
SIKAP MODERASI BERAGAMA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Oleh

I Nyoman Alit Arsana

Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang, alitarsana@iahntp.ac.id

Ni Wayan Purnawati

Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang, nw_purnawati@iahntp.ac.id

Handoko

Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang, handoko.megawati.@gmail.com

Yulis evriani

Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang, yulisevriani1701@gmail.com

Abstract

Internet kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia. Selama ini Internet hanya digunakan untuk bertukar informasi melalui email dan chatting, serta untuk mencari informasi menggunakan mesin pencari Google. Salah satu bentuk perkembangan teknologi dan informasi saat ini dapat dirasakan dengan hadirnya berbagai media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, WhatsApp, dan Telegram. Kehadiran media sosial saat ini memberikan dampak dan manfaat tidak langsung bagi masyarakat baik dari sudut pandang positif maupun negatif. Dampak negatif media sosial antara lain penyebaran berita bohong dan ujaran kebencian. Tujuan penyebaran berita palsu bermacam-macam, namun umumnya berita palsu disebarkan di media sosial sebagai lelucon atau sekedar iseng untuk meremehkan pesaing (black campaign). Mulai dari periklanan melalui penipuan, provokasi, propaganda, atau pembentukan opini publik, hingga upaya yang ditargetkan untuk menutupi kesalahan tertentu. Dengan bersikap waspada, mengaitkannya dengan kehidupan sosial diantara kita, serta mengkategorikan dan memilih konten media sosial yang dapat diterima dan konten media sosial yang sebaiknya ditolak, kita akan dapat memfilter konten media sosial. Dan dengan penguatan kepemimpinan keagamaan melalui Kementerian Agama, kita dapat memperkuat moderasi beragama.

Keywords: *Hoax, Ujaran Kebencian, Moderasi Beragama, Internet, Media Sosial*

I. PENDAHULUAN

Keberadaan internet saat ini memudahkan masyarakat untuk mengakses segala macam informasi dari dalam maupun dari luar negeri. Internet sudah menjadi bagian yang tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia saat ini.

Sebelumnya, internet hanya digunakan sebatas bertukar informasi melalui *email*, *chatting*, dan mencari informasi melalui mesin pencari *Google*.

Beberapa manfaat yang dapat dirasakan masyarakat dari adanya perkembangan teknologi ini, diantaranya

pada bidang pendidikan, layanan *e-commerce*, bidang bisnis, bidang manajemen kesehatan, dan lain sebagainya. Salah bentuk dari perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini dapat dirasakan dengan hadirnya beberapa media sosial, seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *whatsApp*, *telegram*, dan lainnya. Keberadaan sosial media saat ini secara tidak langsung memberikan dampak atau manfaat kepada masyarakat, baik itu dari segi manfaat atau dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkannya. Salah satu contoh dampak negatif dari media sosial adalah seperti tersebar hoax dan ujaran kebencian (Arsana, Purnawati, and Pustikayasa 2022).

Permasalahan yang timbul dari penggunaan media sosial saat ini adalah merebaknya berita hoax yang menyebar luas secara cepat, bahkan sangat sulit untuk membedakan mana berita yang benar, advertorial dan hoax (Rahadi 2017). Hoax dibuat dengan tujuan membuat sebuah opini publik yang menggunakan data berupa foto ataupun kutipan yang seolah-olah benar dan dapat dipercaya, serta menggiring opini publik, sehingga membentuk sebuah persepsi yang akan menguji kecerdasan dan kecermatan para pengguna internet dan media sosial (Jasmi 2021; Rahadi 2017). Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, provokasi, propaganda, atau pembentukan opini publik, hingga upaya yang direkayasa untuk menutupi kesalahan

tertentu (Jasmi 2021; Rahadi 2017; Riska 2019).

