

Strategi Penguatan Moderasi Beragama Melalui Platform Digital: Peran Generasi Z dan Komunitas Multikultural di Era Digital

Aditiarman

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Jambi

e-mail: aditiarmankrc@gmail.com

ABSTRACT

Di masa digital yang semakin maju, moderasi beragama menjadi krusial dalam menghadapi tantangan radikalisme dan intoleransi yang berkembang di ruang maya. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan mengembangkan strategi efektif dalam memperkuat moderasi beragama melalui platform digital, dengan fokus pada peran Generasi Z dan komunitas multikultural di Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini melibatkan analisis konten digital dari berbagai platform media sosial dan wawancara dengan partisipan dari kedua kelompok target. Hasil menunjukkan bahwa Generasi Z efektif menggunakan Facebook, TikTok, Whatsapp, Instagram, youtube, dan Twitter untuk menyebarkan pesan moderasi beragama melalui konten kreatif seperti poster Agama, Kata Mutiara Nasihat, video dan infografis, meskipun menghadapi tantangan dalam menjaga kedalaman pesan. Komunitas multikultural berhasil menciptakan ruang digital yang inklusif melalui diskusi daring, webinar, dan kampanye edukatif di Facebook, Instagram dan YouTube, namun mengalami kesulitan menjangkau audiens atau terpengaruh narasi ekstremis. Analisis sentimen menunjukkan mayoritas respons publik positif, meskipun terdapat resistensi dari sebagian kecil audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan strategis media sosial dapat berperan signifikan dalam membangun narasi positif yang menyeimbangkan ekstremisme di ruang publik virtual. Disarankan untuk mengembangkan konten yang lebih mendalam dan penuh makna dalam meningkatkan pendekatan personalisasi dan dialogis, memperluas program literasi digital, serta meningkatkan kolaborasi antar lembaga untuk memperkuat efektivitas kampanye moderasi beragama di era digital.

Keywords: *Moderasi beragama, Media sosial, Generasi Z, Komunitas multikultural.*

Article submission: 1 Sep 24

Article revision: 13 Sep 24

Article acceptance: 14 Sep 24

I. INTRODUCTION

Dalam era digital yang semakin maju, moderasi beragama menjadi topik yang sangat relevan dalam menghadapi tantangan global seperti radikalisme, intoleransi,

dan ekstremisme yang berkembang di dunia maya. Platform digital telah menjadi medan baru di mana narasi agama diproduksi dan disebar, mengubah cara pandang dan praktik keagamaan di kalangan masyarakat. Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam mempengaruhi dinamika sosial dan politik, termasuk dalam konteks keagamaan, tidak dapat diabaikan. Media sosial dan platform digital lainnya memberikan ruang bagi berbagai ideologi untuk berkembang, termasuk narasi-narasi ekstremis dan intoleran. Oleh karena itu, penguatan moderasi beragama melalui media ini menjadi semakin penting (Evolvi, 2021).

Studi-studi terkini telah menyoroti berbagai pendekatan yang dilakukan untuk mempromosikan moderasi beragama di era digital. Misalnya, Partono et al. (2023) menekankan pentingnya peran guru dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama melalui literasi digital, sebagai respons terhadap meningkatnya intoleransi di ruang digital. Demikian pula, penggunaan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan narasi damai telah terbukti efektif dalam mengurangi pengaruh ideologi ekstremis di kalangan pengguna online (Setia & Haq, 2023). Dengan demikian, moderasi beragama di ruang digital tidak hanya menjadi tantangan baru, tetapi juga peluang untuk membangun narasi yang lebih inklusif dan damai di tengah arus informasi yang semakin kompleks.

Beberapa studi telah menawarkan solusi spesifik untuk mengatasi masalah ini. Setia dan Haq (2023) meneliti bagaimana kampanye moderasi beragama di media sosial, seperti yang dilakukan oleh Harakatuna.com, dapat menjadi alat yang efektif dalam memerangi radikalisme. Dengan menggunakan media sosial, kampanye ini berhasil menyebarkan narasi damai yang mengurangi pengaruh ideologi ekstremis di kalangan pengguna online. Selain itu, pelatihan digital yang ditujukan untuk kalangan santri, seperti yang diuraikan oleh Dimiyati et al. (2023), menunjukkan pentingnya transformasi narasi negatif menjadi narasi positif melalui pengembangan narasi alternatif yang moderat. Pelatihan ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kesadaran kritis mereka terhadap bahaya intoleransi yang tersebar di media sosial.

