

Moderasi Beragama di Ruang Digital: Analisis Kritis atas Akun Instagram @kemenag_ri dalam Lingkungan Siber Islam

Reziq Mahfuz.Ma.Iballa

UIN Sunan Kalijaga
mahfuzjahy@gmail.com

Muhammad Rikza Muktafa

UIN Sunan Kalijaga
22105030050@student.uin-suka.ac.id



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC SA) licence (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>)

Abstract

This article examines how the Instagram account @kemenag_ri represents and disseminates religious moderation narratives within Indonesia's contemporary cyber-Islamic environment. The central issue is the gap between the religious moderation policy mandate formally established by the Ministry of Religious Affairs since 2019 and the communicative practices carried out through its official social media channels. Using a qualitative approach combining netnography and content analysis, this study analyzes 1,442 posts published by @kemenag_ri between January 1, 2023 and November 4, 2024, focusing on 57 posts tagged #ModerasiBeragama as the main unit of analysis. The analytical framework draws on Gary R. Bunt's Cyber-Islamic Environment concept and the four official religious moderation indicators: national commitment, tolerance, anti-violence, and accommodation of local traditions. The study finds that religious moderation narratives have yet to occupy a dominant position in the account's digital communication. The hashtag #ModerasiBeragama appeared in only 57 posts (around 4 percent of the total), far fewer than hashtags centered on the Minister's personal figure, which appeared in 116 posts. More than half of the tagged posts contained no substantive representation of the four indicators, suggesting that the hashtag functions more as a programmatic label than a content marker. Among indicators that did appear, tolerance dominated (26 posts), while anti-violence and national commitment each appeared in only 9 posts. Audience engagement further shows that comment sections were dominated by pragmatic institutional inquiries rather than substantive discussion of moderation values. These findings indicate that digital religious authority is not automatic, but earned through meaningful and relevant communication.

Keywords: Religious Moderation, Cyber-Islamic Environment, Instagram @kemenag_ri

Abstrak

Artikel ini mengkaji bagaimana akun Instagram @kemenag_ri merepresentasikan dan mendiseminasikan narasi moderasi beragama dalam lingkungan siber Islam Indonesia kontemporer. Isu yang menjadi titik tolak penelitian ini adalah kesenjangan antara mandat kebijakan moderasi beragama yang telah diresmikan Kementerian Agama sejak 2019 dengan praktik komunikasi digital yang dijalankan melalui kanal media sosial resminya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis netnografi dan analisis konten, penelitian ini menganalisis seluruh 1.442 unggahan akun @kemenag_ri sepanjang 1 Januari 2023 hingga 4 November 2024, dengan fokus pada 57 unggahan bertagat #ModerasiBeragama sebagai unit analisis utama. Kerangka analitis yang digunakan adalah konsep Cyber-Islamic Environment Gary R. Bunt dan empat indikator moderasi beragama resmi Kementerian Agama, yakni komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan penerimaan terhadap tradisi lokal. Penelitian ini menemukan bahwa narasi moderasi beragama belum menempati posisi dominan dalam pola komunikasi digital akun @kemenag_ri. Tagar #ModerasiBeragama hanya muncul dalam 57 unggahan (sekitar 4 persen dari keseluruhan), jauh di bawah tagar berbasis figur Menteri Agama yang tercatat dalam 116 unggahan. Lebih dari separuh unggahan bertagat #ModerasiBeragama tidak memuat representasi substantif atas keempat indikator moderasi beragama, sehingga tagar tersebut lebih berfungsi sebagai penanda identitas program daripada penanda tema konten. Di antara indikator yang muncul, toleransi mendominasi representasi (26 unggahan), sementara anti-kekerasan dan komitmen kebangsaan masing-masing hanya hadir dalam 9 unggahan. Pola keterlibatan audiens pun menunjukkan bahwa kolom komentar pada postingan bertagat tersebut lebih diramaikan oleh pertanyaan seputar isu pragmatis kelembagaan daripada diskusi substantif tentang nilai-nilai moderasi beragama. Temuan ini memperlihatkan bahwa legitimasi otoritas keagamaan negara di ruang digital tidak terbentuk secara otomatis, melainkan bergantung pada kemampuan institusi membangun komunikasi yang relevan, reflektif, dan bermakna bagi audiens digitalnya.

Kata Kunci: moderasi beragama, lingkungan siber Islam, otoritas keagamaan digital, Instagram @kemenag_ri, analisis konten

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai masyarakat multikultural menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam mengelola relasi antaragama di tengah meningkatnya fragmentasi sosial dan polarisasi wacana di ruang publik digital.¹ Dalam konteks ini, moderasi beragama yang diresmikan pada tahun 2019 diposisikan sebagai salah satu strategi kebijakan dalam memelihara kerukunan, mencegah konflik sosial-keagamaan, serta mengurangi potensi berkembangnya paham ekstremisme.² Selain berorientasi pada penguatan kohesi sosial, moderasi beragama juga diarahkan untuk menjaga keseimbangan antara komitmen keagamaan dan nilai-nilai kebangsaan dalam

¹ RI, Tim Penyusun Kementerian Agama. "Moderasi beragama." *Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI* (2019). p. 18.

² Alvian, Rizky Alif. "How Extremist Movements Delegitimise Religious Moderation Campaigns." *Perspectives on Terrorism* 17, no. 3 (2023): 24.

masyarakat Indonesia yang plural.³ Kamali menjelaskan bahwa prinsip *washatiyyah* (moderasi) merupakan instrumen penting bagi otoritas publik dalam mengelola keberagaman dan menegakkan keadilan sosial.⁴

Seiring meningkatnya intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan masyarakat, platform digital tidak lagi berfungsi sekadar sebagai sarana penyebaran informasi, ia juga menjadi ruang produksi, distribusi, dan negosiasi otoritas keagamaan.⁵ Gary R. Bunt melalui konsep *Cyber-Islamic Environment* (selanjutnya akan disebut Lingkungan Siber Islam) menunjukkan bahwa ruang siber telah merekonfigurasi pola legitimasi keagamaan dari yang semula bertumpu pada otoritas institusional menuju bentuk-bentuk legitimasi yang dibangun melalui visibilitas, interaksi, dan keterhubungan digital.⁶ Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang strategis bagi berbagai aktor keagamaan untuk membangun, mempertahankan, maupun menegosiasikan otoritasnya di hadapan publik digital.⁷ Perubahan tersebut menghadirkan tantangan baru bagi institusi keagamaan formal, termasuk lembaga negara, dalam mempertahankan legitimasi normatifnya di tengah kompetisi wacana yang semakin terfragmentasi.⁸ Dalam situasi demikian, diseminasi moderasi beragama melalui media sosial tidak hanya menuntut kehadiran digital, tetapi juga kemampuan menghadirkan narasi yang relevan, memperoleh perhatian audiens, dan mempertahankan visibilitas pesan keagamaan dalam ruang publik digital.