Merebaknya berita palsu atau hoaks ini disebabkan oleh isu-isu yang berkaitan dengan politik, suku, agama dan golongan, sehingga menjadi hal yang sangat kompleks. Keadaan ini menciptakan atau melahirkan ketidakbermaknaan yang mengabaikan fakta-fakta atau kebenaran. Keadaan ini dapat dianggap sebagai sebuah kondisi, dimana emosi dan logika dianggap lebih penting daripada fakta dan bukti yang sebenarnya. Fakta dan bukti sebenarnya atau kebenaran itu sendiri tidak dianggap sebagai hal yang penting, karena yang penting adalah pembenaran atas apa yang dianggap benar.

Ujaran kebencian mengandung arti ujaran menghina yang menargetkan karakteristik dari suatu kelompok tertentu, misalnya etnis, agama, jenis kelamin, atau orientasi seksual. Ujaran kebencian bertujuan untuk menimbulkan rasa benci atau permusuhan antar individu/kelompok masyarakat tertentu (Sasongko et al. 2021). Ujaran kebencian juga dijelaskan sebagai suatu tindak pidana berbentuk penistaan, penghinaan, memprovokasi, menghasut, pencemaran nama baik, perbuatan yang tidak menyenangkan, dan semua tindakan tersebut menasar lebih dari satu identitas yang melekat dalam diri suatu objek yang berujung pada kekerasan, penghilangan nyawa, konflik sosial, dan diskriminasi (Fakhry 2018; Permatasari and Subyantoro2 2020).

Di negeri ini, merupakan negara berbentuk kepulauan, di mana

masyarakatnya heterogen dari berbagai macam suku, ras, etnis dan agama, dengan kekayaan suku lebih dari 600 (AR 2020). Setiap individu bebas mengeluarkan pendapatnya untuk berekspresi dan bereksperimen di depan publik. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah kebenaran, kejujuran dan fakta. Kebebasan berpendapat telah diatur dalam perundang-undangan, baik yang tertuang pada hukum internasional Pasal 29 Deklarasi Universal Hak-Hak Asasi Manusia maupun Pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945.

Pada pasal 29 UUD 1945 yang menyatakan bahwa negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa dan Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Selain itu, Pemahaman yang salah atau keliru terkait agama terutama pada masalah yang berkaitan dengan peribadatan semakin mengakar dan sulit dirubah (Emily et al., 2020). Sikap fanatisme yang berlebihan pada agama dapat menjadikan individu terbesut untuk mengabaikan peraturan-peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Sikap ini dapat membawa masyarakat pada tindakan kurang terpuji bahkan berpotensi saling memecah belah persatuan di Indonesia (Apri, 2021).

Untuk mensosialisasikan moderasi beragama di Indonesia salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah dengan pemanfaatan media sosial (Pratiwi et al., 2021). Terdapat lebih dari 10 media sosial paling sering digunakan oleh masyarakat

dari berbagai kalangan usia, *facebook* dan *Instagram* menjadi yang paling banyak dimiliki dan digunakan. *Instagram* dengan pengguna lebih dari 56 juta di Indonesia dengan 70% penggunanya adalah usia 18-24 tahun, sehingga sasaran dalam pembangunan moderasi agama melalui media sosial dapat menjangkau para kalangan muda.

Media sosial dapat digunakan sebagai wadah edukasi bagi dalam upaya mensosialisasikan dan penguatan moderasi beragama. Pemanfaatan media sosial diharapkan memberikan kemudahan dalam memberikan pemahaman moderasi agama kepada masyarakat. Pemahaman moderasi agama yang benar akan mampu untuk menstabilkan diri dalam memahami suatu teks norma agama tanpa melakukan hal yang berlebihan (Iffan et al., 2020)

II. PEMBAHASAN

1. Media Sosial (Medsos)

Istilah media sosial disusun dengan dua kata yang mempunyai makna masing-masing, yaitu kata media dan kata sosial. Kata media bisa diartikan sebagai alat yang biasa digunakan untuk berkomunikasi, sedangkan sosial sebagai aksi (interaksi) yang dilakukan oleh individu yang akan memberikan kontribusi terhadap masyarakat sekitarnya (Mulawarman & Nurfitri, 2014). Media sosial atau jejaring sosial memungkinkan penggunaannya untuk dapat bergabung, berbagi dengan pengguna yang lain, serta dapat membuat konten pada jejaring sosial, forum secara online. Dengan kata lain, media sosial menjadi sarana interaksi sosial berbasis online memungkinkan

penggunanya untuk berbagi informasi, berpartisipasi, mengirim pesan, membangun hubungan, dan jaringan yang terhubung ke Internet.