Masalah utama yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana memperkuat moderasi beragama di ruang publik virtual untuk menyeimbangkan

narasi ekstremis dan intoleran yang sering kali mendominasi diskursus online. Solusi umum yang diusulkan adalah melalui penguatan peran media sosial dan platform digital sebagai alat untuk menyebarkan narasi positif dan moderat. Media sosial dapat digunakan untuk memberdayakan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pendidik, aktivis, dan komunitas religius, agar mereka dapat berpartisipasi aktif dalam menciptakan ruang digital yang lebih inklusif (Hakim, 2023 dalam Rahmelia & Apandie, 2020).

Walaupun berbagai studi telah menunjukkan efektivitas media sosial dan teknologi digital dalam mempromosikan moderasi beragama, masih terdapat kesenjangan dalam literatur yang perlu ditangani. Salah satu kesenjangan tersebut adalah kurangnya penelitian yang mengeksplorasi peran generasi muda, terutama Generasi Z, dalam mengimplementasikan moderasi beragama di ruang digital. Ramadhan et al. (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z, sebagai digital natives, memiliki potensi besar dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi, namun tantangan dan peluang yang mereka hadapi belum sepenuhnya dipahami dan dieksplorasi.

Selain itu, ada kebutuhan untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana komunitas multikultural menggunakan media sosial untuk mempromosikan moderasi beragama dan menentang narasi eksklusif. Anwar dan Haq (2019) menyoroti pentingnya kampanye moderasi beragama di komunitas multikultural melalui media sosial, namun penelitian ini masih terbatas pada beberapa kasus tertentu dan belum mencakup variasi budaya dan kontekstual yang lebih luas. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif dalam berbagai konteks budaya dan sosial, serta untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari intervensi digital dalam mempromosikan moderasi beragama.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mengembangkan strategi efektif dalam memperkuat moderasi beragama melalui platform digital dan membangun narasi positif di ruang publik virtual. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan dalam literatur dengan fokus pada peran generasi muda, khususnya Generasi Z, serta komunitas multikultural dalam mempromosikan moderasi beragama di dunia digital. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada

pendekatannya yang holistik, yang tidak hanya mengevaluasi efektivitas kampanye digital, tetapi juga mengeksplorasi dimensi sosial, budaya, dan teknologi yang mempengaruhi persepsi dan praktik moderasi beragama. Ruang lingkup penelitian ini mencakup analisis platform digital, studi kasus dari komunitas yang berbeda, dan pengembangan model intervensi yang dapat diterapkan dalam konteks yang lebih luas (Lubis et al., 2023 dalam Salsabila et al., 2021).

II. LITERATURE REVIEW

A. Peran Moderasi Beragama di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara agama dipraktikkan dan disebarluaskan. Media sosial, sebagai salah satu produk utama dari era digital, telah menjadi medan baru bagi diskusi, penyebaran, dan debat tentang ajaran agama. Evolvi (2021) menggarisbawahi bahwa media baru dan budaya digital telah mempengaruhi interpretasi tradisi keagamaan, yang berdampak pada hubungan antara identitas agama dan otoritas di masyarakat global. Di tengah arus informasi yang terus bergerak, media digital juga menjadi wadah bagi narasi-narasi ekstremis yang berkembang pesat di ruang maya.

Penelitian oleh Setia dan Haq (2023) menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan narasi damai yang menyeimbangkan pengaruh ideologi ekstremis. Platform seperti Harakatuna.com berhasil memanfaatkan media digital untuk kampanye moderasi beragama yang efektif. Selain itu, Lubis et al. (2023) menyoroti bagaimana Kementerian Agama Indonesia telah menggunakan YouTube sebagai platform untuk meningkatkan moderasi beragama di kalangan generasi milenial, meskipun strategi kampanye digital yang lebih intensif masih diperlukan untuk mencapai dampak yang lebih luas. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun media sosial merupakan alat yang sangat potensial, penggunaannya harus lebih kreatif dan strategis untuk memaksimalkan efeknya.