Di samping itu, interaksi antara otoritas keagamaan dan audiens di lingkungan siber Islam menunjukkan kecenderungan yang bersifat satu arah dan minim dialog substantif.⁹ Dalam banyak kasus, pola komunikasi yang dominan masih berorientasi pada penyampaian informasi dan legitimasi kebijakan, tanpa diimbangi dengan mekanisme partisipasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan secara

³ Hoddin, Muhammad Sholeh, Wahidmurni, Basri, and Ahmad Barizi. "Implementasi Moderasi Beragama dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti di SMA Muhammadiyah 1 Sumenep." *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 3 (2023): 451–462.

⁴ Kamali, Mohammad Hashim. *The middle path of moderation in Islam: The Qur'anic principle of wasatiyyah*. Oxford University Press, 2015.

⁵ Campbell, Heidi A. "Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society." *Journal of the American academy of religion* 80, no. 1 (2012): 64–93.

⁶ Bunt dalam bukunya "*Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority*" menggunakan "*Cyber-Islamic Environment*" sebagai istilah payung utamanya, dimana secara makna adalah sebuah *term* yang digunakan untuk meliput berbagai kegiatan online, baik tesis online dari seorang cendekiawan Islam atau tweet dari seorang aktivis media sosial. Dikutip dari : Bunt, Gary R. "Introduction: Entering Muslim Digital Worlds." In *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*, 13 (*kindle edition*). University of North Carolina Press, 2018.

⁷ Rahmah, Puja. "Transformasi Otoritas Keagamaan dalam Ruang Digital: Studi terhadap Praktik Keislaman Generasi Muda." *Ibtikar* 2, no. 2 (2025): 67–74.

⁸ Nurhamidin, Budi, Sabil Mokodenseho, Haslinda Mokodompit, Amaludin Bahansubu, and Prasetio Rumondor. "Transformasi Otoritas Keagamaan di Era Digital, Analisis Sosiologis terhadap Pergeseran Pola Otoritas Ulama di Media Sosial." *Al-Muqaddimah: Journal of Educational and Religious Perspectives* 1, no. 1 (2025): 39–48.

⁹ Bunt. (2018). p. 19 (*kindle edition*).

setara.¹⁰ Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa media sosial sering kali lebih berfungsi sebagai medium representasi institusional, alih-alih sebagai ruang deliberatif yang memungkinkan pertukaran gagasan secara setara.¹¹ Dalam konteks ini, keterbatasan interaktivitas berpotensi menghambat pembentukan pemahaman kolektif yang reflektif mengenai moderasi beragama di kalangan komunitas Muslim digital.¹²

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan untuk menjawab dua rumusan masalah utama, yaitu: (1) bagaimana akun Instagram @kemenag_ri merepresentasikan dan mendiseminasikan nilai-nilai moderasi beragama dalam lingkungan siber Islam; dan (2) sejauh mana narasi moderasi beragama yang disebarluaskan melalui akun @kemenag_ri merepresentasikan indikator-indikator moderasi beragama yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama itu sendiri.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini berfokus pada akun Instagram @kemenag_ri sebagai salah satu kanal utama komunikasi digital Kementerian Agama Republik Indonesia. Akun ini dipilih karena merepresentasikan komunikasi keagamaan yang dijalankan oleh institusi negara sekaligus menjadi medium penting dalam diseminasi narasi moderasi beragama kepada publik digital. Selain itu, Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia,¹³ khususnya di kalangan Gen Z.¹⁴ Dengan menggunakan konsep *Cyber-Islamic Environment*-nya Gary R. Bunt dan indikator moderasi beragama Kementerian Agama, penelitian ini berupaya menelaah keterkaitan antara pola komunikasi institusional, representasi nilai-nilai moderasi beragama, dan pola keterlibatan audiens dalam media sosial. Melalui pendekatan tersebut, artikel ini menawarkan pembacaan kritis mengenai efektivitas dan keterbatasan praktik diseminasi moderasi beragama oleh institusi negara di ruang publik digital.

Bersamaan dengan itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain netnografi yang dipadukan dengan analisis konten untuk mengkaji representasi moderasi beragama pada akun Instagram @kemenag_ri.¹⁵ Data penelitian berasal dari

¹⁰ Jubba, Hasse, Jaffary Awang, Zuly Qodir, Hannani, and Mustaqim Pabbajah. "The contestation between conservative and moderate Muslims in promoting Islamic moderatism in Indonesia." *Cogent Social Sciences* 8, no. 1 (2022): 2116162.

¹¹ Campbell, Heidi. *When religion meets new media*. Routledge, 2010. p. 134-181.

¹² Paujiah, Resti, Hasna Latipah Afifah, Parhan Muhammad, dan Fiqra Muhamad Nazib. "Tantangan dan Peluang Moderasi Beragama di Era Digital." *Advances in Education Journal* 1, no. 3 (2024): 198–209

¹³ We are Social, "Digital 2024: Indonesia explores the country's evolving digital and social landscape", <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>. Diakses pada 15 Oktober 2024

¹⁴ Gen Z adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Sebagian besar Generasi Z adalah anak-anak dari Generasi X atau Milenial yang lebih tua. Lihat : Twenge, J. M. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents – and What They Mean for America's Future*. Simon and Schuster.

