

- Diseminasi Nilai-Nilai Moderat: Media sosial memungkinkan penyebaran pesan-pesan toleransi, inklusivitas, dialog antarumat beragama, dan penolakan terhadap ekstremisme secara luas dan cepat. Konten-konten seperti infografis, video pendek, kutipan tokoh agama, dan testimoni dapat menjangkau audiens yang beragam.
- Membangun Kesadaran dan Pemahaman: Kampanye daring, diskusi virtual, dan konten edukatif di media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, tentang pentingnya moderasi beragama sebagai landasan kehidupan berbangsa dan bernegara yang harmonis.
- Menciptakan Ruang Dialog dan Interaksi: Platform media sosial memfasilitasi interaksi antarindividu dan kelompok dengan latar belakang agama yang berbeda. Ini membuka peluang untuk saling memahami perspektif, meluruskan kesalahpahaman, dan membangun jembatan komunikasi.
- Memperkuat Narasi Moderat: Media sosial dapat menjadi wadah untuk memperkuat narasi-narasi positif tentang keberagaman, perdamaian, dan kolaborasi antarumat beragama, sekaligus menangkal narasi-narasi ekstrem dan intoleran.
- Memobilisasi Dukungan dan Aksi: Media sosial dapat digunakan untuk mengorganisir gerakan sosial, petisi, atau kampanye daring yang mendukung nilai-nilai moderasi beragama dan menentang segala bentuk diskriminasi dan kekerasan atas nama agama.
- Memanfaatkan Influencer dan Tokoh Agama Moderat: Tokoh agama, influencer, dan figur publik yang memiliki pandangan moderat dapat menggunakan platform media sosial mereka untuk menyampaikan pesan-pesan positif dan menjangkau pengikut mereka secara efektif.
- Membangun Komunitas Daring yang Moderat: Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas daring yang memiliki visi yang sama dalam

mempromosikan moderasi beragama. Komunitas ini dapat menjadi ruang untuk saling mendukung, berbagi informasi, dan memperkuat identitas moderat.

Tantangan:

- **Penyebaran Hoaks dan Ujaran Kebencian:** Media sosial juga menjadi sarang penyebaran informasi palsu (hoaks) dan ujaran kebencian yang dapat memecah belah masyarakat dan merusak upaya moderasi beragama.
- **Polarisasi dan Echo Chamber:** Algoritma media sosial cenderung memperkuat filter bubble atau echo chamber, di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sesuai dengan keyakinan mereka, sehingga sulit untuk menjangkau dan meyakinkan kelompok yang memiliki pandangan ekstrem.
- **Kurangnya Literasi Digital:** Sebagian pengguna media sosial kurang memiliki kemampuan untuk membedakan informasi yang benar dan salah, serta kurang bijak dalam berinteraksi di ruang digital, sehingga rentan terpapar dan terpengaruh oleh konten negatif.
- **Aktor dengan Agenda Tertentu:** Kelompok-kelompok dengan agenda politik atau ideologis tertentu dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan narasi intoleran dan memecah belah masyarakat atas dasar agama.
- **Keterbatasan Kontrol dan Regulasi:** Sifat media sosial yang terbuka dan global menyulitkan upaya kontrol dan regulasi terhadap konten-konten negatif yang dapat menghambat moderasi beragama.

B. Hasil Pembahasan

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa media sosial memainkan peran yang signifikan, meskipun kompleks, dalam lanskap penyebaran nilai-nilai moderasi beragama di Indonesia. Dominasi platform visual seperti Instagram dan YouTube sebagai saluran utama menunjukkan preferensi pengguna terhadap konten yang menarik secara visual dan mudah dicerna, sejalan dengan tren konsumsi media digital saat ini (Van Dijck, 2013). Peningkatan popularitas TikTok juga menyoroti potensi format konten pendek dan kreatif dalam menjangkau audiens yang lebih muda, sebuah demografi kunci dalam upaya penanaman nilai-nilai moderasi sejak dini.

Beragamnya jenis konten yang berhasil menarik perhatian, mulai dari kutipan ayat suci hingga parodi, mengilustrasikan perlunya pendekatan multidimensional dalam komunikasi moderasi beragama di ranah digital. Strategi yang menggabungkan elemen edukasi, narasi inspiratif, humor, dan kampanye daring terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan keterlibatan (Berger & Milkman, 2012). Keberhasilan tokoh agama, influencer, dan komunitas daring dalam memanfaatkan kekuatan media sosial menunjukkan pentingnya kolaborasi dan pemanfaatan berbagai kekuatan dalam ekosistem digital (Bruns, 2008).

Namun, tantangan yang dihadapi tidak dapat diabaikan. Maraknya hoaks dan ujaran kebencian menjadi penghalang serius dalam upaya menciptakan ruang digital yang kondusif bagi moderasi (Allcott & Gentzkow, 2017). Fenomena polarisasi dan echo chamber yang diperkuat oleh algoritma media sosial (Pariser, 2011) mempersulit upaya menjangkau dan meyakinkan kelompok dengan pandangan ekstrem. Kurangnya literasi digital di sebagian masyarakat Indonesia juga memperburuk kerentanan terhadap informasi yang salah dan narasi yang memecah belah (Livingstone, 2014).