B. Peran Generasi Z dalam Moderasi Beragama

Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, memiliki potensi besar dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama melalui media digital. Ramadhan et al. (2023) menyoroti bahwa Generasi Z, dengan keterampilan digital yang tinggi, mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan nilai-nilai toleransi. Generasi ini memanfaatkan platform populer seperti Instagram, TikTok, dan Twitter untuk menyampaikan pesan moderasi dengan konten kreatif yang disesuaikan dengan preferensi audiens muda.

Namun, meskipun potensi ini diakui, masih terdapat kesenjangan dalam literatur yang mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh Generasi Z dalam mengimplementasikan moderasi beragama di ruang digital. Tantangan-tantangan tersebut meliputi bagaimana menjaga konsistensi dan kedalaman pesan dalam format konten yang singkat, serta bagaimana menangani audiens yang resistif terhadap narasi moderat. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali bagaimana Generasi Z dapat terus memperkuat narasi moderasi di ruang digital secara berkelanjutan.

C. Kampanye Moderasi Beragama di Komunitas Multikultural

Komunitas multikultural memainkan peran penting dalam menyebarkan moderasi beragama di ruang publik virtual. Anwar dan Haq (2019) menunjukkan bahwa kampanye moderasi beragama melalui media sosial efektif dalam mempromosikan harmoni antaragama di kalangan komunitas multikultural. Kampanye ini tidak hanya menargetkan kelompok tertentu tetapi melibatkan berbagai latar belakang etnis dan agama, yang menjadikan narasi moderasi lebih inklusif dan kolaboratif.

Namun, meskipun terdapat bukti keberhasilan kampanye di beberapa komunitas, penelitian yang ada masih terbatas pada kasus-kasus tertentu. Mashuri et al. (2023) dalam penelitian mereka tentang media online Nahdlatul Ulama di Jawa Timur, menunjukkan bahwa media tradisional yang beralih ke platform digital dapat menyebarkan narasi moderat yang

kuat. Namun, strategi yang digunakan untuk memperluas dampak kampanye moderasi di komunitas multikultural lainnya masih perlu dieksplorasi lebih lanjut. Studi lebih mendalam diperlukan untuk memahami bagaimana variasi budaya dan sosial mempengaruhi efektivitas kampanye moderasi di berbagai wilayah dan konteks.

D. Pendidikan dan Literasi Digital sebagai Solusi

Salah satu strategi penting dalam memperkuat moderasi beragama adalah melalui pendidikan dan literasi digital. Partono et al. (2023) menekankan pentingnya peran guru dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama melalui literasi digital. Pendidikan tentang moderasi beragama sangat penting, terutama dalam menangkal intoleransi dan radikalisme yang menyebar di ruang digital. Hal ini juga diperkuat oleh Ulum dan Mun'im (2022) yang menyoroti bagaimana moderasi dalam pendidikan Islam dapat direalisasikan di ruang digital, sebagai upaya untuk mencegah provokasi dan penyebaran kebencian di media sosial.

Meskipun literasi digital dianggap sebagai solusi penting, ada tantangan dalam memastikan bahwa program literasi ini menjangkau kelompok-kelompok yang rentan terhadap radikalisasi. Solusi seperti pelatihan digital untuk santri (Dimyati et al., 2023) dan kampanye di platform media sosial (Salsabila et al., 2021) telah menunjukkan hasil yang menjanjikan, tetapi skala penerapannya masih terbatas. Oleh karena itu, masih diperlukan lebih banyak program pendidikan dan pelatihan yang komprehensif yang dapat menjangkau masyarakat luas, terutama di kalangan anak muda.