¹⁵ Santoso, Zha Zha Elenita, Nanang Krisdinanto, and Brigitta Revia Sandy Fiesta. "Studi Netnografi Interaktivitas e-WOM pada Followers Twitter Tokopedia Pasca Krisis Kebocoran Data Pengguna." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 21, no. 1 (2023): 5; Lombard, Matthew, Jennifer Snyder-Duch, and Cheryl Campanella Bracken. "Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability." *Human communication research* 28, no. 4 (2002): 587.

seluruh unggahan akun tersebut pada periode 1 Januari 2023 hingga 4 November 2024 yang berjumlah 1.442 postingan. Melalui teknik *purposive sampling*,¹⁶ dipilih 57 unggahan bertagar #ModerasiBeragama sebagai unit analisis utama. Pertimbangan ini diambil berdasarkan buku *Peta Jalan (roadmap) Penguatan Moderasi Beragama Tahun 2020-2024* yang menyatakan dalam garis besar petanya bahwa, pada tahun 2023, salah satu indikator yang harus tercapai adalah “penguatan peran media dalam sosialisasi perspektif moderasi beragama”, dan pada tahun 2024 adalah “tercapainya indeks-indeks sesuai target”.¹⁷ Hal ini tentu dapat dipahami sebagai momentum untuk mengevaluasi dan melakukan kritik terhadap diseminasi nilai-nilai moderasi beragama di media sosial yang seharusnya sudah terealisasi dari tahun 2023.

Selanjutnya, berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti beragam fenomena penyebaran narasi keagamaan di ruang digital. Sejumlah studi menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga memengaruhi bagaimana wacana, identitas, dan relasi keagamaan dibentuk dalam lingkungan siber. Bettina Gräf, misalnya, menunjukkan bagaimana Syekh Yūsuf al-Qaradāwī memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan dakwahnya dan membangun otoritas keagamaan yang melampaui batas-batas geografis tradisional.¹⁸ Sementara itu, Fachrizal A. Halim menjelaskan bagaimana ulama bermazhab Shāfi‘ī merespons perkembangan media digital dengan mengadaptasi tradisi keilmuan mazhab dalam ruang siber guna mempertahankan relevansi dan otoritas keagamaan mereka di tengah semakin terbukanya akses terhadap pengetahuan agama.¹⁹ Adapun Ahmed Al-Rawi menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas dan solidaritas keagamaan melalui interaksi antar pengguna.²⁰ Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa media digital telah menjadi ruang penting bagi produksi, distribusi, dan negosiasi otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Dalam konteks Indonesia, penelitian mengenai akun Instagram @kemenag_ri menunjukkan bahwa media sosial Kementerian Agama lebih sering diposisikan sebagai

¹⁶ *Purposive sampling* adalah jenis pengambilan sampel yang digunakan dalam sebagian besar makalah penelitian, ini karena prosedur jenis pengambilan sampel ini ditemukan dalam berbagai paradigma penelitian dan membantu memastikan bahwa sampel yang didapatkan adalah sampel yang berkualitas berada tanpa bias sehingga dapat meningkatkan keandalan dan kepercayaan temuan. Dikutip dari : Nyimbili, Friday, and Leah Nyimbili. “Types of purposive sampling techniques with their examples and application in qualitative research studies.” *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies* 5, no. 1 (2024): 90.

¹⁷ RI, Tim Pokja Moderasi Beragama Kementerian. “Peta Jalan (*Roadmap*) Penguatan Moderasi Beragama Tahun 2020-2024”. Jakarta: Kementerian Agama RI (2020). p. 64.

¹⁸ Gräf, Bettina. “Sheikh Yūsuf al-Qaradāwī in cyberspace.” *Die Welt des Islams* 47, no. 3 (2007): 403-421.

¹⁹ Halim, Fachrizal A. “Reformulating the Madhhab in Cyberspace: Legal Authority, Doctrines, and Ijtihād among Contemporary Shāfi‘ī ‘Ulamā’.” *Islamic Law and Society* 22, no. 4 (2015): 413-435.

²⁰ Al-Rawi, Ahmed. “Online reactions to the Muhammad cartoons: YouTube and the virtual Ummah.” *Journal for the Scientific Study of Religion* 54, no. 2 (2015): 261-276.

instrumen komunikasi kelembagaan dibandingkan ruang penyebaran gagasan keagamaan yang substantif. Kecenderungan tersebut tampak dalam temuan Wahfiuddin Rahmad yang menunjukkan dominasi konten institusional dalam pengelolaan akun.²¹ Pada sisi lain, perhatian terhadap akun ini juga berkembang dalam kajian komunikasi pemerintahan. Syukrina Mulsi, misalnya, melihat pemanfaatan Instagram Kementerian Agama sebagai bagian dari strategi e-government yang mendukung penyampaian informasi publik selama pandemi COVID-19.²² Sementara itu, isu moderasi beragama cenderung dikaji dari aspek teknis penyebaran pesan, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Arenggoasih dan Wijayanti mengenai peran *hashtag* dalam memperluas jangkauan kampanye moderasi beragama di media sosial.²³

Meskipun studi-studi tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami komunikasi keagamaan digital, sebagian besar masih berfokus pada aspek pengelolaan media, strategi komunikasi, atau perluasan jangkauan pesan di media sosial. Kajian yang secara khusus menelaah representasi moderasi beragama dalam praktik komunikasi digital institusi negara masih relatif terbatas. Selain itu, belum terdapat penelitian yang secara eksplisit mengintegrasikan konsep *Cyber-Islamic Environment* dengan indikator moderasi beragama untuk menganalisis bagaimana narasi moderasi beragama diproduksi, disebarluaskan, dan diterima dalam akun Instagram @kemenag_ri. Oleh karena itu, artikel ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menghadirkan pembacaan kritis terhadap representasi moderasi beragama, pola komunikasi institusional, dan keterlibatan audiens dalam lingkungan siber Islam.

PEMBAHASAN

Moderasi Beragama dalam Lingkungan Siber Islam: Analisis atas Akun @kemenag_ri

Analisis terhadap akun Instagram @kemenag_ri menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan dalam intensitas penggunaan tagar yang berkaitan dengan moderasi beragama dibandingkan tagar yang berfokus pada figur Menteri Agama. Dari total 1.442 unggahan yang dipublikasikan dalam rentang 1 Januari 2023 hingga 4 November 2024, hanya 57 unggahan (sekitar 4 persen dari total unggahan yang dianalisis) yang menggunakan tagar #moderasiberagama. Sebaliknya, tagar yang berorientasi pada figur personal, seperti #GusMen dan #GusYaqut, muncul dalam 116 unggahan (sekitar 8 persen).²⁴ Temuan ini menunjukkan bahwa narasi moderasi beragama belum menempati posisi yang dominan dalam komunikasi digital akun @kemenag_ri. Di saat yang sama, tingginya frekuensi penggunaan tagar yang berpusat

²¹ Harahap, Wahfiuddin Rahmad. "PROMOSI AGAMA ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA." (2017). p: 145-146.

