

Dr. Dudy Imanuddin Effendi, M. Ag
Dede Lukman, M. Ag
Ridwan Rustandi, M. Sos

Pendahuluan:
Prof. Dr. Ahmad Sarbini, M.Ag



Studi Etnografi Virtual DAKWAH DIGITAL BERBASIS MODERASI BERAGAMA

For Millennial Generation



**DAKWAH DIGITAL BERBASIS MODERASI BERAGAMA
(FOR MILENNIAL GENERATION)**

Studi Etnografi Virtual Tradisi Sorogan Live Streaming “Ngaji Ahlusunnah”
Gus Baha, “Ngaji Ihya Ulumiddin” Ulil Abshar Abdalla dan Kajian Kitab Al-
Bahjah TV Buya Yahya

diterbit Tahun 2022

Pendahuluan:

Prof. Dr. Ahamad Sarbini, M. Ag

Penulis:

Dr. Dudy Imanuddin Effendi, M. Ag

Dede Lukman, M. Ag

Ridwan Rustandi, M. Sos

ISBN: 978-623-6580-78-3

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak cipta

Editor dan Layout: Ramdan Junaeni, M. Sos

Penerbit Yayasan Lidzikri:

Jalan. Riung Hegar Raya No. 10 Riung Bandung

Kota Bandung Jawa Barat

No. Kontak Pemasaran. 081111115499 (Abah Eki)

“Setiap infaq buku ini akan dipersembahkan untuk pendanaan program empati
kemanusiaan Teras Yatim Indonesia”

Kata Pengantar

Puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadiran Ilahi Rabbi Allah SWT, yang telah memberikan berkah, rahmat serta hidayahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan proses penulisan tentang “*Studi Etnografi: Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama.*”

Buku ini menyajikan sebuah bentuk relasi sosial virtual dalam lanskap keagamaan. Pola dakwah konvensional yang dilakukan melalui ruang-ruang digital dalam bentuk sorogan. Tradisi sorogan yang disampaikan dengan setting produksi media sosial dapat menjadi alternatif bagi generasi muda untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan ajaran Islam yang menawarkan nilai, narasi dan perilaku moderasi beragama, terkhusus bagi generasi milenial. Konten buku ini sebagian besar hasil dari menganalisis model dakwah digital berbasis moderasi beragama melalui tradisi sorogan kitab kuning secara *live streaming* dalam kanal youtube Al-Bahjah TV Buya Yahya, Ngaji Gus Baha Official, dan Ngaji Ihya Ulumidin Ulil Abshar Abdalla.

Pengamatan terhadap Komunikasi visual pada platform media sosial youtube ketiga ulama yang telah menampilkan konstruksi bahasa agama yang informatif, inovatif, dan rekreatif. Bahkan keunikan dengan melakukan inovasi tradisi sorogan yang disajikan sebagai sebuah metode dakwah melalui ruang digital di media sosial yang dikemas secara imagologis. Relasi sosial virtual ini terbangun pada tiga tingkatan utama, yakni pada level individual, antar individual, dan antar kelompok.

Buku ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi dosen dan mahasiswa dalam mata kuliah Komunikasi Massa, Kapita selekta Komunikasi, Dasar-dasar Ilmu Dakwah, Manajemen Komunikasi, Metodologi Studi Islam, Sosiologi Dakwah dan Sosiologi Islam. Kepada keluarga dan semua teman yang sudah terlibat, penulis ucapkan terima kasih atas segala supportnya.

Bandung, Pebruari 2022

Dr. Dudy Imanuddin Effendi, M. Ag

Daftar Isi

Kata Pengantar (i)

Daftar Isi (ii)