III. METHODS

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai strategi digital dalam mempromosikan moderasi beragama, khususnya pada peran Generasi Z dan komunitas multikultural

di Indonesia. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengamati secara rinci bagaimana kampanye moderasi beragama dilakukan melalui berbagai platform digital dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi efektivitas kampanye ini (Creswell, 2014).

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dipilih melalui teknik purposive sampling, yang melibatkan dua kelompok utama:

1. Komunitas Generasi Z : Mahasiswa dan pelajar yang terlibat dalam kegiatan media sosial terkait moderasi beragama. Mereka dipilih karena mereka merupakan kelompok yang sangat aktif di ruang digital dan memiliki potensi besar dalam menyebarkan narasi moderasi.
2. Komunitas Multikultural : Komunitas yang terdiri dari berbagai latar belakang etnis dan agama, yang menggunakan platform digital untuk mempromosikan narasi moderat dan toleransi antaragama.

C. Analisis Konten Digital

Peneliti menganalisis konten digital yang diproduksi oleh komunitas, seperti postingan di media sosial, artikel, video, dan materi lainnya. Teknik ini digunakan untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak dari konten tersebut terhadap audiens. Data yang diambil meliputi jumlah interaksi, respons publik, dan analisis sentimen yang diperoleh dari platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan YouTube.

D. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Proses analisis melibatkan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Kategorisasi Tema

Tema-tema yang muncul dari proses koding akan dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang lebih spesifik, seperti strategi digital yang efektif, tantangan dalam menyebarkan moderasi, dan perbedaan pendekatan antara Generasi Z dan komunitas multikultural.

2. Hasil analisis akan disusun dalam bentuk narasi yang menjelaskan pola dan hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye moderasi beragama di ruang digital.

E. Etika Penelitian

Metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi digital yang efektif dalam mempromosikan moderasi beragama, serta tantangan yang dihadapi oleh Generasi Z dan komunitas multikultural dalam menyebarkan narasi moderasi di ruang publik virtual.

IV. RESULTS

A. Strategi Digital Generasi Z dalam Mempromosikan Moderasi Beragama

Sebagaimana Firman Allah SWT. di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 143 :

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۚ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَى عَقْبَيْهِ ۚ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۚ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ إِيْمَانَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَحِيمٌ ﴿١٤٣﴾

"Demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Kami tidak menetapkan kiblat yang (dahulu) kamu ber kiblat kepadanya, kecuali agar Kami mengetahui (dalam kenyataan) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang berbalik ke belakang. Sesungguhnya (pemindahan kiblat) itu sangat berat, kecuali bagi orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah. Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia." (Q.S. Al-Baqarah [2] : 143)

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z, sebagai digital natives, menggunakan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter secara efektif untuk menyebarkan pesan moderasi beragama.

Wawancara dengan partisipan dari komunitas Generasi Z mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih format visual dan interaktif, seperti video, infografis, dan meme, untuk menarik perhatian audiens muda, dan sebagian besar lainnya lebih memilih untuk melakukan diskusi dan dialog yang dilakukan antar Agama. Pendekatan ini didorong oleh kesadaran mereka akan pentingnya menyampaikan pesan yang penuh hikmah dan mudah diakses dan dipahami oleh audiens digital.

Sebagaimana Firman Allah SWT. di dalam Al-Qur'an Surah Yunus ayat 99 sampai 100

وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَأَمَنَّ مَنْ فِي الْأَرْضِ كُلَّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴿٩٩﴾ وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٠﴾

"Seandainya Tuhanmu menghendaki, tentulah semua orang di bumi seluruhnya beriman. Apakah engkau (Nabi Muhammad) akan memaksa manusia hingga mereka menjadi orang-orang mukmin? Dan Tidak seorang pun akan beriman, kecuali dengan izin Allah dan Dia menimpakan azab kepada orang-orang yang tidak mau mengerti." (Q.S. Yunus [10] : 99-100)

Sebagai contoh, partisipan yang aktif di TikTok menggunakan konten yang menggabungkan humor dengan pesan-pesan moderat untuk menarik perhatian lebih banyak pengikut. Selain itu, Instagram digunakan untuk membagikan infografis tentang toleransi dan perdamaian, yang dirancang secara menarik dan ringkas. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan teknik *"edutainment"* (pendidikan dan kreativitas) untuk mempertahankan minat audiens dan meningkatkan keterlibatan di media sosial. Strategi ini terbukti berhasil meningkatkan interaksi positif, seperti komentar dan dukungan dari pengguna lainnya.