²² Putri, Syukrina Mulsi. "Strategi Pengelolaan Instagram@ kemenag_ri di Masa Pandemi Covid-19." Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (2024). p: 99-100.

²³ Arenggoasih, Wuri, dan Corona Raisa Wijayanti. "Pesan kementerian agama dalam moderasi melalui media sosial instagram." *Jurnal Jurnalisa* 6, no. 1 (2020). p: 172.

²⁴ Data dalam bentuk excel bisa diakses melalui link berikut: bit.ly/44q3Xog

pada figur Menteri Agama mengindikasikan adanya kecenderungan personalisasi komunikasi institusional dalam pengelolaan akun tersebut.

Kecenderungan tersebut juga tampak pada pola keterlibatan audiens terhadap berbagai jenis konten yang diunggah. Berdasarkan data yang dianalisis, unggahan yang secara eksplisit mengangkat tema moderasi beragama, toleransi, dan kerukunan antar umat beragama umumnya memperoleh jumlah *likes* dan komentar yang relatif terbatas. Sebaliknya, konten yang berkaitan dengan kebutuhan informasi publik yang lebih pragmatis, seperti seleksi PPPK, rekrutmen petugas haji, maupun penetapan hari raya melalui sidang isbat cenderung menghasilkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi. Sampel data menunjukkan bahwa sejumlah unggahan bertema moderasi beragama hanya memperoleh ratusan hingga ribuan *likes*, sedangkan konten yang berkaitan dengan informasi kelembagaan tertentu mampu mencapai angka yang jauh lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa visibilitas narasi moderasi beragama dalam lingkungan digital tidak hanya ditentukan oleh intensitas produksinya, tetapi juga oleh tingkat perhatian dan keterlibatan audiens terhadap konten yang disebarluaskan.

Hasil Seleksi Administrasi Calon Imam Masjid untuk Uni Emirat	10 Mei 2023	911	8
Daftar Nikah Bisa Lewat Aplikasi Pusaka	12 Mei 2023	584	47
Cari Naskah Khutbah Jumat Bisa di Pusaka	4 Jun 2023	423	7
Seleksi Tahap Akhir Calon Imam Masjid untuk Uni Emirat Arab	12 Jun 2023	700	10
Agenda Sidang Isbat Penetapan 1 Zulhijah 1444 H	17 Jun 2023	1.489	18
Filosofi Galungan dan Kuningan	29 Jul 2023	255	8
Umat Hindu akan dibangun Pura di IKN Nusantara	8 Aug 2023	2.052	34
Serukan Perkuat Toleransi Antar Umat Beragama	29 Aug 2023	848	36
Al-Qur'an Terjemahan Bahasa Daerah	1 Sept 2023	383	9
Balitbang Diklat Kementerian Agama siap laksanakan orientasi	12 Sept 2023	1.784	93
Ensiklopedia Pemuka Agama Nusantara	23 Sept 2023	213	2

Gambar 1: *Sampel data menunjukkan minimnya traffic; kolom paling kanan menunjukkan jumlah komentar, dan pada bagian kirinya adalah jumlah like*

Temuan-temuan di atas dapat dibaca melalui konsep *Cyber-Islamic Environment* yang dikembangkan oleh Gary R. Bunt. Menurut Bunt, perkembangan internet dan media sosial telah mentransformasi cara otoritas keagamaan dibangun dan dinegosiasikan, karena ruang digital memungkinkan aktor keagamaan menjangkau audiens yang lebih luas serta memperoleh legitimasi melalui interaksi yang berlangsung secara daring.²⁵ Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, ia juga menjadi ruang strategis bagi produksi dan sirkulasi wacana keagamaan yang bahkan mampu melampaui batas-batas institusi keagamaan tradisional.²⁶

Dalam kerangka tersebut, seyogyanya akun Instagram @kemenag_ri menempati posisi strategis sebagai kanal komunikasi digital resmi Kementerian Agama. Melalui

²⁵ Bunt. (2018). p. 21 (*kindle edition*).

²⁶ Bunt. (2018). p. 15 (*kindle edition*).

platform ini, berbagai narasi keagamaan dapat disebarluaskan kepada publik, termasuk nilai-nilai moderasi beragama yang mencakup komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan penerimaan terhadap tradisi lokal.²⁷ Namun demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa narasi moderasi beragama belum menempati posisi yang dominan dalam pola komunikasi akun tersebut. Kemunculan serial konten seperti “*Sepekan GusMen*” serta tingginya frekuensi penggunaan tagar #*GusMen* dan #*GusYaquut* menunjukkan bahwa visibilitas figur Menteri Agama relatif lebih menonjol dibandingkan narasi moderasi beragama itu sendiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang digital selain menjadi medium penyampaian pesan institusional, ia sekaligus juga menjadi ruang kompetisi bagi berbagai narasi untuk memperoleh perhatian audiens.²⁸

No	Kegiatan Prioritas (KP)	2021	2022	2023	2024
		Penguatan Perspektif Moderasi Beragama dalam Institusi	Penyelenggaraan Layanan dan Program Keagamaan berperspektif Moderasi Beragama	Penguatan Peran Masyarakat dalam Penguatan Moderasi Beragama	Peneguhan dan Apresiasi Negara dan Bangsa Berperspektif Moderasi Beragama
1	Penguatan cara pandang, sikap, dan praktik beragama jalan tengah	• Pengembangan kerangka kerja tingkat Pusat dan Daerah • Penyiapan rencana aksi dan instrumen implementasi Penguatan Moderasi Beragama • Pemenuhan anggaran • Program Penguatan Moderasi Beragama berbasis tugas dan fungsi • Peningkatan kapasitas Aparatur Sipil Negara (ASN) Kemenag	• Pengembangan dan penguatan pelayanan publik berperspektif Moderasi Beragama • Pelibatan pemangku kepentingan dalam implementasi Moderasi Beragama • Sinergi dan sinkronisasi regulasi terkait Penguatan Moderasi Beragama	• Penguatan pelibatan pemangku kepentingan dengan fasilitasi program masyarakat untuk implementasi Moderasi Beragama • Peningkatan fasilitasi program masyarakat sesuai tugas dan fungsi • Penguatan peran media dalam sosialisasi perspektif moderasi beragama	• Tercapainya indeks-indeks sesuai target • Pemenuhan regulasi akan hak sipil berbasis Moderasi Beragama • Penurunan jumlah kasus konflik atas nama agama • Apresiasi implementasi Moderasi Beragama
2	Penguatan harmonisasi dan kerukunan umat beragama				
3	Penyelarasan relasi agama dan budaya				
4	Peningkatan kualitas pelayanan kehidupan beragama				
5	Pengembangan ekonomi dan sumber daya keagamaan				

