



New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia

New Media and Stengthening Religious Moderation in Indonesia

Hasan Sazali^{1*} dan Ali Mustafa²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia. E-mail: hasansazali@uinsu.ac.id

² Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Syariah, Dakwah, dan Ushuluddin, Institut Agama Islam Negeri Takengon, Aceh, Indonesia. E-mail: ammustafa8@gmail.com

* Penulis Korespondensi

Article Info

Article History

Received

23 Jun 2022

Revised

9 Feb 2023

Accepted

15 Feb 2023

Published

3 Apr 2023

Keywords:

Ministry of Religion, religious moderation, YouTube

Kata kunci:

kementerian agama, moderasi beragama, YouTube

Abstract: *This article aims to analyze the use of YouTube in an effort to strengthen religious moderation in Indonesia on the official YouTube account of the Ministry of Religion of the Republic of Indonesia, "Kemenag RI". The Ministry of Religion was chosen as the subject of the study because it is an institution that is the leading sector in strengthening religious moderation in Indonesia. This study uses a qualitative method. Data were analyzed using qualitative content analysis. This study found several conclusions. First, the use of the YouTube channel in strengthening the issue of religious moderation requires intensification efforts, especially in terms of the variety of themes and the type of content uploaded. Second, the idea of religious moderation that is uploaded revolves around two forms, namely the idea of conception and the idea of action. The notion of conception explains religious moderation as a religious way that is tolerant, spreads compassion, and is non-violent. The idea of action describes a number of programs carried out by the government to strengthen religious moderation in Indonesia. Third, netizens' response to religious moderation content is in two forms of participation, namely affiliation and expression.*

Abstrak: Artikel ini bertujuan menganalisis pemanfaatan YouTube dalam upaya penguatan moderasi beragama di Indonesia dalam akun resmi YouTube Kementerian Agama Republik Indonesia, "Kemenag RI". Kementerian Agama dipilih sebagai subjek studi karena merupakan lembaga yang menjadi leading sector dalam penguatan moderasi beragama di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif. Kajian ini menemukan beberapa kesimpulan. Pertama, pemanfaatan channel YouTube dalam penguatan isu moderasi beragama memerlukan upaya intensifikasi, terutama dari aspek variasi tema dan jenis konten yang diunggah. Kedua, gagasan moderasi beragama yang diunggah berkisar pada dua bentuk, yaitu gagasan konsepsi dan gagasan aksi. Gagasan konsepsi menjelaskan moderasi beragama sebagai cara beragama yang toleran, menebar kasih sayang, dan anti kekerasan. Gagasan aksi menjelaskan sejumlah program yang dilakukan pemerintah untuk penguatan moderasi beragama di Indonesia. Ketiga, respon netizen terhadap konten moderasi beragama dalam dua bentuk partisipasi, yaitu afiliasi dan ekspresi.

PENDAHULUAN

Terminologi media baru (*new media*) sebenarnya merupakan istilah yang diperdebatkan di kalangan pakar komunikasi (Iriantara, 2005). Sebagian menganggap bahwa istilah 'baru' memiliki makna yang ambigu. Hal ini karena semua media pada awal kemunculannya dapat dikatakan sebagai media baru. Media cetak, misalnya, pada awal ditemukannya, adalah media baru. Media massa elektronik seperti radio, televisi dan internet juga demikian. Dalam artikel ini, media baru tidak hanya dilihat dari segi *newness* atau kebaruannya, tetapi lebih pada aspek transformasi sebuah alat yang dapat menjalankan beragam fungsi dalam menyajikan sebuah informasi (Fakhruroji, 2017). Nicholas Gane dan David Beer (dalam Annazilli, 2018) mengidentifikasi beberapa karakteristik atau konsep kunci untuk dapat disebut sebagai media baru, yaitu *network* (menggunakan jaringan), *information* (menjadi *platform* penyebaran informasi), *interface* (memiliki berbagai fitur tampilan), *archive* (adanya arsip digital), *interactivity* (adanya interaksi), dan *simulation* (kemampuan menciptakan realitas rekaan). Berdasarkan konsep ini, media baru yang paling mutakhir adalah media sosial dengan beragam *platform*-nya, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube*.

Dalam perkembangannya, keberadaan media baru telah mempengaruhi sedemikian rupa kehidupan sosial, dan cara-cara anggota masyarakat berhubungan satu dengan yang lain (Hepp & Krotz, 2014). Termasuk di dalamnya, memfasilitasi beragam aktivitas keagamaan masyarakat mulai dari belajar agama hingga menyebarkan paham keagamaan. Orang tidak lagi secara kaku mempelajari agama harus kepada ulama atau dari tokoh agama

secara langsung. Otoritas keagamaan tidak lagi melekat kepada figur. Heidi A. Campbell (2010) menjelaskan bahwa diantara dampak era digital terhadap cara beragama masyarakat yang paling nyata adalah hilangnya afiliasi terhadap lembaga keagamaan, dan bergesernya otoritas keagamaan.

Di Indonesia, diskursus tentang relasi agama dan media mulai berkembang. Muthohharun Jinan (2013), misalnya, mendiskusikan dampak *new media* terhadap pergeseran otoritas keagamaan di Indonesia. Ia berpendapat bahwa seiring perkembangan teknologi informasi, internet telah menggerus otoritas keagamaan tradisional dan bergeser pada media im-personal seperti buku, *website*, *blog*, dan sejenisnya. Kemajuan dan keterbukaan *new media* juga mendorong percepatan proses 'peremajaan ulama' yang tidak mensyaratkan bahwa ulama harus lulusan pesantren. Namun, intervensi *new media* juga membuka ruang merebaknya pemahaman 'liar' yang berseberangan dengan pemahaman *mainstream*. Akibatnya, menurut Jinan (2013), muncul fatwa-fatwa keagamaan tanpa batas-batas yang jelas.

Dwi Wahyuni memberi catatan bahwa agama dapat menjadi suatu media integrasi sekaligus disintegrasi di tengah-tengah masyarakat. Keberadaan agama membantu manusia dalam pembentukan moral dan psikologis yang baik. Di sisi lain, kehadiran media pada masyarakat modern, khususnya televisi dan internet, turut memengaruhi perilaku manusia modern. Realitas inilah kemudian membuat media disebut sebagai 'agama baru' bagi masyarakat modern (Wahyuni, 2017).