Namun, meskipun strategi ini efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terdapat tantangan dalam menjaga kedalaman dan konsistensi pesan. Beberapa partisipan mengungkapkan bahwa keterbatasan format konten di media sosial, terutama video, membuat sulit untuk menyampaikan pesan moderasi yang kompleks. Selain itu, analisis

sentimen menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar respons publik positif, terdapat segmen kecil audiens yang menolak atau bersikap skeptis terhadap pesan moderasi yang disampaikan.

B. Peran Komunitas Multikultural dalam Kampanye Moderasi Beragama

Komunitas multikultural yang terlibat dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kolaboratif untuk mempromosikan moderasi beragama. Melalui diskusi daring, webinar, dan kampanye edukatif di media sosial, komunitas ini berhasil menciptakan ruang digital yang inklusif, di mana anggota komunitas dari berbagai latar belakang agama dapat berdialog dan berbagi pengalaman.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunitas multikultural menggunakan platform seperti Facebook dan YouTube untuk mengadakan diskusi interaktif yang membahas pentingnya moderasi beragama dan toleransi antaragama. Pendekatan ini tidak hanya berhasil menyebarkan pesan moderasi beragama, tetapi juga membangun dialog yang lebih mendalam dan kolaboratif. Sebagai contoh, komunitas multikultural di salah satu studi kasus menggunakan YouTube untuk mengadakan diskusi panel dengan tokoh agama dari berbagai latar belakang, yang menarik audiens dari beragam kelompok etnis dan agama.

Hasil analisis konten menunjukkan bahwa kampanye digital komunitas multikultural ini efektif dalam mengatasi stereotip negatif dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya dialog antaragama. Video yang diproduksi oleh komunitas ini sering kali difokuskan pada topik-topik sensitif seperti radikalisme dan intoleransi, dengan memberikan perspektif yang moderat dan seimbang. Konten tersebut mendapat tanggapan positif dari audiens, dengan tingkat interaksi yang tinggi, termasuk komentar yang mendukung dan berbagi (share) konten ke jaringan yang lebih luas.

Namun, tantangan utama yang dihadapi komunitas ini adalah menjangkau audiens yang lebih skeptis terhadap pesan moderasi. Beberapa partisipan melaporkan bahwa audiens yang sudah terpengaruh oleh narasi ekstremis cenderung lebih sulit untuk terlibat dalam diskusi yang moderat.

Meskipun begitu, komunitas ini terus menggunakan pendekatan dialogis dan inklusif untuk membangun kesadaran dan memperluas jangkauan pesan moderasi.

C. Efektivitas Kampanye Moderasi Beragama di Media Sosial

Secara keseluruhan, kampanye moderasi beragama yang dilakukan melalui media sosial terbukti efektif dalam menciptakan diskusi positif dan menyebarkan narasi moderasi. Analisis konten digital menunjukkan bahwa mayoritas kampanye yang dilakukan oleh Generasi Z dan komunitas multikultural mendapatkan respons yang positif dari publik. Video pendek di TikTok, infografis di Instagram, dan diskusi panel di YouTube semuanya berkontribusi pada peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya moderasi beragama.

Data observasi menunjukkan bahwa kampanye moderasi beragama di media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, analisis sentimen dari komentar publik di berbagai platform menunjukkan mayoritas tanggapan bersifat positif dan mendukung. Beberapa audiens juga menyatakan apresiasinya terhadap kampanye ini dan menganggap bahwa konten tersebut membantu mereka memahami pentingnya toleransi dan harmoni sosial.