Anderas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan penukaran atau *user generated content* (jenis konten baik itu teks, gambar atau video tentang suatu *brand* atau produk yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna atau konsumen di media sosial atau *platform online* lainnya). Jaringan Medsos ini dipandang sebagai sarana komunikasi modern yang paling efektif dan efisien dengan daya pengaruh yang luas bagi para pemakainya. Ia kini menjadi alat atau media sangat populer yang bisa dipakai oleh siapapun dengan motivasi apapun juga, dengan syarat terhubung dengan jaringan internet (Engkos Kosasih, 2019).

2. Dampak Media Sosial (Medsos)

Dampak medsos sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan melalui media massa. Menurut Donald F. Robert Karena fokusnya pada pesan, maka dampak haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut. Dampak media juga diartikan sebagai dampak dari kehadiran sosial yang dimiliki media, yang menyebabkan perubahan pengetahuan, sikap dan tingkah laku manusia, akibat terpaan media (Wikipedia, 2022). Semakin berkembangnya teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan

hiburan, maka manusia tak akan pernah bisa lepas dari pengaruh media massa tersebut. Setiap hari, otak manusia selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan (Purwoharjo, 2022). Kebanyakan kasus yang terjadi dewasa ini mengenai efek atau dampak dari media adalah terhadap anak-anak yang sangat terpengaruh oleh media, terutama tontonan bagi mereka. Anak-anak hari ini sudah mulai meninggalkan dunianya yang notabene lebih kepada permainan tradisional. Permainan tradisional seperti, main gambar, main kelereng, main congklak, dan lain sebagainya sudah mulai ditinggalkan. Mereka lebih memilih untuk menonton *YouTube*, bermain *facebook*, dan bermain *game online* yang akan mempengaruhi perilakunya sehari-hari. Terlepas perubahannya ke arah yang lebih baik atau pun ke arah yang lebih buruk.

3. Pengertian Moderasi

Moderasi merupakan kebijakan yang dapat membantu mengembangkan harmoni sosial dengan mengembangkan urusan pribadi, keluarga, dan masyarakat sehingga hubungan antara seseorang dengan orang lain bisa lebih luas. Terlepas dari keuntungan yang didapat, yang jelas sikap moderat sering diabaikan dalam kehidupan sehari-hari. Bukan hanya dalam kehidupan secara pribadi, tetapi terkadang moderat ini diabaikan dalam urusan keluarga, perlakuan terhadap lingkungan alam, praktik keagamaan, urusan keuangan dan juga hubungan sosial bermasyarakat lainnya.

Dalam Hindu dapat ditemukan sloka, mantram, atau ajaran yang berkaitan

dengan unsur moderasi dan toleransi beragama. Misalnya pada Atharvaveda XII.1.4.5:

Janam Bbhrati bahudha vivacasam, Nanadharmanam prthivi jathaukasam Sahasram dhara dravinasya me duham, Dhuruveva dhenur anapas phuranti. (Bumi Pertiwi yang memikul beban, bagaikan sebuah keluarga, semua orang berbicara dengan bahasa yg berbeda-beda dan memeluk kepercayaan yg berbeda, semoga ia melimpahkan kekayaan kepada kita tumbuh penghargaan diantara kita).

Selain Atharvaveda, Rg.Veda Sloka-sloka di dalamnya juga menggambarkan bagaimana agama Hindu sangat moderat dan pluralism dalam kehidupan beragama.