Pendahuluan (1)
Moderasi Beragama dan Dakwah Digital:
Relevansi Kajian Sebelumnya (13)
Pengertian Moderasi Beragama (19)
Pilar-Pilar Moderasi Beragama (23)
Moderasi Beragama di Ruang Virtual (27)
Pengertian Dakwah Digital (31)
Tipologi Aktivitas Dakwah Digital (35)
Tren Dakwah Digital Generasi Milenial (38)
Perkembangan Generasi Milenial (42)
Karakteristik Generasi Milenial (46)
Generasi Milenial: Pemahaman Moderasi Beragama (49)
Perkembangan Internet dan Media Sosial (52)
Karakteristik dan Jenis-jenis Media Sosial (55)
Platform Youtube: Ruang Transmisi Pesan Keagamaan (58)
Teori Media Baru (62)
Pengertian Sorogan (71)
Perkembangan Tradisi Sorogan (72)
Tradisi Sorogan: Penanaman Moderasi Beragama (76)
Profil Buya Yahya, Ulil Abshar Abdalla dan Gus Baha (79)
Platform Dakwah Digital: Akun Youtube Al-Bahjah TV, Ngaji Ahlusunnah Gus Baha, Ihya Ulumiddin Ulil Abshar Abdalla (87)
Imagologi Agama: Struktur Komunikasi Visual Dakwah Digital Berbasis Nilai-Nilai Moderasi Beragama (98)
Komunikasi Visual Pada Kanal Youtube Buya Yahya, Gus Baha, Dan Ulil Abshar Abdalla (102)
Analisis Media Siber Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla (111)
Karakteristik Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla (118)
Interaksional Generasi Mileunial dalam Memahami Nilai-nilai Moderasi Beragama di Ruang Virtual (128)
Simpulan (139-144)

Daftar Pustaka

Pendahuluan

Prof. Dr. Ahmad Sarbini, M. Ag

Merujuk pada data BPS pada tahun 1980, tercatat bahwa komposisi penduduk Indonesia berdasarkan etnis dan agamanya terdiri dari, 47 persen Jawa, 14,5 persen Sunda, 7,3 persen Madura, 3,3 persen Minangkabau, 2,3 persen Bugis, 2 persen Batak, 1,9 persen Bali, 1,4 persen Aceh, 1,1 persen Makasar, dan 2,3 persen Cina. Sedangkan menurut agamanya terdiri dari 87,5 persen Islam, 7,4 persen Katolik/Kristen, 2 persen Hindu, 0,9 persen Budha dan 0,8 persen Khonghucu.

Indonesia merupakan negara multikultural sebagai miniatur peradaban dunia. Keragaman bangsa Indonesia dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, tidak hanya berkaitan dengan etnik dan agama saja. Melainkan juga ditinjau dari artefak-artefak budaya yang menunjukkan keberagaman tersebut telah ada sejak era nusantara (masa kerajaan), era penjajahan, era perjuangan kemerdekaan, sampai dengan sekarang pasca Indonesia merdeka.

Secara sosiologis, multikulturalisme yang ada di Negara Indonesia berpengaruh terhadap tata interaksi masyarakat. Hakikat manusia sebagai makhluk sosial menuntut adanya persinggungan antar budaya yang tidak jarang menghasilkan berbagai percampuran budaya, etnik dan bahkan agama. Percampuran tersebut baik berwujud akulturasi, asimilasi dan invensi. Karena itu, percampuran budaya dalam kerangka sosiologis tersebut berdampak terhadap tata kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai aspek.

Multikulturalisme yang tidak terarah bisa berimplikasi terhadap dinamika kehidupan keummatan dan kebangsaan yang mengarah pada berbagai potensi konflik dan perpecahan. Hal ini ditengarai karena adanya sikap atau pandangan yang bersifat fanatis dan eksklusif. Dalam konteks agama, sikap eksklusif dan fanatisme agama kalau dibiarkan akan berdampak pada pandangan yang ekstremis, dimana ada kecenderungan menganggap bahwa paham atau ajaran tertentu lebih baik di banding dengan ajaran lainnya.

ekstremisme dalam beragama merupakan sebuah fenomena yang sering terjadi dalam lintasan sejarah kehidupan manusia. Ekstremisme dalam beragama lahir dalam dimensi kehidupan manusia. Hal ini disebabkan karena adanya cara pandang berbeda dalam mempersepsikan dan memahamai teks-teks ajaran agama. Perbedaan ini didasarkan karena adanya persepsi seseorang dalam memaknai suatu obyek yang dilatarbelakangi oleh latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan kerangka pengalaman seseorang (Nurdin & Naqiyah, 2019: 86). Pada gilirannya, perbedaan cara pandang ini akan berimplikasi terhadap perilaku seseorang. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki cara pandang ekstrim dalam beragama akan bersimetris dengan manifestasi tindakan kesehariannya.