M. Haqqi Annazilli ketika menulis artikel tentang relasi agama dan media baru menegaskan bahwa ada perubahan

secara mendasar dalam praktik keagamaan masyarakat. Khalayak lebih suka mencari informasi keagamaan melalui media sosial. Ada semacam hubungan timbal balik antara media dan agama dalam masyarakat. Media, dalam beberapa kasus, telah dijadikan agama oleh sebagian khalayak. Kondisi tersebut akan terus berubah mengikuti perubahan media itu sendiri. Media menghasilkan produk budaya yang justru dipahami sebagai agama oleh khalayak (Annazilli, 2018). Afidatul Asmar (2020) menyimpulkan bahwa kehadiran media baru dapat menjadi pendekatan dalam dakwah. Pendekatan ini melahirkan konsep yang disebut dengan dakwah digital. Pada gilirannya, dakwah digital ini memberikan kekuatan secara struktur ataupun kultur. Penguatan secara struktur maksudnya ialah dakwah digital yang melembaga, baik bersifat formal maupun non-formal, diinisiasi swasta atau pemerintah. Adapun penguatan secara kultural maksudnya melalui pendidikan pesantren sebagai basis yang melahirkan da'i agar memiliki kemampuan digital untuk mendukung performa dakwah

Salah satu isu agama yang juga berkembang dalam arus media baru saat ini ialah moderasi beragama. Isu ini menjadi populer di tanah air karena menjadi bagian dari program resmi pemerintah, melalui Kementerian Agama. Kementerian Agama, sejak 2014, mulai gencar mempropagandakan program moderasi beragama. Sejak dicetuskan oleh Menteri Lukman Hakim Saifuddin (2014-2019), Kementerian Agama secara kontinu membangun literasi dan penguatan narasi moderasi beragama melalui beragam *platform* di dunia digital. Salah satu yang melatarbelakangi semangat ini ialah temuan survei Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta yang menunjukkan bahwa internet memiliki pengaruh terhadap meningkatnya

intoleransi pada generasi milenial atau generasi Z. Salah satu temuan survei tersebut mengungkapkan bahwa siswa dan mahasiswa yang tidak memiliki akses internet lebih memiliki sikap moderat dibandingkan mereka yang memiliki akses internet. Padahal, mereka yang memiliki akses internet sangat besar, yaitu sebanyak 84,94%, sisanya (15,06%) siswa/mahasiswa tidak memiliki akses internet. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial lebih mengandalkan media digital sebagai sumber belajar agama. Sebanyak 54,37% siswa dan mahasiswa belajar pengetahuan tentang agama dari internet, baik media sosial, *blog*, maupun *website* (Tim Penyusun Kementerian Agama, 2019)

Lukman Hakim Saefuddin (Kementerian Agama, 2021b) menyebutkan setidaknya tiga alasan pentingnya pengarusutamaan moderasi beragama di Indonesia. *Pertama*, munculnya praktik beragama yang bertentangan dengan nilai kemanusiaan. Praktik ini memang pernah terjadi di Indonesia, misalnya, pengeboman rumah ibadah dengan bom bunuh diri. *Kedua*, munculnya tafsir agama yang tidak bisa dipertanggungjawabkan secara pengetahuan. Ini, misalnya, ditandai dengan munculnya sikap mudah meng-kafirkan (*takfirisme*) orang lain yang tidak sepaham agama dengannya. *Ketiga*, cara beragama yang merusak kesatuan sebagai bangsa mulai muncul dalam sikap majoritarianism dan politisasi agama.

Oman Faturahman, Ketua Pokja Moderasi Beragama Kementerian Agama RI, menjelaskan bahwa moderasi beragama adalah solusi beragama jalan tengah. Istilah moderasi beragama merujuk pada sikap mengurangi kekerasan atau menghindari ekstremitas dalam cara pandang, sikap, dan praktik beragama. Ini karena ekstremisme diyakini bertentangan dengan hakikat ajaran agama, dan dapat

merusak tatanan kehidupan beragama maupun bernegara. Jadi, moderasi beragama dapat dirumuskan sebagai cara pandang, sikap, dan praktik beragama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan umum, berlandaskan prinsip adil, berimbang, dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan berbangsa (Fathurrahman, 2020).

Beberapa upaya penguatan moderasi beragama yang dilakukan Kementerian Agama dengan memanfaatkan media baru antara lain: *launching* buku moderasi beragama yang dapat diunduh oleh pengguna internet, menyosialisasikan isu moderasi beragama melalui pemberitaan di media online, serta kajian dan diskusi melalui media sosial. Upaya ini menjadi bagian tak terpisahkan dari tiga strategi utama penguatan moderasi beragama yang digagas oleh Kementerian Agama. *Pertama*, sosialisasi gagasan, pengetahuan, dan pemahaman tentang moderasi beragama kepada seluruh lapisan masyarakat. *Kedua*, pelembagaan moderasi beragama ke dalam program dan kebijakan yang mengikat. *Ketiga*, integrasi rumusan moderasi beragama dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 (Tim Penyusun Kementerian Agama, 2019).

Studi terkait upaya Kementerian Agama dalam memperkuat moderasi beragama di Indonesia juga telah dilakukan beberapa akademisi, di antaranya Wildan Hefni. Hefni mencatat, Rumah Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (keberadaannya berdasarkan instruksi Kementerian Agama melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Islam kepada pimpinan PTKIN 2019) memberi kontribusi sebagai laboratorium perdamaian yang menguatkan konten-konten moderasi beragama di ruang digital (Hefni, 2020).

Penelitian lain dilakukan oleh Yoga Irama dan Mukhammad Zamzami. Penelitian keduanya mengungkapkan bahwa terdapat delapan formula moderasi beragama yang dibangun oleh Kementerian Agama. Delapan formula yang disimpulkan oleh penulis semuanya merupakan penguatan berbasis pada lembaga yang ada di struktur Kementerian Agama, yakni Kantor Urusan Agama (KUA) melalui program bimbingan pranikah kepada calon pengantin, dan PTKI melalui beberapa program seperti Rumah Moderasi Beragama (Irama dan Zamzami, 2021). Penelitian ini mengabaikan formula penguatan yang dilakukan melalui beragam *platform* media.