4 Aktualisasi Moderasi Beragama melalui Media Sosial

Mengingat di abad 21 ini aktivitas diskriminasi agama masih banyak ditemukan, terutama dalam aktifitas ujaran kebencian di media sosial. Pada penelitian Hastak & Risal, (2021) dijelaskan bahwa penyalahgunaan media sosial oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dapat memecah belah persatuan dan kesatuan negara Republik Indonesia. Penyalahgunaan ini dilakukan melalui aktifitas diskriminasi, intoleransi, dan berbagai ujaran kebencian terhadap suatu agama. Melihat fenomena seperti ini dapat dijadikan strategi baru berkebalikkan, yakni upaya menggalakkan moderasi agama yang menggunakan media sosial pula.

Instagram dan *facebook* merupakan dua media sosial yang paling banyak

digunakan, dengan *Instagram* dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 1 milyar. *Instagram* yang merupakan media sosial yang berbasis gambar, menuntut para pencipta konten yang menjadi akitivis media sosial membuat konten yang memuat komunikasi visual yang efektif, informatif, persuasif hingga edukatif (Maha Putra & Dwi Astina, 2019). Selain media sosial *Instagram* salah satu *platform* yang dapat dijadikan sarana untuk menyuarakan moderasi beragama di Indonesia adalah *facebook*. *Facebook* merupakan media sosial yang menyajikan konten teks, foto dan video. Abad 21 yang kaya akan literasi digital ternyata tidak hanya dimanfaatkan oleh anak muda (remaja dan dewasa awal) melainkan usia dewasa akhir pula (Arifin, 2019).

Melihat dari generasi penggunaanya, *facebook* merupakan media sosial yang paling akrab digunakan oleh generasi *boomer* dibandingkan dengan *Instagram*. Hal ini menyebabkan pemerolehan informasi lebih banyak dari *platform facebook* (Toto, 2018), termasuk tentang moderasi beragama. Sejauh ini Kementerian Agama memperkuat moderasi beragama melalui bimbingan keagamaan oleh penghulu, kerjasama dengan tokoh agama, dan pendidikan agama. Hasil penelitian Luthfi & Sukma (2019) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berupa *Instagram* oleh para pendakwah terkenal dianggap mampu menyebarluaskan pentingnya moderasi beragama di abad 21 ini.

Selain itu terdapat beberapa cara atau hal yang dapat dilakuka seseorang sebagai pengguna media sosial dalam melakukan aktualisasi sikap moderasi

yaitu harus mampu menerapkan sikap wasatya atau adil dalam mengambil segala yang ada dalam konten media sosial (Kosasih 2019). Pada saat menanggapi sebuah konten yang bermuatan dengan radikalisme, pengguna media sosial sebaiknya merelaksikannya dengan kehidupan bersama melalui sikap menghargai, toleransi dan menerima hidup bersama dalam konteks NKRI (Setianto 2019). Pengguna media sosial harus mampu melakukan penyaringan terhadap konten media sosial dengan memilih dan memilih mana yang dapat diterima dan mana yang harus ditolak atau dilaporkan.