Salah satu manifestasi ekstremisme beragama adalah munculkan sikap dan tindakan intoleransi, radikalisme dan terorisme atas nama agama. Penyebab kemunculan perilaku tersebut ditandai dengan biasanya definisi identitas, terutama di kalangan generasi muda. Perilaku intoleransi, radikalisme dan terorisme ditandai dengan adanya islamisasi ruang publik yang ditandai dengan tiga hal yakni gerakan, radikalisasi dan budaya populer yang bermekaran di kalangan anak muda. Benih-benih perilaku ini semakin berkecambah dalam momentum yang mempertemukan imagologi keagamaan dalam ruang publik seperti media sosial (Muhammad & Pribadi, 2013). Radikalisasi agama yang tersebar secara terbuka, aktif dan menyasar anak muda disebabkan pula karena kurangnya kontrol sosial dalam proses transmisi keagamaan. Sehingga, momentum ini dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok keagamaan tertentu untuk mengkampanyekan tindakan intoleransi dan radikal terorisme (Fanani, 2013).

UU No 15 tahun 2018 tentang Tindak Pidana Terorisme, mendefinisikan terorisme sebagai suatu perbuatan dengan kekerasan atau ancaman kekerasan. Perbuatan ini menimbulkan suasana teror, ketakutan dan dapat menimbulkan korban secara massal. Adapaun motif perbuatan tersebut didasarkan karena

ideologi, politik dan gangguan keamanan. Sedangkan radikalisme diartikan sebagai suatu paham yang menghendaki perubahan sosial-politik secara drastis dengan menggunakan cara-cara kekerasan. Paham ini diidentikkan dengan paham keagamaan yang melampaui batas, dianggap mutlak, berkaitan dengan persoalan politik dan ideologi tertentu, sehingga melahirkan sikap ekstremisme dan intoleran (Turmudi, 2012; Asrori, 2015: 257; Utomo, 2016: 3; Ahdar, 2017: 22-23; Markum & Winarno, 2020: 45).

Intoleransi, radikalisme dan terorisme muncul pula karena adanya pola pikir yang tidak kritis dan terbuka. Dalam hal ini, pemahaman agama yang berbasis pada nilai-nilai moderasi beragama dipandang mampu mengantarkan sikap kritis dalam beragama. Dalam konteks Islam, nilai-nilai ajaran Islam yang berdimensi pada Islam Wasathiyah menjadi model internalisasi nilai-nilai toleransi yang akan menghadirkan transformasi nilai agama dalam ruang-ruang sosial yang multikultural (Musaffa, 2018; Aziz, 2020). Dalam hal ini, ekosistem pendidikan agama yang mengedepankan nilai-nilai moderat harus terbangun dalam jejaring pergaulan manusia. Baik dalam ruang lingkup sosial keseharian yang melibatkan seluruh pihak, maupun dalam ruang lingkup lembaga pendidikan formal.

Selain itu, fenomena intoleransi, radikalisme dan terorisme agama memanfaatkan momentum politik dan dalam ruang-ruang kontestasi politik yang tidak produktif. Percaturan politik yang memanfaatkan sikap ekstremisme beragama berdampak pada perilaku intoleransi. Misalnya, dalam momentum politik seperti Pilkada, Pemilu dan Pilpres, isu-isu agama dipolitisasi sebagai salah satu cara untuk melakukan kampanye hitam. Momentum Pemilihan Gubernur DKI Jakarta serta Pemilihan Presiden 2014 dan 2019 yang disesakkan dengan produksi konten-konten politik bernada hoaks, hatespeech dan narasi-narasi radikal terorisme berkecambah dalam ruang-ruang publik. Bahkan, narasi-narasi intoleransi ini disertai dengan tindakan dan perilaku intoleransi dalam berbagai bentuk yang mengarah pada upaya disintegrasi

bangsa. Narasi dan tindakan ini mudah kita temui di era konvergensi media. Media sosial menjadi ruang publik terbuka yang menampilkan realitas penggunaan isu-isu agama, SARA, radikalisme dan terorisme (Widyawati, 2014; Heryanto, 2018).

Media sosial menjadi *public domain* yang populer di kalangan masyarakat dunia. Kehadiran media sosial menjadi ruang interaksi virtual (*cyberspace*) dalam berbagai sendi kehidupan. *Public domain* ini merupakan perwujudan *global village* yang melampaui sekat-sekat geografis dan menyebabkan adanya deterritorialisasi budaya (McLuhan, 1964). Digitalisasi kebudayaan kehidupan manusia berlangsung dalam keseharian manusia (*everyday life*). Hal ini tercermin dalam rutinitas dan intensitas penggunaan teknologi digital ini dalam urusan sosial, pendidikan, sosial, politik dan agama. Eksistensi ruang publik virtual ini membentuk sebuah realitas virtual yang berlangsung dalam tiga tingkatan utama, yakni pada tingkatan individu yang berpengaruh terhadap identitas diri; pada tingkatan antar-individu yang melahirkan relasi sosial virtual; dan pada tingkatan komunitas yang memungkinkan tata kehidupan berbasis pada model komunitas virtual (Piliang, 2012: 147-148).