Sejauh penelusuran penulis, belum ada penelitian yang menyoroti upaya penguatan moderasi beragama Kementerian Agama pada media sosial. Padahal, Kementerian Agama melalui Kelompok Kerja (Pokja) Implementasi Moderasi Beragama Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, pernah menyampaikan tekad untuk menguatkan diseminasi moderasi beragama melalui berbagai media termasuk media sosial (Medos). Hal ini disampaikan langsung oleh Aceng Abdul Aziz, Ketua Pokja Moderasi Beragama Ditjen Pendidikan Islam, dalam sebuah kegiatan *Focus Grup Discussion* (FGD) yang diselenggarakan di Kantor Kementerian Agama, Lapangan Banteng Jakarta, pada bulan Februari 2019. (Suaramerdeka.com, 2019)

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *YouTube* dalam penguatan moderasi beragama yang dilakukan Kementerian Agama dari tiga perspektif, yakni intensitas pemanfaatan, tema atau isu moderasi beragama yang dimunculkan dalam konten, dan respon netizen terhadap konten moderasi beragama yang dimuat. Dengan mengkaji pemanfaatan *YouTube* oleh Kementerian Agama dalam melakukan moderasi

beragama, hasil kajian ini diharapkan memberi kontribusi positif kajian media baru dalam kontribusi dalam moderasi beragama, sekaligus sebagai bahan refleksi Kementerian Agama dalam mengarusutamakan isu moderasi beragama.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021 dengan menggunakan metode kualitatif. Sumber data penelitian dibatasi pada *channel* resmi *YouTube* Kementerian Agama Republik Indonesia. Pembatasan ini didasarkan pada dua alasan. *Pertama*, Kementerian Agama adalah lembaga yang menggagas dan menjadi *leading sector* dalam pengarusutamaan moderasi beragama di Indonesia. Kementerian Agama yang pertama kali menggaungkan isu moderasi beragama secara kelembagaan di Indonesia. *Kedua*, dibatasi pada akun *YouTube*. Alasannya, *YouTube* menjadi salah satu *platform* media sosial yang digandrungi oleh pengguna internet. Fenomena *YouTuber* menunjukkan bahwa *platform* ini sedang menjadi tren di kalangan milenial. Berdasarkan data yang dipublikasikan *We are Social*, per Januari 2021, *YouTube* menempati urutan teratas media sosial terpopuler masyarakat Indonesia. *YouTube* berhasil menjangkau 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna internet berusia 16-64 tahun. Tercatat, 98,5 persen dari 181,9 juta populasi memilih beraktivitas di internet dengan menonton video *online* atau *streaming* (Solopos.com, 2021).

Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan dan studi dokumen terhadap video-video yang ada di *channel YouTube* “Kementerian Agama RI”. Video yang dijadikan objek penelitian adalah video yang memuat narasi moderasi dan kerukunan beragama pada *channel YouTube* Kementerian Agama Republik

Indonesia. Kata kunci yang digunakan dalam mengidentifikasi video dimaksud adalah “moderasi beragama” dan “kerukunan umat beragama”. Dua kata kunci ini digunakan untuk menjangkau video berdasarkan teks judul. Video yang memenuhi kriteria kemudian diklasifikasi berdasarkan urutan waktu unggah serta menurut muatan isi. Jenis data yang digunakan meliputi video atau gambar, pernyataan secara lisan dan tulisan (teks), termasuk *emoticon* yang diberikan sebagai respon terhadap video.

Data penelitian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) kualitatif (Bungin, 2012). Unit analisis dalam penelitian ini dibagi ke dalam tiga bagian. *Pertama*, bagian informasi tampilan video, seperti waktu unggah video, durasi, dan jumlah pengunjung (*viewers*). *Kedua*, bagian isi (konten) video yang dijadikan objek. Pemutaran video dilakukan dari awal hingga akhir, kemudian membuat catatan-catatan penting (*note-taking*) terhadap substansi isi untuk menemukan gagasan yang ditonjolkan oleh video. Bagian ketiga, analisis terhadap kolom komentar video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan informasi profil, tercatat bahwa Kementerian Agama bergabung di saluran *YouTube* pada 23 April 2014 dengan nama akun “Kemenag RI”. Pada deskripsinya, ditulis bahwa akun *YouTube* Kementerian Agama dibuat sebagai saluran resmi Kementerian Agama Republik Indonesia yang digunakan untuk menampilkan video terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi. Per 6 Mei 2021, akun tersebut telah ditonton oleh 1,5 juta lebih (1.553.966) *viewers* dan 28 ribu *subscribers*. Total video yang diunggah pada *channel* tersebut berjumlah 318 video. Video yang pertama diunggah pada 23 April 2014 adalah video berjudul “[ILM]

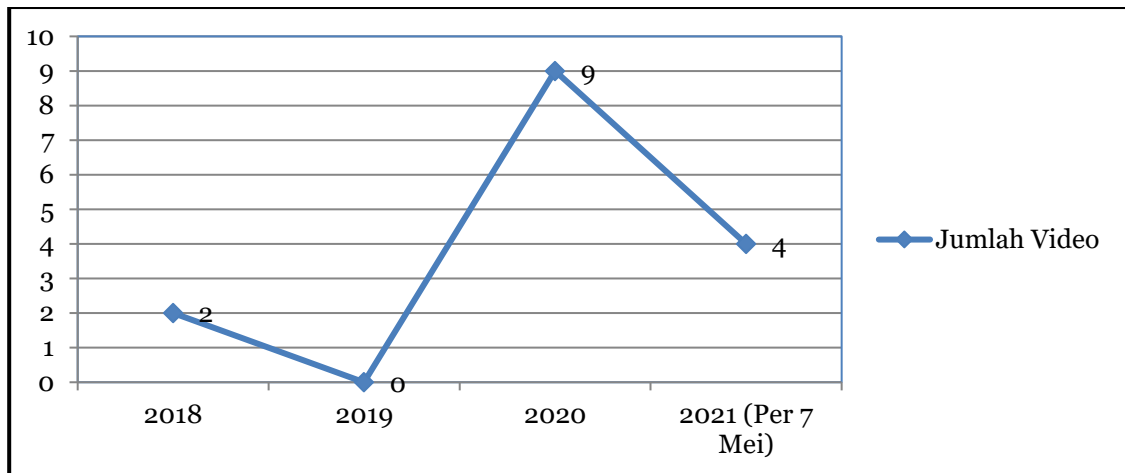
Gemar Mengaji Mengurangi Tawuran Remaja”. Per 6 Mei 2021, video berdurasi 30 detik tersebut ditonton sebanyak 409 kali dan mendapat like 5 kali.