III. SIMPULAN

Peningkatan moderasi beragama dapat dilakukan secara langsung ke masyarakat, namun media sosial dapat dijadikan salah satu strategi dalam menggalakkan semangat moderasi beragama di Indonesia untuk berbagai kalangan usia. Dipayungi oleh gerakan literasi digital di era 4.0 oleh pemerintah menjadikan media sosial sebagai sarana praktis yang dapat dengan cepat menyentuh masyarakat dalam merekonstruksi moderasi beragama. Dengan menerapkan sikap wasatya, merelaksikannya dengan kehidupan bersama, dan dapat melakukan penyaringan terhadap konten media sosial dengan memilih dan memilih konten media sosial yang dapat diterima dan mana yang harus ditolak. Dan dengan memperbanyak bimbingan keagamaan melalui Kementerian Agama dapat memperkuat moderasi beragama di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, H. (2019). Nongkrong asyik di internet dengan *facebook*. Jakarta: Buku Kita.
- Arum Faiza, dkk. Arus Metamorfosa Milenial, h. 49-50
- Asroni, A. (2020). Resolusi konflik agama: perspektif filsafat parennial. *Religi: Jurnal Studi Agama-Agama*, 16 (1), 64-78
- “Efek media.” *Wikipedia: Ensiklopedia Gratis untuk versi bahasa Indonesia*, 24 Juni 2021, WEB, 14 Maret 2022.
- “Efek Media Dan Teknologi Bagi Kehidupan Manusia” BNET Purwoharjo, 22 Oktober 2015, WEB, 14 Maret 2022
- Emily, L. G., Metz, S. E., Lombrozo, T. (2020). Science demands explanation, religion tolerates mystery. *Journal Cognition* 2(4).
- Engkos Kosasih, Literasi Media Sosial dalam Masyarakat Sikap Moderasi Beragama, *Jurnal Bimas Islam* Vol 12 No. 1, 2019
- Hastak, M. C. R. (2021). Tinjauan yuridis terhadap tindak pidana ujaran kebencian di media sosial. *Law Development Journal*, 3(1).
- Iffan, A., Nur, M. R., & Saiin, A. (2020). Konseptualisasi moderasi beragama sebagai langkah preventif terhadap penanganan radikalisme di Indonesia. *Perada*, 3(2), 187. <https://doi.org/10.35961/perada.v3i2.220>

- Kemenag RI. (2019). Tanya jawab moderasi beragama. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Mulawarman dan AldilaDiyasNurfitri, Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, (Buletin Psikologi, 2014), Vol. V, No. 1, h. 37
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, Tafsir, Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok), Jurnal Dakwah dan Komunikasi IAIN Curup-Bengkulu, V o l. 6 No. 1, 2 0 2 1
- AR, Samsul. 2020. "Peran Guru Agama Dalam Menanamkan Moderasi Beragama." *Al-Irfan : Journal of Arabic Literature and Islamic Studies* 3(1). doi: 10.36835/al-irfan.v3i1.3715.
- Arsana, I.Nyoman Alit, Ni Wayan Purnawati, and I.Made Pustikayasa. 2022. "Cyberlaw in the Perspective of the Effect of Technological Development on Hate Speech on Social Media." *International Proceeding On Religion, Culture, Law, Education, And Hindu Studies* 1:184–89.
- Fakhry, Chairul M. 2018. "Pengaruh Hate Speech Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Cyberbullying Mahasiswa Univesitas Sumatera Utara." *Jurnal Ilmu Komunikasi Sumatera Utara*.
- Sumatera Utara.
- Jasmi. 2021. "Mengenal Ciri-Ciri Berita Hoax Dan Dampaknya." *QuBisa*.
- Kosasih, Engkos. 2019. "Literasi Media Sosial Dalam Pemasyarakatan Sikap Moderasi Beragama." *Jurnal Bimas Islam* 12(2):263–96. doi: 10.37302/jbi.v12i2.118.
- Permatasari, Devita Indah, and Subyantoro Subyantoro2. 2020. "Ujaran Kebencian Facebook Tahun 2017-2019." *Jurnal Sastra Indonesia* 9(1):62–70. doi: 10.15294/jsi.v9i1.33020.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2017. "PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL." *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN* 5(1). doi: 10.26905/jmdk.v5i1.1342.
- Riska, Fitriyanti &.Leo. 2019. "Rancangan Aplikasi Pendeteksi Hoax Pada Media Ssosial Berbasis Android." *Progress in Retinal and Eye Research* 561(3):S2–3.
- Sasongko, Viska Anindya Apta Artanti, Nadila Utami Putri, Joni Hendrawan, and Siska Diana Sari. 2021. "Ujaran Kebencian Di Media Sosial Dalam Perspektif Cyberlaw Di Indonesia." *Proceeding of Conference on Law and Social Studies*.
- Setianto, Widodo Agus. 2019. "Literasi Konten Radikal Di Media Online." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16(1):75. doi: 10.31315/jik.v16i1.2684.