Media sosial merupakan ruang praktis yang dapat digunakan oleh siapapun dengan kepentingan apapun. Media sosial menjadi ruang produksi industri konten. Dimana para penggunanya menjadikan media sosial sebagai ruang aktualisasi diri untuk meraih audiens dan pembaca dalam jumlah besar (Hartley, 2004: 187). Dalam lanskap keagamaan, media sosial dimanfaatkan sebagai ruang transmisi keagamaan dengan berbagai narasi yang diproduksi. Transmisi keagamaan di media sosial dilakukan melalui cara-cara yang bervariasi seperti kajian *online* pada laman facebook dan instagram, *streaming* tabligh di kanal youtube, *posting* video dan *meme* dakwah Islam, produksi animasi dakwah, dakwah *bi al qalam* di situs-situs bernuansa Islami maupun telekonferensi Islam secara virtual melalui *platform* media tertentu (Fakhruroji, Rustandi & Busro, 2020).

Fenomena telekonferensi Islam dalam ruang digital dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk relasi sosial virtual dalam lanskap

keagamaan. Hal ini mentransformasi model dan pola dakwah konvensional yang dilakukan melalui ruang-ruang digital. Dalam hal ini, media sosial memungkinkan menjadi perangkat yang membentuk peradaban manusia. Transmisi keagamaan secara virtual mensubstitusi cara-cara konvensional dalam penyampaian risalah Islam. *Artificial life* berlaku dalam kehidupan keberagaman manusia (Rustandi & Khoiruddin, 2020). Namun demikian, kemudahan dalam akses informasi dan transmisi keagamaan secara digital disertai dengan adanya potensi ancaman digital. Salah satu bentuk ancaman digital dalam lanskap keagamaan adalah diseminasi konten hoaks, hatespeech, *cybercrime*, *cyberbullying* dan potensi radikalisme terorisme digital (Kemenkominfo, 2020).

Ancaman-ancaman tersebut muncul sebagai konsekuensi logis dalam proses transmisi pesan keislaman. Konstruksi narasi dalam konten-konten keagamaan di dunia maya dapat berorientasi secara positif maupun negatif. Dengan kata lain, narasi intoleransi, radikalisme dan terorisme akan berhadapan dengan upaya penyebaran pesan-pesan moderasi Islam. Sebab, media sosial menjadi ruang terbuka untuk menyebarkan pesan keagamaan apapun, termasuk pesan-pesan moderasi Islam (Kosasih, 2019: 266). Representasi Islam dalam ruang mayantara dapat dilakukan dengan mengkonstruksi bahasa agama yang mempertautkan narasi, simbol dan *image* melalui proses imagologi yakni konvergensi dari rekayasa teks; dalam bentuk status, meme, simbol, grafis, dan lain sebagainya (Nasrullah & Rustandi, 2016: 120).

Informasi dan aktivitas transmisi pesan moderasi beragama dalam ruang mayantara menjadi signifikan, hal ini didasarkan pada potensi pasar pengguna internet yang berada dalam jumlah besar. We Are Social mencatat, sampai Januari 2020 pengguna internet aktif di dunia mencapai angka 4,5 Miliar orang, dengan jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 3,8 Miliar orang. Sementara itu, di Indonesia sendiri, dari total populasi penduduk 272 juta jiwa pada tahun 2020, penetrasi pengguna internet aktif mencapai angka 175 juta jiwa dan pengguna media sosial aktif sebanyak 160 juta jiwa (We Are Social, 2020). Dari total tersebut, penggunaan media

sosial lebih didominasi oleh generasi muda yang berusia antara 16-30 tahun (Fakhrurroji, Rustandi & Busro, 2020).