Peluang yang ditawarkan oleh media sosial, seperti jangkauan luas dan interaktivitas, harus dimanfaatkan secara optimal. Kemampuan untuk membangun dialog dan komunitas daring yang positif merupakan aset berharga dalam memperkuat nilai-nilai toleransi dan kerukunan (Rheingold, 2000). Kreativitas dalam penyampaian pesan dan adaptasi terhadap tren media sosial menjadi kunci untuk menarik perhatian dan mempertahankan keterlibatan audiens.

Pengaruh media sosial terhadap pemahaman dan praktik moderasi beragama menunjukkan hasil yang beragam. Peningkatan kesadaran adalah langkah awal yang positif, namun perubahan sikap yang mendalam memerlukan upaya yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat identitas moderat bagi individu yang sudah memiliki kecenderungan tersebut (Tajfel & Turner, 1979), namun juga berpotensi memperkuat polarisasi jika tidak dikelola dengan bijak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti peran media sosial dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku (McCombs & Shaw, 1972). Dalam konteks agama, media sosial dapat menjadi ruang untuk interpretasi dan negosiasi makna keagamaan, yang dapat mengarah pada pemahaman yang lebih inklusif atau justru eksklusif, tergantung pada narasi yang dominan (Dawson & Cowan, 2004).

Saran-saran yang diajukan, seperti peningkatan literasi digital, penguatan konten moderatif, kolaborasi lintas sektor, dan pemanfaatan algoritma yang bertanggung jawab, merupakan langkah-langkah krusial untuk memaksimalkan potensi positif media sosial dan meminimalkan dampak negatifnya dalam konteks moderasi beragama. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dinamika kompleks ini secara lebih mendalam dan mengembangkan strategi yang lebih efektif.

Pengertian Moderasi Beragama

Moderasi beragama merupakan cara pandang yang berfokus pada suatu sikap dan perilaku dalam hal beragama dengan cara yang tidak berlebihan dan tetap menghargai keberagaman. Moderasi beragama bisa juga dikatakan sebagai kunci terciptanya sebuah toleransi dan kerukunan baik dari Tingkat lokal, nasional, maupun global (Saifudin, 2019). Moderasi bukan hanya diajarkan oleh agama islam tapi juga agama lain, moderasi merupakan suatu Kebajikan yang dapat mendorong suatu hubungan yang menciptakan keharmonisan, keseimbangan dalam sosial umat beragama khususnya di kalangan generasi muda.

Generasi muda merupakan suatu kelompok individu yang pada umumnya generasi muda berusia dalam rentang usia remaja hingga dewasa yaitu dari usia 15 hingga 30 tahun. Generasi muda ini memiliki semangat baru dan nilai juang yang tinggi dalam membangun bangsa yang mampu meneruskan nilai-nilai luhur yang menjadi idealisme bangsa yang mementingkan unsur kebenaran mutlak. Dalam hal ini, tingginya semangat baru yang dimiliki oleh generasi muda dalam menjaga nilai-nilai luhur bangsa yang menjadikan moderasi beragama sangat penting bagi generasi muda.

Peran Media Sosial Mempromosikan Moderasi Beragama

Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi bagi masyarakat. Namun, dampak dari media sosial sangatlah buruk salah satunya adalah rentan tersebar nya informasi yang kurang akurat. Kegiatan moderasi beragama melalui media sosial sekiranya dapat memberikan informasi kepada masyarakat, khususnya generasi muda saat ini, pemahaman tentang pentingnya sikap moderasi beragama. Moderasi beragama dilakukan untuk kalangan generasi muda saat ini, dimana generasi muda saat ini tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang pesat seperti internet dan media sosial, sehingga rentan sekali terpapar paham radikalisme (Rahmawati, 2023). Oleh karena itu perlu di kelola dengan baik agar pemikiran radikalisme tidak dapat mempengaruhi generasi muda.

Generasi muda muslim kelas menengah yang usianya mulai dari 18-30 tahun kebanyakan dari mereka memiliki karakter tech savvy atau paham teknologi, religious, modern, dan memiliki daya beli yang tinggi. Dimana kebanyakan generasi muda saat ini tahu cara menggunakan teknologi, mereka membuka mata akan teknologi dan ikut aktif di media sosial media. Media sosial merupakan suatu platform digital yang digunakan seseorang untuk berinteraksi, bercerita, berpartisipasi, berbagi tentang pemikiran atau ide, bercerita hingga

membagikan suatu pengalaman, moment atau membuat konten yang diperlihatkan secara online dalam bentuk jaringan sosial.