Intensitas Pemanfaatan YouTube dalam Penguatan Moderasi Beragama

Dari total 318 video yang diunggah pada akun *YouTube* Kementerian Agama RI, selama penelitian ini dilakukan, terdapat 15 video yang memuat konten moderasi beragama dan kerukunan umat beragama. Jika dilihat dari waktu, video bermuatan moderasi pertama kali diunggah di *YouTube* Kementerian Agama RI pada 12 September 2018. Video tersebut berisi tentang realitas moderasi beragama di Indonesia dalam pandangan Azyumardi Azra. Dalam waktu kurang dari tiga menit, dia menjelaskan bahwa penerapan moderasi beragama di Indonesia didukung oleh aspek historis, landasan dan konstitusi negara (Kementerian Agama, 2018). Adapun video yang terakhir dipublikasikan Kementerian Agama terkait moderasi dan kerukunan adalah siaran langsung (*live streaming*) acara “Doa Kebangsaan Lintas Agama Untuk Keselamatan Bangsa dan Kerukunan”. Video ini diunggah pada 18 Maret 2021, hingga 7 Mei 2021, video tersebut ditonton sebanyak 12.773 kali (Kementerian Agama, 2021a). Secara otomatis, video “Doa Kebangsaan...” menjadi video moderasi yang paling ditonton pada saluran *YouTube* Kementerian Agama RI. Video urutan kedua terbanyak ditonton adalah video “*marketing*” isu moderasi beragama yang disampaikan oleh Menteri Agama,

Lukman Hakim Saifuddin. Video ini telah ditonton sebanyak 12.157 kali (diunggah pada 5 November 2018). Pada judulnya, ditulis “Eps 1” (episode ke-1), tetapi tidak ditemukan video episode lanjutannya. Video dengan jumlah penonton terbanyak ketiga adalah video “Moderasi Beragama dalam Pandangan Azyumardi Azra”, sebanyak 6.800 kali tayang. Tampaknya, figur tokoh yang menjadi pemeran dalam video moderasi memberikan daya tarik bagi khalayak. Namun, pada channel *YouTube* Kementerian Agama RI, Azyumardi Azra adalah satu-satunya narasumber (untuk video sosialisasi gagasan moderasi) yang berasal dari luar struktur pimpinan Kementerian Agama. Selebihnya, yang menjadi narasumber ialah menteri agama, wakil menteri agama, sekjen dan dirjen bimbingan masyarakat (bimas) Islam.

Dilihat dari segi durasi, video terpendek berdurasi 1 menit 36 detik, sedangkan durasi terpanjang sampai 7 jam 43 menit 35 detik. Video ini merupakan siaran langsung. Secara keseluruhan, durasi 15 video moderasi yang ditayangkan channel Kementerian Agama RI, maka ada lebih kurang 23 jam 42 menit yang dipublikasikan dalam kurun waktu lebih kurang 31 bulan, yakni sejak 12 September 2018 sampai 18 Maret 2021. Jika dirinci dari segi jumlah video per tahun, maka pada 2018 dipublikasikan 2 video, 2020 sebanyak 9 video, dan 2021 hingga 7 Mei terdokumentasi 4 video. Selama 2019, Kementerian Agama tidak mempublikasikan video mengenai moderasi beragama.



Gambar 1. Jumlah Unggahan Video Moderasi Beragama dan Kerukunan pada *Channel Youtube* Kementerian Agama Republik Indonesia

Jika memperhatikan data jumlah unggahan video pada gambar 1, tampaknya *YouTube* bukan saluran prioritas Kementerian Agama dalam penguatan isu moderasi beragama. Hal ini jauh berbeda jika dibandingkan dengan laman resmi Kementerian Agama yang hampir setiap hari dibanjiri berita-berita penguatan wacana moderasi beragama. Berdasarkan hasil penelusuran di laman Kementerian Agama (kemenag.go.id), wacana moderasi beragama pertama kali diberitakan pada 2014. Lalu, pada 2019, ditetapkan sebagai tahun moderasi beragama dengan berita *launching* buku putih moderasi beragama yang diimotori Balai Litbang dan Diklat Kementerian Agama.

Isu Moderasi Beragama yang Dikembangkan

Secara garis besar, terdapat dua kategori video kerukunan dan moderasi beragama yang diunggah pada saluran Kementerian Agama RI. *Pertama*, video berupa siaran langsung (*livestreaming*) atau video liputan yang mempublikasikan kegiatan Kementerian Agama berkaitan dengan penguatan moderasi beragama atau bernuansa kerukunan antarumat beragama. Video ini cenderung menjadikan *YouTube* sebagai wadah dokumentasi kegiatan. Melalui video ini, Kementerian Agama memberitahukan aksi-aksi program penguatan moderasi yang dilakukan. Jadi, fokus video lebih pada kegiatan seremonial. Sasaran moderasi utama video ini adalah peserta yang hadir langsung pada kegiatan. Dari 15 video mengenai moderasi beragama dalam kategori ini, video yang termasuk pada kategori ini berjumlah enam video (40 %) (tabel 1).

Tabel 1. Video Moderasi Beragama dalam Bentuk Siaran Langsung/Liputan

No.	Judul Video	Isi/Deskripsi Singkat
1	Luncurkan Rumah Moderasi	Mempelajari agama secara komprehensif adalah sangat penting, agar tidak mudah terjebak pada perbedaan pandangan keagamaan yang selalu menjadi pemicu kebencian dan kekerasan
2	Wamenag: Perlu Mempelajari Agama Secara Komprehensif	Mempeleajari agama secara komprehensif menjadi modal penting bagi generasi muda
3	Wamenag dan Komunitas Joglo Jeep Diskusi Moderasi Beragama	Pengarustamaan Moderasi Beragama yang digagas Kemenag tidak hanya di lembaga pendidikan, tapi juga komunitas budaya
4	Pembukaan Rapat Koordinasi Nasional Forum Kerukunan Umat Beragama Tahun 2020	FKUB merupakan miniatur kebinekaan Indonesia
5	Colloquium Tokoh Agama: Kerukunan dan Moderasi Beragama dalam Konteks Kemajemukan Indonesia	Moderasi Beragama diperlukan sebagai strategi kebudayaan dalam mearawat Negara keindonesia
6	Doa Kebangsaan Lintas Agama Untuk Keselamatan Bangsa dan Kerukunan Masyarakat Indonesia	Mengetuk pintu langit doa kebangsaan lintas agama untuk keselamatan bangsa dan kerukunan masyarakat Indonesia

Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

Selain dalam bentuk siaran langsung atau *live streaming*, kategori kedua adalah video sosialisasi gagasan, pengetahuan, dan pemahaman tentang moderasi beragama. Fokus kontennya adalah pada konsep atau program moderasi yang digagas oleh Kementerian

Agama RI. Sasaran utamanya ialah para pengguna atau penonton *YouTube*. Video yang masuk ke dalam kategori ini mencakup 60 persen. Gagasan moderasi yang diangkat melalui video-video moderasi beragama dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Isu Moderasi Beragama yang Dikembangkan dalam *Channel YouTube* Kementerian Agama RI