Sikap ekstremisme beragama yang mengarah pada pemahaman, narasi, perilaku dan tindakan intoleransi, radikalisme dan terorisme di ruang digital lebih banyak menysasar generasi muda. Potensi pengguna internet dan media sosial yang secara aktif didominasi oleh generasi muda di Indonesia menjadi peluang besar yang dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok keagamaan tertentu untuk mendiseminasikan pesan-pesan keagamaan yang destruktif, intoleran dan bertendensi memecah belah. Fenomena pengkotakan umat Islam salah satunya disebabkan karena diseminasi informasi dan aktivitas keagamaan yang bermuara pada produksi konten keagamaan berpotensi radikal terorisme. Oleh karenanya, generasi muda Indonesia menjadi target dan sasaran penyebaran pesan-pesan radikal terorisme ini.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada Januari 2021 mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia sampai tahun 2020 didominasi oleh generasi muda yang masuk kategori generasi milenial dan generasi Z. Dari total populasi penduduk sebanyak 270,20 juta jiwa, generasi Z yang berada pada rentang usia 8-23 tahun berjumlah 27,94 persen dari total populasi. Sementara generasi milenial yang berada pada rentang usia 24-39 tahun berjumlah 25,87 persen dari total populasi. Generasi X yang berada pada rentang usia 40-55 tahun berjumlah 21,88 persen. Sisanya, generasi baby boomer yang berusia antara 56-74 tahun berjumlah 11,56 persen dan generasi post-Z yang berusia sampai 7 tahun berjumlah 10,88 persen (BPS, 2021).

Data di atas menunjukkan tingkat signifikansi penggunaan internet dan media sosial yang didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z di Indonesia. Hal ini menjadi kekuatan sekaligus kelemahan, peluang sekaligus ancaman. Dimana, bonus demografi yang akan berlangsung sampai tahun 2030, apabila tidak dikelola dengan produktif, maka akan menyebabkan bencana demografi yang salah satunya diukur dari kemampuan dalam menjawan peluang dan ancaman *digital life* bagi generasi muda di Indonesia.

Oleh karena, dakwah digital berbasis moderasi beragama harus menjadi prioritas dalam kerangka membangun lanskap kehidupan keberagaman yang toleran, terbuka, kritis dan harmonis. Hal ini didasarkan pada beberapa gejala kemunculan ancaman dalam dimensi kehidupan beragama dalam ruang-ruang digital.

Kerangka pemikiran, pemahaman dan tindakan beragama yang moderat menjadi penting dilakukan dalam merepresentasikan nilai dan wajah Islam di *cyberspace*. hal ini dilakukan dalam rangka membangun kontra narasi dan aksi radikal terorisme virtual yang lebih banyak menargetkan generasi muda (milenial dan zilenial). Oleh karenanya, aktivitas transmisi pesan agama secara online harus disertai dengan literasi media digital yang menselaraskan antara nilai, substansi, narasi dan tindakan yang mengarah pada sikap moderasi beragama. Narasi dan aksi radikal terorisme pada ruang digital dapat disebabkan karena rendahnya tingkat literasi dan sikap kritis dalam menerima informasi keagamaan secara virtual. Hal ini tercermin dari banyaknya produksi pesan-pesan keagamaan yang menjejali *cyberspace* tanpa ada batasan. Dengan kata lain, ruang mayantara dapat diakses secara terbuka oleh siapapun, termasuk dalam memproduksi konten-konten keagamaan.

Platform media sosial youtube memiliki jumlah pengguna yang signifikan di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan Hootsuite dan We Are Social (2021), sampai Januari 2021 terdapat 107 juta potensi pengguna kanal youtube di Indonesia. Sementara itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa sepanjang tahun 2019-2020, sekitar 61 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan sering menggunakan Youtube untuk akses informasi dan hiburan. Dalam hal ini, penetrasi pengguna internet mengakses konten youtube dalam bentuk film (16,2 persen), musik (13,6 persen), olahraga (8,9 persen), kuliner (7,7 persen), tutorial games (7,1 persen), dunia entertainment (5,6 persen), ceramah keagamaan (5,3 persen), berita (4,7 persen), vlog artis terkenal (3,5 persen) dan pendidikan (2,5 persen).