Jaringan media sosial diangkap sebagai alat komunikasi modern yang paling efektif dan efisien, dengan memiliki dampak positif yang besar bagi para penggunaannya, Bagi generasi muda kelas menengah yang tinggal diperkotaan atau yang tinggal didaerah yang fasilitas teknolginya sudah memadai, penggunaan jaringan media sosial memiliki dampak positif seperti memudahkan akses informasi, yang memungkinkan pengembangan diri melalui platfrom tersebut (Rahmawati, 2023).

Namun jaringan media sosial juga memiliki dampak negatif seperti adanya konten penyebaran berita palsu hoax intimidasi daring cyberbullying yang dapat berdampak pada kesehatan mental korban, adanya konten pornografi serta munculnya retorika kebenciaan dan sebagainya. Seiring dengan terjadinya dampak-dampak negatif dari media sosial, maka diperlukannya moderasi beragama sebagai upaya untuk menyatukan semangat-semangat beragama dengan komitmen beragama khususnya bagi generasi muda. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar generasi muda dapat membangun serta menerapkan sikap toleransi yang tinggi sehingga mereka terjatuh dalam paham radikalisme.

Tantangan Moderasi Beragama dalam Mempromosikan Media Sosial Dikalangan Generasi Muda

Pertama, berkembangnya pemahaman dan pengalaman keagamaan yang berlebihan, melampaui batas, dan ekstrem, serta Perkembangan cara pandang, sikap, dan praktik beragama yang berlebihan. Tantangan kedua, munculnya klaim tafsiran kebenaran suatu agama. Ada

Sebagian orang yang merasa paham tafsir keagamaanya sajalah yang paling benar, lalu memaksa orang lain yang berbeda untuk mengikuti pahamnya, bahkan bila perlu dengan menggunakan cara paksaan dan kekerasan. Tantangan ketiga, pemahaman yang dapat mengganggu, mengancam, atau bahkan merusak persatuan bangsa. bahkan merusak ikatan kebangsaan. Seperti mengharamkan hormat bendera, mengkafirkan orang yang menyanyikan lagu Indoensia Raya, bahkan mengajarkan bahwa nasionalisme tidak penting karena tidak diajarkan agama (Rizqa, 2021). Selanjutnya tantangan keempat, pemahaman media sosial dikalangan generasi muda, masih banyak hal-hal atau konten tentang moderasi beragama yang muncul di berbagai platform justru mereka lewati, atau hanya melihat judul besarnya saja tidak menyimak dengan baik konten tersebut. Sehingga munculah perbedaan pendapat, hal-hal yang rancu tentang moderasi beragama, terkadang munculah penyebaran berita hoax, karena penyebaran berita sekarang semakin cepat, merusak citra agama tertentu dan memicu konflik (Cahyani, 2022).

Di sisi lain, media sosial juga memainkan peran krusial sebagai saluran untuk menyampaikan informasi ini. Tokoh agama yang aktif di platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mengedukasi remaja tentang pentingnya moderasi dalam beragama. Dengan pendekatan yang menarik, seperti video ceramah, infografis, dan konten interaktif, mereka dapat menarik perhatian generasi muda dan mengajak mereka untuk berdiskusi (Barjah, 2024).

Namun, penting untuk diingat bahwa tidak semua informasi yang beredar di media sosial dapat dipercaya. Oleh karena itu, tokoh agama diharapkan dapat memberikan klarifikasi dan penjelasan yang tepat untuk membantu remaja menyaring informasi yang mereka terima. Melalui keterlibatan aktif dan pemanfaatan media sosial secara bijak, tokoh agama dapat berkontribusi signifikan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung moderasi dan toleransi beragama di kalangan remaja (Lubis, 2023).

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama di era digital saat ini. Melalui berbagai platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter, pesan-pesan toleransi, saling menghargai perbedaan, dan pentingnya hidup berdampingan secara damai dapat disampaikan secara luas, cepat, dan efektif. Media sosial juga memungkinkan para tokoh agama, pendidik, dan masyarakat umum untuk berkontribusi aktif dalam membangun narasi keagamaan yang damai dan inklusif. Namun demikian, penggunaan media sosial juga harus disertai dengan literasi digital yang baik agar tidak terjebak dalam penyebaran ujaran kebencian atau paham ekstremisme. Dengan pendekatan yang bijak, media sosial dapat menjadi sarana yang kuat dalam menanamkan dan memperkuat nilai-nilai moderasi beragama di tengah masyarakat yang majemuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2020). *Moderasi Beragama dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Hidayat, D. N., & Ramdhani, M. A. (2021). *Media Sosial sebagai Sarana Dakwah di Era Digital*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 123–134. <https://doi.org/10.21043/jki.v11i2.10345>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rohman, A. (2019). *Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Toleransi Beragama*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 23(1), 45–57.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). *What makes online content viral?*. *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. Peter Lang.
- Dawson, L. L., & Cowan, D. E. (Eds.). (2004). *Religion online: Finding faith on the Internet*. Routledge.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process*. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates.
- Haynes, J. (2009). *Religion and media*. Routledge.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media landscape*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Livingstone, S. (2014). *Developing digital literacy*. In *The Routledge handbook of language and digital communication* (pp. 58-73). Routledge.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.