Namun, tantangan yang dihadapi dalam efektivitas kampanye ini adalah adanya segmen audiens yang masih skeptis atau resistif terhadap pesan moderasi. Beberapa respons negatif yang ditemukan mencerminkan resistensi terhadap perubahan atau ketidakpercayaan terhadap kampanye digital yang dianggap kurang mendalam. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih personal dan berkelanjutan, seperti dialog langsung dan keterlibatan yang lebih aktif dari pemimpin agama dan komunitas, mungkin diperlukan untuk menjangkau kelompok yang lebih sulit diakses ini.

D. Implikasi Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi kreatif dan kolaboratif dalam kampanye moderasi beragama di era digital. Generasi Z, dengan keterampilan digital mereka, mampu memanfaatkan media sosial secara efektif untuk menyebarkan pesan moderasi, meskipun tantangan dalam menjaga kedalaman dan konsistensi tetap ada. Komunitas multikultural, dengan pendekatan dialogisnya, juga memainkan peran penting dalam menciptakan ruang yang inklusif dan kolaboratif.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kampanye moderasi beragama melalui media sosial secara keseluruhan berhasil menjangkau audiens yang luas, meskipun ada segmen yang lebih sulit dijangkau. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas kampanye ini, diperlukan pendekatan yang lebih mendalam dan personal, terutama untuk menangani audiens yang skeptis.

V. CONCLUSION AND SUGGESTION

Penelitian ini menyoroti pentingnya platform digital sebagai sarana yang efektif dalam mempromosikan moderasi beragama, terutama di kalangan Generasi Z dan komunitas multikultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Generasi Z, dengan keterampilan digital yang tinggi, mampu menggunakan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter untuk menyebarkan pesan moderasi beragama melalui konten kreatif dan inovatif. Strategi ini berhasil menarik perhatian audiens muda, meskipun tantangan tetap ada dalam menjaga kedalaman dan konsistensi pesan.
2. Komunitas multikultural menggunakan pendekatan kolaboratif dengan mengadakan dialog antar Agama, diskusi daring dan kampanye digital yang menciptakan ruang inklusif bagi dialog antaragama. Kampanye ini terbukti efektif dalam mengatasi stereotip dan mempromosikan nilai-nilai toleransi yang tinggi di kalangan masyarakat, meskipun

masih menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang skeptis atau terpengaruh oleh narasi ekstremis.

3. Kampanye moderasi beragama melalui media sosial secara keseluruhan mendapatkan respons positif dari publik, dengan banyaknya interaksi yang mendukung narasi moderasi. Namun, resistensi dari sebagian kecil audiens menegaskan perlunya pendekatan yang lebih mendalam dan personal untuk menjangkau kelompok yang lebih sulit diakses.

Penelitian ini memperkaya literatur terkait moderasi beragama di era digital, dan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang strategis dan kreatif dapat berperan signifikan dalam membangun narasi positif yang menyeimbangkan narasi ekstremis di ruang publik virtual.

Sebagaimana yang dijelaskan di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 256

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ

الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٥٦﴾

"Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama. Sungguh, telah jelas jalan yang benar dari jalan yang sesat. Siapa yang ingkar kepada tagut dan beriman kepada Allah sungguh telah berpegang teguh pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui." (Q.S. Al-Baqarah [2] : 256)

Negara Indonesia menjamin hak warga negara untuk memeluk Agamanya berdasarkan Pasal 29 UUD 1945 yang berbunyi :

- 1) Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa.
- 2) Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pengembangan Konten yang Lebih Mendalam

Untuk menjaga konsistensi dan kedalaman pesan moderasi, disarankan agar Generasi Z dan komunitas lainnya menggabungkan konten kreatif dengan diskusi yang lebih mendalam. Misalnya, menggunakan video untuk menarik perhatian, namun disertai dengan sumber, referensi yang jelas serta tautan atau sumber daya untuk diskusi lebih lanjut.

4. Pendekatan Personalisasi dan Dialogis

Untuk menjangkau audiens yang skeptis atau terpengaruh oleh narasi ekstremis, disarankan menggunakan pendekatan yang lebih personal, seperti keterlibatan langsung tokoh agama atau pemimpin komunitas melalui diskusi, online atau webinar. Dialog interaktif yang melibatkan audiens secara aktif dapat membantu menjawab pertanyaan dan mengatasi resistensi.