Judul	Konten/Gagasan yang Diangkat
Moderasi Beragama Dalam Pandangan Azyumardi Azra	Realitas Moderasi Islam di Indonesia. Moderasi Beragama di Indonesia didukung oleh historis, landasan dan konstitusi negara.
Moderasi Beragama - Eps 1: "Beragama itu...."	Moderasi Beragama menebar damai kasih sayang, menyikapi keragaman penuh kearifan. Cara Beragama Menurut Pandangan Menag, mengajak agar beragama dengan menebarkan kedamaian kepada siapapun, kapanpun, dan dimanapun
Kemenag Podcast: Penguatan Moderasi Beragama dan Peningkatan Status PBM (Part 1)	Langkah-Langkah Ril Kemenag Menjalankan Program Moderasi Beragama
Kemenag Podcast: Penguatan Moderasi Beragama dan Peningkatan Status PBM (Part 2)	Rencana Penguatan Moderasi Beragama dengan Peningkatan Peraturan Bersama Menteri (PBM) menjadi Perpres/Keppres
Kemenag Podcast: Penguatan Moderasi Beragama dan Peningkatan Status PBM (Part 3)	Dua Agenda Program Moderasi dari Sekjen: Pemberian Bantuan kepada FKUB secara proporsional dan Mengadakan pertemuan berkala FKUB tingkat Regional, Nasional, dan Internasional
Kenapa Harus Moderasi Beragama?	Moderasi Beragama: solusi beragama jalan tengah yang merawat persatuan dan kesatuan. Menjelaskan keuntungan moderasi beragama dan bahaya ekstremisme.
Kupas Tuntas Moderasi Beragama II To The Point	Moderasi Beragama isu global, Moderasi Beragama adalah instrumen yang powerful dan strategis untuk <i>manage</i> keragaman.
Apa, Mengapa, & Bagaimana Moderasi Beragama	Moderasi Beragama impian semua kalangan. Rumusan/formula moderasi beragama: cara beragama dalam kehidupan bersama, mengejawantahkan esensi agama, kemaslahatan umum, menaati konstitusi. Moderasi beragama bukan untuk menyasar kelompok tertentu, tapi untuk meluruskan cara pandang beragama yang ekstrim kanan (radikalisme) dan ekstrim kiri (mengabaikan nilai agama, liberalisme). Indikator moderat: wawasan kebangsaan, (cinta tanah air), toleran, anti kekerasan, dan ramah terhadap tradisi. Target moderasi: kehidupan beragama dan berbangsa yang harmonis, damai, rukun.
(Bagian 2) Apa, Mengapa, dan Bagaimana Moderasi Beragama? Kemenag Podcast	Alasan Dasar Perlunya Moderasi Beragama: masyarakat Indonesia majemuk, mengingatkan kembali esensi agama, untuk mencegah konflik, menjaga persatuan (merawat keindonesiaan).

Sumber: Olah Data dari Akun *YouTube* Kementerian Agama RI

Secara umum, tabel 2 menunjukkan bahwa konten video moderasi beragama yang dipublikasikan oleh Kementerian Agama berkisar pada gagasan konsepsi moderasi yang diusung,

yakni cara beragama yang toleran, menebar kasih sayang, dan anti kekerasan. Beberapa video menekankan pentingnya moderasi beragama untuk merawat kebangsaan. Selain itu, isinya juga dapat

dimaklumi sebagai upaya menepis isu (*counter issue*) atau mengantisipasi atas adanya (potensi) kekeliruan memahami moderasi beragama yang digagas oleh Kementerian Agama. Isu yang ditepis antara lain: moderasi beragama dipahami sebagai pluralisme, moderasi dipahami sebagai upaya mengubah ajaran agama, moderasi beragama dinilai untuk menyoal kelompok tertentu.

Gagasan lainnya yang dimunculkan adalah gagasan aksi. Gagasan ini menunjukkan keseriusan Kementerian Agama dalam mengembangkan moderasi beragama atau cara beragama jalan tengah (*wasathiyah*). Hal ini ditandai dengan menyebut sejumlah program aksi atau langkah-langkah riil yang dilakukan oleh Kementerian Agama dalam mengembangkan gagasan tersebut seperti meningkatkan status payung hukum atau regulasi terkait kerukunan dan moderasi dari Peraturan Menteri Bersama (PBM) menjadi Peraturan Presiden (Perpres) atau Keputusan Presiden (Keppres).

Respon Netizen terhadap Konten Moderasi Beragama

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, frekuensi tayang tertinggi yang dicapai oleh video moderasi beragama adalah video kategori publikasi kegiatan atau seremonial yang memiliki nuansa kerukunan, yakni acara doa kebangsaan (12.773 kali), sedangkan video yang paling sedikit jumlah ditonton sebanyak 159 kali.

Dari 15 video yang ada, hanya 1 video yang memiliki respon pada kolom komentar. Itupun merupakan video yang ditayangkan secara langsung. Isi komentar

(*live chat*) yang muncul juga bukan merupakan respon atas substansi konten. Umumnya, komentar hanya untuk menunjukkan eksistensi, seperti kalimat “Saya fulan dari ... hadir”. Dilihat dari profil komentar, komentar-komentar yang ada umumnya mengatas-namakan instansi atau satuan kerja (*satker*) yang ada di bawah Kementerian Agama seperti kantor kementerian agama kabupaten atau madrasah. Ini menunjukkan bahwa komentar-komentar itu lebih bersifat administratif (*absen*), dibandingkan substantif. Dilihat dari segi sebaran wilayah, juga masih didominasi sekitar Jawa.

Jika diakumulasi jumlah tayang 15 video moderasi beragama pada *channel* Kementerian Agama RI, maka semua berjumlah 44.555 kali tayang. Selanjutnya, secara akumulatif disukai oleh 1.683 orang (*like*). Jika diasumsikan bahwa jumlah tayang adalah sama dengan jumlah penonton (*viewers*), maka sebanyak 3,78 persen penonton menyukai video moderasi beragama dan kerukunan yang diunggah oleh Kementerian Agama RI. Adapun total *dislike* yang diekspresikan oleh penonton sebanyak 90 kali. Namun, angka-angka ini tidak bisa digeneralisasikan sebagai ekspresi atau sikap penonton secara keseluruhan. Ini karena total penonton yang mengekspresikan kesannya terhadap video hanya 1.773 orang. Sisanya, penonton tidak memberikan tanggapan ekspresi. Mereka mungkin menyukai konten video moderasi beragama Kementerian Agama, tapi tidak menekan tombol *like* atau sebaliknya tidak menyukai dan tidak menekan tombol *dislike*.