Gambar 2: *Target-target yang ditetapkan Kemenag RI dalam “Peta Jalan (Roadmap) Penguatan Moderasi Beragama Tahun 2020-2024”*

Jika ditinjau dari komposisi unggahan yang dipublikasikan, narasi moderasi beragama belum memperoleh porsi yang dominan dalam pola komunikasi digital akun @kemenag_ri. Di tengah tingginya intensitas konten yang menampilkan aktivitas kelembagaan maupun figur Menteri Agama, unggahan yang secara eksplisit mengangkat moderasi beragama masih relatif terbatas. Situasi ini memperlihatkan bahwa agenda penguatan moderasi beragama belum sepenuhnya menjadi fokus utama dalam representasi komunikasi digital Kementerian Agama. Akibatnya, potensi media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dan visibilitas nilai-nilai moderasi beragama belum dimanfaatkan secara optimal.²⁹

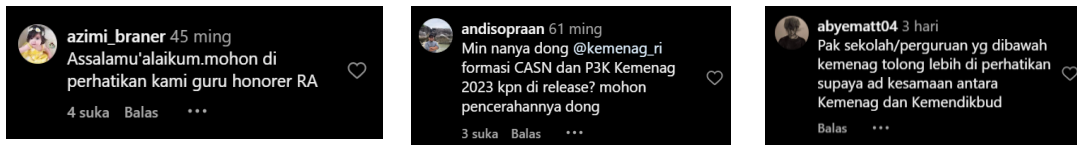
Gambaran yang serupa juga terlihat pada respons audiens terhadap unggahan yang dianalisis. Kolom komentar pada postingan bertaggar #*moderasiberagama* menunjukkan bahwa perhatian pengguna lebih banyak diarahkan pada isu-isu yang

²⁷ Tim Pokja Moderasi Beragama Kementerian. (2020). p. 21.

²⁸ Kendy, Muhammad, dan Cecep Castrawijaya. “Model Bisnis Baru dan Adaptasi Lembaga Dakwah di Era Disruptif.” *Yönetim: Jurnal Manajemen Dakwah* 8, no. 2 (2025): 7–14.

²⁹ Rohman, Fathur. “Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama.” *SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 5, no. 2 (2023): 339–345.

bersifat pragmatis, seperti pengumuman PPPK, rekrutmen tenaga kerja, layanan keagamaan, maupun berbagai kebijakan Kementerian Agama yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sementara itu, unggahan yang mengangkat tema moderasi beragama umumnya tidak memunculkan diskusi yang secara langsung berkaitan dengan nilai-nilai toleransi, anti-kekerasan, komitmen kebangsaan, ataupun penerimaan terhadap tradisi lokal. Dengan demikian, interaksi yang terbentuk di kolom komentar memperlihatkan adanya jarak antara narasi yang diproduksi oleh institusi dan bentuk keterlibatan yang ditunjukkan oleh audiens.



Gambar 3: Beberapa komentar yang ditemui dalam postingan bertagar #moderasiberagama

Dominannya respons yang berkaitan dengan isu-isu pragmatis menunjukkan bahwa unggahan bertagar #moderasiberagama belum banyak memunculkan percakapan yang berfokus pada substansi moderasi beragama itu sendiri. Temuan ini tentu tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa audiens tidak memahami moderasi beragama. Akan tetapi, pola respons tersebut memperlihatkan bahwa pesan yang diproduksi oleh akun @kemenag_ri belum memperoleh perhatian yang sebanding dengan isu-isu lain yang dianggap lebih dekat dengan kebutuhan sehari-hari pengguna. Padahal, moderasi beragama sebagaimana dirumuskan Kementerian Agama tidak dimaksudkan untuk memoderasi agama, melainkan untuk mengarahkan cara beragama agar tetap menghormati martabat manusia, menjunjung kemaslahatan bersama, serta menjaga keseimbangan kehidupan dalam masyarakat yang majemuk.³⁰ Dalam kerangka yang sama, moderasi beragama juga menekankan komitmen terhadap keadilan, kebangsaan, dan penghargaan terhadap keberagaman sebagai bagian dari kehidupan bernegara.³¹

Perhatian audiens menjadi aspek penting dalam memahami temuan tersebut. Gary R. Bunt menunjukkan bahwa perkembangan media digital telah mengubah cara otoritas keagamaan memperoleh legitimasi dan menjangkau publik.³² Dalam konsep lingkungan siber Islam, penyebaran informasi keagamaan berlangsung berdampingan dengan beragam informasi lain yang sama-sama berupaya menarik perhatian pengguna. Karena itu, keberadaan suatu pesan di media sosial tidak serta-merta menjamin keterlibatan audiens terhadap pesan tersebut.³³ Apa yang terlihat pada akun @kemenag_ri memperlihatkan kondisi yang serupa. Meskipun moderasi beragama hadir dalam sejumlah unggahan, perhatian pengguna lebih banyak tertuju pada isu-isu yang berkaitan dengan kebutuhan praktis maupun informasi kelembagaan. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran pesan keagamaan di ruang digital juga bergantung pada sejauh mana narasi tersebut dianggap relevan oleh audiens yang menerimanya.

³⁰ Tim Kementerian Agama. (2019). p. 44.

³¹ Tim Pokja Moderasi Beragama Kementerian. (2020). p. 16.

³² Bunt. (2018). p. 106 (*kindle edition*).

³³ Bunt. (2018). p. 20 (*kindle edition*).