5. Pelatihan Literasi Digital yang Lebih Luas

Disarankan agar program literasi digital diperluas, terutama yang ditujukan kepada generasi muda dan komunitas multikultural, untuk memperkuat kapasitas mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye moderasi beragama. Pelatihan ini harus mencakup keterampilan teknis dan pemahaman mendalam tentang cara menangani narasi ekstremis di ruang digital.

6. Kolaborasi Antar Lembaga

Untuk memperluas jangkauan kampanye moderasi beragama, diperlukan kolaborasi antara lembaga pemerintah, organisasi keagamaan, dan komunitas digital. Sinergi ini akan memungkinkan distribusi pesan moderasi yang lebih luas dan menciptakan dampak yang lebih berkelanjutan.

Dengan penerapan saran-saran ini, diharapkan kampanye moderasi beragama di ruang digital dapat lebih efektif dalam membangun narasi yang inklusif dan damai, serta mengurangi dampak radikalisme dan intoleransi di dunia maya.

VI. BIBLIOGRAPHY

Departemen Agama RI : Al-Qur'an dan Terjemahan

UUD 1945 Pasal 29 Ayat (1) dan (2)

- Anwar, M., & Haq, F. (2019). *Religious moderation campaign through social media at multicultural communities*. *Journal of Religious Studies* , 25(3), 45-60.
- Dimiyati, A., Rahman, M., & Suryadi, T. (2023). *Santri Anti Bapeer: The development of narratives of religious moderation through digital workshop*. *Journal of Islamic Studies* , 35(2), 201-218.
- Evolvi, G. (2021). Religion, new media, and digital culture. *Religious Communication* , 29(1), 15-32.
- Hakim, A. (2023). *The narration of religious moderation for mitigating radicalization among the millennial generations on Pesantren Lirboyo Instagram*. *Journal of Islamic and Social Media Studies* , 10(2), 80-97.
- Lubis, M., Fauzi, M., & Hartono, R. (2023). *The effort to improve moderation of religion in Indonesia: A study on the YouTube ministry in the Republic of Indonesia*. *Digital Religious Communication* , 12(4), 55-72.
- Mashuri, A., Pratama, H., & Susilo, R. (2023). *Construction of religious moderation at Nahdlatul Ulama online media in East Java*. *Journal of Media and Religion* , 18(3), 145-162.
- Partono, R., Nasution, A., & Yanasuryanadi, M. (2023). *Mainstreaming the value of religious moderation by teachers in the digital era*. *Journal of Digital Literacy in Education* , 9(2), 32-49.
- Rahman, Z. (2020). *Virtual piety and Muslim traditionalism mainstreaming: The digital activism of Bangkitmedia.com and Kyaiiku.com*. *Islamic Online Media Journal* , 7(1), 103-118.
- Ramadhan, R., Suryani, D., & Salsabila, N. (2023). *Implementing religious moderation in digital space: Challenges and opportunities for Z generation*. *Journal of Religious Education in Digital Era* , 15(2), 87-102.
- Santoso, I., Rahmelia, S., & Apandie, L. (2021). *Religious moderation and information communication technology dissemination: The practice of*

- Muhammadiyah Papua through online campaign.* Journal of Islamic Communication and Society , 11(3), 55-73.
- Salsabila, N., Firdaus, R., & Arifin, M. (2021). *Sentiment analysis of religious moderation in virtual public spaces during the Covid-19 pandemic.* Journal of Social Media Studies , 14(4), 299-316.
- Setia, H., & Haq, A. (2023). *Countering radicalism in social media by campaigning for religious moderation.* Digital Peacebuilding Journal , 16(1), 22-37.
- Starkey, A., Singh, M., & Sharma, P. (2022). *Women, religion, and digital counter-publics: Introduction.* Journal of Feminist Studies in Religion , 38(1), 1-15.
- Ulum, M. D., & Mun'im, M. (2022). *Moderation of Islamic education in the digital space.* Journal of Islamic Education , 13(3), 124-140.