Tabel 3. Respon *Viewers* terhadap Video Moderasi Beragama pada Channel “Kementerian Agama RI” (Per 7 Mei 2021)

Video	Jumlah Tayang	Like	Dislike
--------------	----------------------	-------------	----------------

1	6800	204	6
2	12157	372	7
3	159	5	1
4	187	5	1
5	2294	111	4
6	595	32	0
7	874	38	0
8	448	50	1
9	306	22	1
10	178	11	2
11	5676	213	26
12	266	25	1
13	1532	72	2
14	310	20	1
15	12773	503	37

Sumber: Olah Data dari Akun YouTube Kementerian Agama RI

Tabel 3 menunjukkan bahwa perbandingan jumlah tayang dengan respon yang diberikan oleh *netizen* sangat timpang. Bahkan, antusiasme penonton terhadap video moderasi beragama sebenarnya masih belum tinggi. Video yang memuat isu moderasi beragama dan kerukunan, pada saat penelitian ini dilakukan, hanya mampu menempati urutan ke-20 dari keseluruhan video terpopuler yang diunggah Kementerian Agama RI.

Jika melihat jejak digital secara keseluruhan, Kementerian Agama dapat dikatakan sangat konsisten dalam mengarusutamakan isu moderasi beragama di Indonesia. Hal ini dapat dilihat bahwa sejak digaungkan pada 2014 silam, isu moderasi beragama masih terus digaungkan. Meski tokoh penggagasnya, Lukman Hakim Saifuddin, telah diganti, tetapi program penguatan moderasi beragama masih tetap berlanjut. Bahkan, oleh dua menteri agama setelahnya, yakni Fachrul Razi dan Yaqut Cholil Qoumas. Menelusuri jejak publikasi pada laman Kementerian Agama (kemenag.go.id), dalam rentang 26 April-2 Mei 2021, tidak satu hari pun terlewat dari unggahan

konten berjudul moderasi beragama. Berita pertama yang mengangkat judul moderasi beragama pada laman ini ditemukan pada 30 Agustus 2014 dengan judul “Menag Harap Persatuan Wartawan Nasrani Ikut Sosialisasikan Moderasi Agama” (Kementerian Agama, 2014).

Keberlanjutan (*sustainability*) pengarusutamaan isu moderasi beragama di Indonesia setidaknya didukung oleh dua kebijakan strategis yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama. *Pertama*, menetapkan 2019 sebagai “Tahun Moderasi Beragama”. Moderasi beragama dijadikan jargon serta nafas dalam setiap program dan kebijakan yang dibuat oleh Kementerian Agama. *Kedua*, Kementerian Agama melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Islam mengeluarkan Surat Edaran pada 29 Oktober 2019 yang ditujukan kepada seluruh Rektor dan Ketua Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) agar mendirikan dan menyelenggarakan Rumah Moderasi Beragama. Kebijakan ini secara langsung menuntut keterlibatan perguruan tinggi keagamaan dalam mengarusutamakan isu moderasi beragama di Indonesia. Keterlibatan tersebut antara lain

dimanifestasikan oleh perguruan tinggi dengan berbagai kegiatan seperti diskusi/seminar moderasi, penulisan modul, dan publikasi artikel ilmiah, dan ini cukup membanjiri dunia digital.

Jika melihat *channel YouTube* Kementerian Agama secara khusus, maka pengarusutamaan moderasi beragama dapat diberi beberapa catatan. *Pertama*, pemanfaatan *channel YouTube* dalam penguatan isu moderasi beragama secara umum sudah mendapat porsinya, tetapi masih perlu upaya intensifikasi. Hal ini ditunjukkan data bahwa pada 2019 tidak terdapat konten terkait moderasi dan kerukunan beragama yang diunggah. Padahal, pada 2019, ditetapkan sebagai “Tahun Moderasi Beragama”. Jika dirata-rata, konten moderasi yang diunggah hanya sekitar empat video per tahun. Padahal, secara teoritik, penyebaran ide atau gagasan itu mensyaratkan adanya pengulangan pesan secara terus-menerus (Bachtiar et al., 2016). *Kedua*, konten moderasi beragama yang diunggah masih dominan ditujukan untuk kalangan intelektual. Konten moderasi sudah seharusnya menyasar kalangan anak-anak dan pemuda milenial, sebagai pemegang estafet keberlangsungan kerukunan antarumat beragama. Di sisi lain, anak-anak muda inilah yang merupakan pengguna internet paling aktif (Afriluyanto, 2018; Bayu, 2020; Boonaert & Vettenburg, 2011; Pathak-Shelat & DeShano, 2014; Rahardjo et al., 2020; Supratman, 2018), termasuk dalam belajar agama dan kerukunan beragama (Hatta, 2018; Hilyah et al., 2022; Huda & Filla, 2018). Oleh karena itu, konten berdurasi pendek, tetapi menarik dan bermuatan esensi moderasi menjadi penting untuk dikembangkan. Selain itu, modifikasi gagasan moderasi ke dalam kemasan yang menjadi tren konten-konten *YouTube* kekinian patut dipertimbangkan. Dikutip dari *idntimes.com*, setidaknya, ada 12 jenis konten yang populer di *YouTube* saat ini,

yaitu *product review*, *how to*, *vlog*, *gaming*, komedi, *haul*, *meme*, *favorit*, edukasi, *unboxing*, *question and answer (Q & A)*, *prank* (Andrianto, 2020).

Variasi tema dan jenis konten video moderasi beragama perlu diperhatikan. Oleh karena itu, bisa dikembangkan, misalnya, sosialisasi gagasan, pengetahuan dan pemahaman moderasi beragama dalam bentuk film. Ini dapat dikembangkan pula dalam bentuk *vlog* atau *unboxing* sumber-sumber referensi terkait moderasi, pemahaman jihad menurut pakar, dan seterusnya. Agar lebih menarik, konten moderasi beragama juga dapat menggunakan format animasi-edukasi atau konten video *meme* yang merupakan kombinasi antara humor dan pesan moderasi. *Meme* ini telah menjadi salah satu medium yang menarik untuk menyampaikan pesan komunikasi. Singkatnya, konten video perlu disesuaikan dengan segmentasi penonton yang akan dijadikan sasaran. Dalam bahasa yang lain, konten-konten moderasi beragama hendaknya lebih banyak digaungkan pada substansi (isi) yang dicakup oleh kata moderasi beragama itu sendiri, meskipun tidak menggunakan “*cover*” moderasi beragama. Hal ini dimaksudkan untuk menginternalisasi cara beragama yang moderat, termasuk pada mereka yang anti dengan istilah “moderasi”.