Representasi Indikator Moderasi Beragama dalam Konten Bertagar #moderasiberagama

Setelah melihat posisi moderasi beragama dalam pola komunikasi akun @kemenag_ri secara umum, pembahasan berikut diarahkan pada konten-konten yang secara khusus menggunakan tagar #ModerasiBeragama. Dari 57 unggahan bertagar #ModerasiBeragama yang dianalisis, distribusi empat indikator moderasi beragama yang ditetapkan Kementerian Agama, yaitu komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan akomodatif terhadap kebudayaan lokal, tidak merata.³⁴ Indikator toleransi muncul dalam 26 unggahan, penerimaan terhadap tradisi lokal dalam 10 unggahan, sedangkan komitmen kebangsaan dan anti-kekerasan masing-masing ditemukan dalam 9 unggahan. Sebelum membahas distribusi tersebut, terdapat temuan lain yang perlu diperhatikan. Dari 57 unggahan yang dianalisis, 29 di antaranya tidak mengandung indikator moderasi beragama secara substantif meskipun tetap menggunakan tagar #ModerasiBeragama. Unggahan seperti “Agenda Sidang Isbat”, “Urutan Wali Nikah?”, “Mandi Junub Setelah Azan Subuh Pas Puasa”, hingga “Asesmen Prodi Magister Ekonomi Syariah di PTIQ Jakarta” tidak memuat narasi yang dapat dikategorikan ke dalam keempat indikator tersebut. Dengan begitu, lebih dari separuh unggahan yang secara formal menggunakan tagar #ModerasiBeragama tidak merepresentasikan moderasi beragama pada tataran substansi pesannya.

Temuan-temuan tersebut juga menarik jika dibaca melalui pengamatan Gary Bunt mengenai penggunaan tagar dalam lingkungan siber Islam. Bunt menerangkan bahwa tagar tidak selalu berkaitan langsung dengan isi suatu konten. Tagar juga digunakan untuk menjaga visibilitas isu tertentu dan mempertahankan kehadiran suatu aktor dalam ruang digital.³⁵ Penggunaan #ModerasiBeragama pada unggahan yang bersifat administratif maupun informatif memperlihatkan bahwa tagar tersebut tidak selalu berfungsi sebagai penanda tema konten. Pada sejumlah unggahan, #ModerasiBeragama lebih tampak sebagai identitas program yang dilekatkan pada berbagai jenis informasi yang dipublikasikan akun @kemenag_ri. Akibatnya, keterkaitan antara tagar dan substansi konten tidak selalu berjalan searah, sehingga representasi moderasi beragama yang muncul dalam unggahan tersebut tidak selalu selaras dengan indikator-indikator yang dirumuskan Kementerian Agama.

Di antara unggahan yang mengandung indikator moderasi beragama, toleransi merupakan indikator yang paling dominan. Kementerian Agama mendefinisikan toleransi sebagai sikap memberi ruang dan tidak mengganggu hak orang lain untuk berkeyakinan, mengekspresikan keyakinannya, serta menyampaikan pendapat.³⁶ Dalam unggahan yang dianalisis, representasi toleransi dapat dibedakan ke dalam dua pola. Pertama, unggahan yang bersifat seremonial, seperti *ucapan hari besar lintas agama*,

³⁴ Tim Kementerian Agama. (2019). p.42. Data distribusi indikator selengkapnya tersedia dalam *spreadsheet* pemetaan konten yang menjadi basis penelitian ini: bit.ly/44q3Xog

³⁵ Gary R. Bunt, *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018), p.19.

³⁶ Tim Kementerian Agama, p. 43-44.

peringatan Hari Toleransi Internasional, serta perayaan Galungan dan Kuningan. Konten semacam ini menampilkan toleransi sebagai kondisi yang telah terwujud dan layak dirawat bersama. Kedua, unggahan yang bersifat naratif, seperti “*Manisnya Negeriku saat Pastor & Ketua Klasis GPM Turut Mengantar Jemaah Haji Maluku*” dan “*Cerita Moderasi Beragama dalam Prosesi Penyembelihan*”. Berbeda dengan unggahan seremonial, konten naratif memperlihatkan praktik toleransi melalui peristiwa yang konkret dan melibatkan aktor yang dapat diidentifikasi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa toleransi tidak direpresentasikan melalui satu bentuk penyampaian yang seragam. Sebagian konten menempatkannya sebagai nilai yang dirayakan, sementara sebagian lainnya menampilkan toleransi sebagai praktik sosial yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari.

Dominannya indikator toleransi juga berkaitan dengan bentuk representasi yang muncul dalam unggahan-unggahan tersebut. Gary Bunt mencatat bahwa media sosial menjadi ruang tempat berbagai aktor keagamaan menyampaikan pemahaman dan pesan keagamaannya kepada audiens yang semakin luas.³⁷ Dalam konten yang dianalisis, toleransi kerap ditampilkan melalui visual yang mudah dikenali, seperti perayaan hari besar keagamaan, perjumpaan antarumat beragama, dan aktivitas bersama yang melibatkan kelompok keagamaan yang berbeda. Pola semacam ini muncul berulang kali dalam unggahan bertag *#ModerasiBeragama*. Dibandingkan indikator lainnya, toleransi lebih sering hadir dalam bentuk peristiwa dan interaksi yang dapat ditampilkan secara langsung melalui foto maupun video. Kehadiran visual yang berulang tersebut ikut menjadikan toleransi sebagai indikator yang paling menonjol dalam keseluruhan sampel yang dianalisis.

Di samping itu, indikator penerimaan terhadap tradisi lokal muncul dalam 10 unggahan, dan seluruhnya hadir bersamaan dengan indikator toleransi. Namun begitu, tidak ditemukan unggahan yang hanya memuat tradisi lokal tanpa disertai narasi toleransi. Konten seperti “*Filosofi Galungan dan Kuningan*”, “*Upacara Yadnya Kasada*”, “*Launching Al-Quran Terjemahan Bahasa Cirebon*”, dan “*Hari Raya Galungan dan Kuningan Menag Sapa Keluarga Masyarakat Hindu*” menampilkan tradisi lokal sebagai bagian dari keberagaman yang diterima dan dihargai. Pola kemunculan ini menunjukkan bahwa tradisi lokal lebih sering direpresentasikan melalui kerangka toleransi daripada tampil sebagai indikator moderasi beragama yang berdiri sendiri. Kementerian Agama sendiri mendefinisikan penerimaan terhadap tradisi lokal sebagai sikap terbuka terhadap praktik budaya yang tidak bertentangan dengan pokok ajaran agama.³⁸ Akan tetapi, hubungan antara tradisi lokal dan batas-batas ajaran agama tidak menjadi bagian yang dibahas dalam unggahan-unggahan tersebut. Justru yang lebih sering ditampilkan adalah tradisi lokal sebagai bagian dari keragaman budaya yang layak diapresiasi.

Berikutnya, indikator komitmen kebangsaan ditemukan dalam 9 unggahan. Indikator ini umumnya muncul dalam konten yang menghubungkan moderasi beragama

³⁷ Bunt. (2018) p. 19-20.