Ketiga, jika mengamati figur utama dalam video moderasi beragama, tampaknya tokoh-tokoh yang bicara moderasi memiliki identitas sebagai tokoh muslim. Memang, fenomena radikalisme di tanah air (semisal teror bom), seringkali berkaitan dengan identitas Islam. Namun, untuk menepis kesan atau kesalahpahaman bahwa “moderasi beragama untuk menyasar kelompok tertentu”, perlu melibatkan tokoh-tokoh lintas agama. Moderasi beragama harus dicitrakan sebagai gerakan bersama seluruh elemen

masyarakat Indonesia. Ini karena, Menteri Agama Lukman Hakim Saefuddin, pernah mengidentifikasi beberapa “tuduhan” terhadap moderasi beragama yang diusung oleh Kementerian Agama, antara lain moderasi beragama merupakan agenda dan pesan asing; moderasi beragama menyebabkan umat tidak mengakar dengan agamanya; moderasi beragama identik dengan liberalisme dan sekularisme; dan moderasi beragama mendukung *Lesbian, Gay, Biseksual*, dan Transgender (LGBT) (Kementerian Agama, 2022).

Keempat, berdasarkan data respon *netizen* terhadap konten video moderasi dan kerukunan, terungkap data bahwa *netizen* lebih menyukai video yang memuat narasi “kerukunan” dibanding dengan “moderasi”. Hal ini dilihat dari jumlah tayang dan *like* yang diperoleh video berjudul “Doa Kebangsaan Lintas Agama Untuk Keselamatan Bangsa dan Kerukunan Masyarakat Indonesia”. Meskipun diunggah terakhir, respon *netizen* melampaui video yang lain. Ini berarti bahwa sikap *netizen* sejalan dengan ide moderasi beragama, yakni mewujudkan kerukunan umat beragama di Indonesia. Salah satu teori yang relevan menjelaskan hal ini ialah *teori uses and gratifications*. Teori tersebut menjelaskan bahwa ketertarikan khalayak (*netizen*) menggunakan media (*uses*), tidak bisa dilepaskan dari motif untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan (*gratifications*) mereka (Humaizi, 2018).

Jika dianalisis menggunakan teori budaya partisipasi (*participatory culture*) dari Jenkins, *et.al* (2009; 2016), maka respon atau *feedback* yang diberikan *netizen* terhadap video moderasi beragama umumnya menunjukkan pada dua bentuk partisipasi. *Pertama*, partisipasi dalam bentuk afiliasi (*affiliations*). Dalam partisipasi ini, *netizen* memunculkan eksistensi dirinya dengan menyebut

instansi formal dimana dia berasal, seperti “Kankemenag Kota Batu Jatim hadir”, “Noor Fajri Yuliani MTs N 2 Kudus hadir”, dan semacamnya. Instansi yang dimunculkan oleh *netizan*, pada umumnya adalah instansi yang memiliki afiliasi dengan institusi Kementerian Agama. *Kedua*, partisipasi dalam bentuk ekspresi (*expressions*). Namun, ekspresi yang dapat diamati di sini masih sebatas pada pengungkapan suka (*I like this*) atau tidak suka (*I dislike this*) melalui tombol ikon jempol. Selain itu, ekspresi mereka juga diungkapkan menggunakan diksi tertentu, misalnya, “*alhamdulillah*”, seperti dalam ungkapan “*Alhamdulillah* bisa hadir menyimak Zainuddin MTsn 7 Malang”. Sebenarnya, ekspresi *netizen* ini dapat dilihat secara lebih luas pada konten-konten moderasi beragama yang mereka buat sendiri. Konten-konten ini, misalnya, berupa film pendek, ulasan, catatan, atau komentar tentang moderasi beragama yang mereka unggah di akun-akun media sosial yang mereka miliki. Jika yang disebutkan belakangan dapat terus ditingkatkan, maka akan mendorong *netizen* untuk terlibat ke dalam budaya *participatory* yang digagas Jenkins (Jenkins, 2006; Jenkins et al., 2007; Rosalen, 2019) sebagaimana disinggung sebelumnya.

Respon *netizen* terhadap video moderasi tentu memiliki potensi yang dinamis. Seiring waktu, bisa jadi respon *netizen* terus meningkat dan beragam. Hal ini karena sifat media baru yang terus tersimpan di ruang digital (*archive*). Warganet dapat membuka video moderasi pada saluran *YouTube* Kementerian Agama RI kapan saja dan di mana saja sejauh mereka terkoneksi dengan internet. Dengan demikian, *netizen* juga dapat memberi respon kapan saja. Selain itu, dengan mengaktifkan kolom komentar, Kementerian Agama telah memberi ruang untuk *feedback* yang bersifat interaktif (*interactivity*) sesuai dengan prinsip

partisipatif media sosial (Lister et al., 2009; Nasrullah, 2017). Kolom komentar ini sejatinya juga dapat dimanfaatkan oleh *netizen* untuk berpartisipasi dalam bentuk kolaborasi (*collaborative problem solving*) dan sirkulasi (*circulations*). Partisipasi kolaborasi dapat dilakukan dalam bentuk menghadirkan gagasan-gagasan atau wawasan lain terkait moderasi beragama untuk didiskusikan dalam kolom komentar video atau di ruang-ruang digital lain. Partisipasi sirkulasi, di sisi lain, dapat dilakukan *netizen* dengan membagikan (*share*) link video moderasi beragama dari *channel YouTube* Kementerian Agama melalui *platform* media lain yang mereka miliki.

KESIMPULAN

Kehadiran media baru memberi pengaruh dalam keberagaman manusia. Setidaknya ada dua bentuk nyata dari relasi media baru dan agama. *Pertama*, media baru menjadi sarana untuk belajar atau memperoleh pemahaman agama. *Kedua*, media baru menjadi sarana untuk menyebarkan paham atau ajaran keagamaan (dakwah). Relasi model kedua inilah yang terjadi pada upaya penguatan moderasi beragama melalui media sosial.

Kementerian Agama bisa dikatakan cukup konsisten melakukan konstruksi isu moderasi beragama di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari pemanfaatan media baru (media sosial) sebagai salah satu media pengarusutamaan isu moderasi beragama itu sendiri. Penggunaan beragam media digital merupakan keniscayaan. Namun, untuk pemanfaatan *YouTube* sebagai saluran penguatan

moderasi beragama, kajian ini perlu merekomendasikan agar dilakukan penguatan dari berbagai aspek, terutama dari aspek intensitas dan strategi konten.

Kajian ini tentu memiliki beberapa keterbatasan. Antara lain, cakupan (*scoupe*) kajian yang masih terbatas pada akun *YouTube*. Dengan demikian, penelitian ini tidak menyentuh pada penguatan moderasi yang disebarluaskan melalui platform media lain seperti *website*, *Facebook*, *Instagram*, dan lainnya. Selain itu, kajian ini membatasi kajian pada konten penguatan moderasi yang dikelola oleh Kementerian Agama RI (pusat). Menarik juga sebenarnya, melihat isu moderasi yang dikembangkan oleh masyarakat media baru secara lebih luas.

Akhirnya, kajian ini merekomendasikan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan eksplorasi terhadap berbagai platform media yang dimiliki oleh Kementerian Agama dalam pengarusutamaan program moderasi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengkaji konten-konten moderasi beragama yang dikembangkan oleh satker-satker di bawah Kementerian Agama atau oleh masyarakat umum, apakah sejalan dengan konsep dan program yang digagas oleh Kementerian Agama pusat. Kajian ini, sebagaimana pada umumnya kajian moderasi beragama saat ini, masih berfokus pada tataran konsep, program, dan proses. Karena itu rekomendasi berikutnya, kajian moderasi beragama ini hendaknya memberi perhatian pada aspek dampak, efektivitas, dan respon yang ditimbulkan oleh program moderasi itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Afriluyanto, T. R. (2018). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas.

KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 11(2), 184–197.
<https://doi.org/10.24090/komunika>.

- Andrianto, A. (2020). *12 Konten Youtube yang Paling Disukai, Cari Viewer Lebih Mudah*.
- Annazilli, H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(2), 26.
<https://doi.org/10.29300/syr.v18i2.1677>
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64.
<https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Bachtiar, A. Y., Perkasa, D. H., & Sadikun, M. R. (2016). Peran Media Dalam Propaganda. *Jurnal Komunikologi*, 13(2), 78–89.
- Bayu, D. J. (2020). *Instagram Jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda dalam Mengakses Berita*. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2020/12/17/instagram-jadi-media-sosial-terfavorit-anak-muda-dalam-mengakses-berita>
- Boonaert, T., & Vettenburg, N. (2011). Young people's internet use: Divided or diversified? *Childhood*, 18(1), 54–66.
<https://doi.org/10.1177/0907568210367524>
- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi* (8th ed.). PT. RajaGrafindo Persada.
- Campbell, H. A. (2010). *When Religion Meets New Media*. Routledge.
- Fakhruroji, M. (2017). *No Title Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Simbiosis Reka Pratama.
- Fathurrahman, O. (2020). *Kenapa Harus Moderasi Beragama?*
- Hatta, M. (2018). Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 22(1), 1–30.
<https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 1–22.
<https://doi.org/10.37302/jbi.v13i1.182>
- Hepp, A., & Krotz, F. (2014). Mediatized Worlds – Understanding Everyday Mediatization. In A. Hepp & F. Krotz (Eds.), *Mediatized Worlds Culture and Society in a Media Age* (Firts). Palgrave Macmillan.
- Hilyah, F. A. N., Pangestu, R. D., Afdha, Y. A., & Akbar, S. J. (2022). Pemaknaan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Moralitas Remaja Muslim. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(1), 81–92.
<https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i1.105>
- Huda, M. T., & Filla, O. F. (2018). Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Kerukunan Pada Komunitas Young Interfaith Peacemaker (YIPC). *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 3(1), 99–112.
<https://doi.org/10.14421/rejusta.2019.1501-03>
- Humaizi. (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication* (1st ed.). USU Press.
<https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Irama, Yoga dan Zamzami, Mukhammad. (2021). Telaah Atas Formulasi Pengarusutamaan Moderasi Beragama Kementerian Agama Tahun 2019-2020. *KACA (Karunia*

- Cahaya Allah*): *Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*, 11(1), 66.
- Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relation: Konsep, Pendakatan dan Praktik*. Simbiosis Reka Pratama.
- Jenkins, Henry, Mizuko Ito, and D. B. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce and Politics*. Polity Press.
- Jenkins, Henry, R. P., & Margaret Weigel, Katle Clinton, and A. J. R. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers : exploring participatory culture* (firts edit). New York University Press.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. (2007). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century (part two). *Digital Kompetanse*, 2(2), 97–113.
- Jinan, M. (2013). Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 3(2), 321–348.
- Kementerian Agama. (2014). *Menag Harap Persatuan Wartawan Nasrani Ikut Sosialisasikan Moderasi Agama*.
- Kementerian Agama. (2018). *Moderasi Beragama Dalam Pandangan Azyumardi Azra*.
- Kementerian Agama. (2021a). *Doa Kebangsaan Lintas Agama Untuk Keselamatan Bangsa dan Kerukunan Masyarakat Indonesia*.
- Kementerian Agama. (2021b). *Ini Tiga Kecenderungan Penyebab Pentingnya Moderasi Beragama*.
- Kementerian Agama. (2022). *Terima Dr (H.C) dari UIN Jakarta, Lukman Hakim Saifuddin Jelaskan Kesalahpahaman terhadap Moderasi Beragama*.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media, A Critical Introduction*. Routledge.
- Miller, J. (2014). Intensifying Mediatization: Everywhere Media. In A. Hepp & F. Krotz (Eds.), *Mediatized Worlds Culture and Society in a Media Age* (Firts, pp. 107–122). Plagrave mcmillan.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Pathak-Shelat, M., & DeShano, C. (2014). Digital youth cultures in small town and rural Gujarat, India. *New Media and Society*, 16(6), 983–1001. <https://doi.org/10.1177/1461444813496611>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Rosalen, R. (2019). YouTube: Online video and participatory culture. *New Media & Society*, 21(9), 2095–2096. <https://doi.org/10.1177/1461444819859476>
- Solopos.com. (2021). *Dipakai 93,8% Pengguna Internet Indonesia, Youtube Jadi Medsos Terpopuler*. Solopos.com.
- Suaramerdeka.com. (2019). *Kemenag Kuatkan Moderasi Beragama Melalui Media Sosial*.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1),

47–60.
<https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>

Tim Penyusun Kementerian Agama.
(2019). *Moderasi Beragama* (Vol. 53, Issue 9). Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.

Wahyuni, D. (2017). Agama Sebagai Media Dan Media Sebagai Agama. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 18(2), 83–91.
<https://doi.org/10.19109/jia.v18i2.2368>