³⁸ Tim Kementerian Agama. (2019). p. 45-46.

dengan kehidupan kebangsaan yang lebih luas, seperti penguatan kerukunan sosial, pengelolaan keberagaman, serta respons terhadap isu-isu kemanusiaan. Contohnya dapat dilihat pada unggahan “*Tahapan Moderasi Beragama di Kementerian Agama RI*”, konferensi “*Religious Moderation and Its Responses to Humanitarian Crises*”, maupun unggahan mengenai deklarasi damai umat beragama. Menariknya, hampir seluruh unggahan yang memuat indikator ini selalu hadir bersamaan dengan indikator moderasi beragama lainnya. Tidak ditemukan unggahan yang secara khusus menjadikan komitmen kebangsaan sebagai tema utama pembahasan. Dalam kerangka moderasi beragama, komitmen kebangsaan dipahami sebagai kesetiaan terhadap konsensus dasar kebangsaan, terutama penerimaan terhadap Pancasila dan komitmen pada prinsip-prinsip UUD 1945.³⁹ Namun, representasi indikator ini dalam unggahan yang dianalisis lebih sering muncul sebagai bagian dari narasi kerukunan dan moderasi beragama secara umum. Upaya untuk menghubungkan nilai-nilai keagamaan dengan komitmen kebangsaan memang ditemukan dalam sejumlah unggahan, namun belum menjadi pola representasi yang dominan.

Berbeda dengan indikator toleransi yang muncul dalam beragam bentuk konten, indikator anti-kekerasan dalam unggahan bertagar #ModerasiBeragama cenderung direpresentasikan melalui narasi kerukunan dan pencegahan konflik sosial keagamaan. Pola ini terlihat pada unggahan seperti “*Pelatihan Deteksi Dini Konflik Sosial Keagamaan*”, “*Deklarasi Damai Umat Beragama*”, “*Serukan Perkuat Toleransi Antarumat Beragama*”, dan “*Jalan Sehat dan Deklarasi Kerukunan untuk Indonesia Hebat*”. Meskipun sejalan dengan indikator anti-kekerasan yang dalam panduan moderasi beragama dipahami sebagai penolakan terhadap berbagai bentuk kekerasan dan ekstremisme atas nama agama,⁴⁰ representasi yang muncul lebih banyak menekankan upaya menjaga perdamaian dan memperkuat harmoni sosial. Akibatnya, isu kekerasan berbasis agama, radikalisme, maupun ekstremisme tidak banyak dibahas secara eksplisit, sehingga anti-kekerasan lebih sering hadir sebagai pesan implisit yang melekat pada narasi kerukunan daripada sebagai tema yang berdiri sendiri.

Secara keseluruhan, representasi moderasi beragama dalam unggahan bertagar #ModerasiBeragama pada akun @kemenag_ri menunjukkan bahwa keempat indikator yang dirumuskan Kementerian Agama tidak memperoleh ruang yang setara. Toleransi menjadi indikator yang paling sering ditampilkan, sementara tradisi lokal, komitmen kebangsaan, dan anti-kekerasan lebih banyak hadir sebagai unsur pendukung yang melekat pada narasi toleransi dan kerukunan. Pada saat yang sama, lebih dari separuh unggahan yang menggunakan tagar #ModerasiBeragama tidak memuat indikator moderasi beragama secara substantif. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan tagar #ModerasiBeragama belum selalu diikuti oleh representasi yang konsisten terhadap kerangka konseptual moderasi beragama itu sendiri. Dalam praktiknya, moderasi beragama lebih sering ditampilkan melalui pesan-pesan yang mudah divisualisasikan dan dikomunikasikan kepada audiens media sosial, sedangkan

³⁹ Tim Kementerian Agama. (2019). p. 42-43.

⁴⁰ Tim Kementerian Agama. (2019). p. 44-45.

indikator-indikator yang menuntut penjelasan lebih mendalam memperoleh porsi yang relatif terbatas.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa moderasi beragama belum menempati posisi yang dominan dalam komunikasi digital akun Instagram @kemenag_ri. Dari 1.442 unggahan yang dianalisis dalam rentang 1 Januari 2023 hingga 4 November 2024, hanya 57 unggahan (sekitar 4 persen) yang menggunakan tagar #ModerasiBeragama, jauh lebih sedikit dibandingkan tagar yang berpusat pada figur Menteri Agama yang muncul dalam 116 unggahan. Temuan ini mengindikasikan adanya ketimpangan antara agenda penguatan moderasi beragama sebagaimana dirumuskan dalam *Roadmap* Kementerian Agama dengan praktik komunikasi digital yang dijalankan melalui akun resminya. Di tengah intensitas konten yang mengedepankan aktivitas kelembagaan dan figur personal, narasi moderasi beragama belum memperoleh ruang representasi yang sepadan.

Lebih jauh, analisis terhadap 57 unggahan bertagar #ModerasiBeragama memperlihatkan bahwa lebih dari separuhnya, yaitu 29 unggahan, tidak memuat representasi substantif atas keempat indikator moderasi beragama yang ditetapkan Kementerian Agama, yakni komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan penerimaan terhadap tradisi lokal. Di antara unggahan yang memuat indikator tersebut, toleransi mendominasi dengan kemunculan dalam 26 unggahan, sedangkan komitmen kebangsaan dan anti-kekerasan masing-masing hanya ditemukan dalam 9 unggahan. Pola distribusi yang timpang ini menunjukkan bahwa representasi moderasi beragama dalam akun @kemenag_ri lebih banyak dibangun melalui pesan-pesan yang mudah divisualisasikan, sementara indikator-indikator yang menuntut penjelasan lebih mendalam cenderung hadir sebagai unsur pendukung dalam narasi kerukunan, bukan sebagai tema yang berdiri sendiri. Dalam kerangka ini, tagar #ModerasiBeragama tidak selalu berfungsi sebagai penanda tema konten, melainkan lebih tampak sebagai penanda identitas program yang dilekatkan pada berbagai jenis informasi yang dipublikasikan.

Temuan-temuan di atas dapat dipahami melalui perspektif Gary R. Bunt mengenai dinamika lingkungan siber Islam. Bunt mengingatkan bahwa meskipun penyebaran pesan keagamaan di ruang digital semakin luas, terdapat persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan perhatian pengguna. Dalam konteks ini, kehadiran suatu pesan di ruang digital tidak dengan sendirinya menjamin keterlibatan audiens. Hal tersebut terbukti pada pola respons audiens akun @kemenag_ri, di mana kolom komentar unggahan bertagar #ModerasiBeragama lebih didominasi oleh pertanyaan seputar isu-isu pragmatis seperti seleksi PPPK dan rekrutmen petugas haji, bukan diskusi yang berkaitan langsung dengan substansi moderasi beragama. Kondisi ini memperlihatkan bahwa jarak antara pesan yang diproduksi institusi dan keterlibatan yang ditunjukkan audiens merupakan tantangan nyata dalam diseminasi wacana keagamaan di lingkungan siber Islam.

Berdasarkan temuan tersebut, artikel ini menyimpulkan bahwa diseminasi moderasi beragama melalui akun Instagram @kemenag_ri masih menghadapi

keterbatasan pada dua tataran sekaligus: tataran representasi, di mana penggunaan tagar #ModerasiBeragama belum konsisten mencerminkan kerangka konseptual moderasi beragama yang dirumuskan Kementerian Agama; dan tataran keterlibatan, di mana narasi yang diproduksi belum berhasil menggerakkan percakapan substantif di kalangan audiens digital. Potensi media sosial sebagai ruang produksi dan negosiasi wacana keagamaan, sebagaimana ditunjukkan Bunt dalam kajiannya tentang lingkungan siber Islam, belum dimanfaatkan secara optimal oleh Kementerian Agama dalam mendiseminasikan moderasi beragama. Selanjutnya, diperlukan strategi komunikasi digital yang tidak sekadar berorientasi pada kehadiran formal di ruang siber, namun juga mampu menghadirkan narasi moderasi beragama secara konsisten, substantif, dan relevan dengan kebutuhan serta perhatian audiens digital yang semakin beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rawi, Ahmed. 2015. "Online Reactions to the Muhammad Cartoons: YouTube and the Virtual Ummah." *Journal for the Scientific Study of Religion* 54, no. 2.
- Alvian, Rizky Alif. 2023. "How Extremist Movements Delegitimise Religious Moderation Campaigns." *Perspectives on Terrorism* 17, no. 3.
- Arenggoasih, Wuri, and Corona Raisa Wijayanti. 2020. "Pesan Kementerian Agama dalam Moderasi melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Jurnalisa* 6, no. 1.
- Bunt, Gary R. 2018. *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Bunt, Gary R. 2018. *Introduction: Entering Muslim Digital Worlds.* In *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. University of North Carolina Press.(Kindle Edition)
- Campbell, Heidi. 2010. *When Religion Meets New Media*. New York: Routledge.
- Campbell, Heidi A. 2012. "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society." *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1: 64–93.
- Gräf, Bettina. 2007. "Sheikh Yūsuf al-Qaradāwī in Cyberspace." *Die Welt des Islams* 47, no. 3.
- Halim, Fachrizal A. 2015. "Reformulating the Madhhab in Cyberspace: Legal Authority, Doctrines, and Ijtihād among Contemporary Shāfi'ī 'Ulamā'." *Islamic Law and Society* 22, no. 4.
- Harahap, Wahfiuddin Rahmad. 2017. "Promosi Agama Islam melalui Media Sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia." *Prosiding Graduate Forum Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga*.
- Hoddin, Muhammad Sholeh, Wahidmurni, Basri, and Ahmad Barizi. "Implementasi Moderasi Beragama dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti di SMA Muhammadiyah 1 Sumenep." *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 3 (2023): 451–462.
- Jubba, Hasse, Jaffary Awang, Zuly Qodir, Hannani, and Mustaqim Pabbajah. 2022. "The Contestation between Conservative and Moderate Muslims in Promoting Islamic Moderatism in Indonesia." *Cogent Social Sciences* 8, no. 1.
- Kamali, Mohammad Hashim. 2015. *The Middle Path of Moderation in Islam: The Qur'anic Principle of Wasatiyyah*. Oxford: Oxford University Press.
- Kendy, Muhammad, dan Cecep Castrawijaya. 2025. "Model Bisnis Baru dan Adaptasi Lembaga Dakwah di Era Disruptif." *Yönetim: Jurnal Manajemen Dakwah* 8, no. 2.
- Lombard, Matthew, Jennifer Snyder-Duch, and Cheryl Campanella Bracken. 2002. "Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability." *Human Communication Research* 28, no. 4.
- Nurhamidin, Budi, Sabil Mokodenseho, Haslinda Mokodompit, Amaludin Bahansubu, and Prasetyo Rumondor. "Transformasi Otoritas Keagamaan di Era Digital, Analisis Sosiologis terhadap

- Pergeseran Pola Otoritas Ulama di Media Sosial.” *Al-Muqaddimah: Journal of Educational and Religious Perspectives* 1, no. 1 (2025): 39–48
- Nyimbili, Friday, and Leah Nyimbili. 2024. “Types of Purposive Sampling Techniques with Their Examples and Application in Qualitative Research Studies.” *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies* 5, no. 1.
- Paujiah, Resti, Hasna Latipah Afifah, Parhan Muhammad, and Fiqra Muhamad Nazib. “Tantangan dan Peluang Moderasi Beragama di Era Digital.” *Advances in Education Journal* 1, no. 3 (2024): 198–209.
- Putri, Syukrina Mulsi. 2024. *Strategi Pengelolaan Instagram @kemenag_ri di Masa Pandemi Covid-19*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Rahmah, Puja. “Transformasi Otoritas Keagamaan dalam Ruang Digital: Studi terhadap Praktik Keislaman Generasi Muda.” *Ibtikar* 2, no. 2 (2025): 67–74.
- Rohman, Fathur. 2023. “Pemanfaatan Media Sosial untuk Sosialisasi Moderasi Beragama.” *SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 5, no. 2.
- RI, Tim Penyusun Kementerian Agama. 2019. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- RI, Tim Pokja Moderasi Beragama Kementerian. 2020. *Peta Jalan (Roadmap) Penguatan Moderasi Beragama Tahun 2020–2024*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Santoso, Zha Zha Elenita, Nanang Krisdinanto, and Brigitta Revia Sandy Fiesta. 2023. “Studi Netnografi Interaktivitas e-WOM pada Followers Twitter Tokopedia Pasca Krisis Kebocoran Data Pengguna.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 21, no. 1.
- Social, We Are. 2024. *Digital 2024: Indonesia Explores the Country's Evolving Digital and Social Landscape*. Accessed October 15, 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Twenge, Jean M. 2023. *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. New York: Simon & Schuster.