Dari kedua data di atas, bisa dilihat potensi pengguna media sosial youtube yang sangat signifikan. Media sosial youtube menempati ranking tiga besar sebagai media sosial yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia. Hanya saja, dari sisi keteraksesan konten youtube, konten ceramah keagamaan dan pendidikan masih berada jumlah yang rendah. Konten ceramah keagamaan diakses hanya 5,3 persen dan berada pada urutan ketujuh, sedangkan konten pendidikan berada pada urutan kesepuluh dengan potensi pengakses sebesar 2,5 persen. Oleh karenanya, pemanfaatan media sosial youtube untuk aktivitas dakwah harus dilakukan secara optimal dengan memperbanyak produksi konten-konten keagamaan. Sehingga akan memperkuat narasi positif yang menjejalai ruang-ruang virtual. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa realitas virtual berimplikasi terhadap realitas sosial. Media sosial sebagai sebuah medium pesan dan domain publik dipandang mampu memengaruhi kondisi individu dan masyarakat. Dengan kata lain, kekuatan teknologi berimplikasi terhadap adanya perubahan-perubahan dalam kehidupan masyarakat (McLuhan, 1964).

Salah satu konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial youtube adalah tradisi sorogan. Fenomena tradisi sorogan yang disiarkan secara *live streaming* pada kanal-kanal media sosial menjadi perhatian para penulis buku ini dalam kerangka menganalisis model dakwah digital berbasis moderasi beragama. Apalagi, tradisi sorogan ini dilakukan untuk menarik perhatian generasi muda yang menjadi pengguna dominan media sosial. Pesan-pesan moderasi beragama yang disampaikan secara virtual akan mudah disampaikan apabila *setting* pesan diproduksi dengan memperhatikan karakteristik pengguna media sosial. Dalam hal ini, tradisi sorogan yang menjadi ciri khas lembaga pendidikan Islam seperti pondok pesantren dapat didiseminasikan secara luas termasuk bagi generasi muda yang tidak 'mondok' atau bukan dari kalangan santri. Dimana, tradisi sorogan yang disampaikan dengan *setting* produksi media sosial dapat menjadi alternatif bagi generasi muda yang memiliki kebutuhan terhadap pengetahuan ajaran

Islam. melalui tradisi sorogan *live streaming* ini dapat menguatkan nilai, narasi dan perilaku moderasi beragama yang bermuara pada keterbukaan, sikap kritis dan keharmonisan dalam ruang lingkup kehidupan keumatan dan kebangsaan.

Beberapa tradisi sorogan *live streaming* yang rutin dilakukan adalah: *pertama*, ‘Ngaji Ahlusunnah’ bersama Gus Baha. Melalui kanal Youtube “Ngaji Ahlusunnah”, Gus Baha rutin menyampaikan syiar Islam melalui metode sorogan ngaji Kitab Kuning. Sampai Februari 2021, jumlah pelanggan pada kanal Youtube tersebut mencapai angka 125 ribu *subscribers*. Gus Baha memiliki kredibilitas sebagai salah seorang ulama dari kalangan Nahdiyyan yang memiliki kecakapan dan kualifikasi keilmuan “santri”. Di samping itu, Gus Baha dipandang mampu mengkombinasikan tradisi pesantren melalui metode dakwah virtual. Celotehan yang intelek dan pembawaanya yang santai, terbuka dan kritis menjadi daya tarik bagi sebagian pengguna media sosial untuk menjadikan syiar Islamnya sebagai salah satu rujukan dalam memahami ajaran Islam.

Kedua, Kanal Youtube Ulil Abshar Abdalla yang memiliki kurang lebih 10,9 ribu *subscribers*, dengan jumlah produksi konten sampai Februari 2021 sebanyak 424 video. Salah satu konten sorogan ngaji kitab yang menjadi sorotan para penulis dalam buku ini adalah konten “Ngaji Ihya Ulumiddin” yang dipandu langsung oleh Ulil Abshar Abdalla yang sudah sampai episode #257. Sebagaimana diketahui, Ulil Abshar Abdallah adalah seorang intelektual muda NU yang mulai disoroti dengan pemikirannya sejak ia mendirikan Jaringan Islam Liberal (JIL) bersama intelektual muda NU lainnya. saat itu, gerakannya dipandang kontroversi oleh sebagian besar masyarakat muslim di Indonesia karena dipandang melakukan dekonstruksi terhadap cara pandang beragama yang dilakukan oleh kalangan muslim Indonesia pada umumnya. Sejak tiga tahun silam, pada 2017, Ulil Abshar Abdallah mulai memposting kajian kitab kuning dalam program “Ngaji Ihya Ulumiddin” di kanal Youtubanya. Spertinya para penulis buku ini telah menilai, kanal youtubanya menjadi salah satu rujukan

bagaimana tradisi sorogan kitab kuning dilakukan melalui platform media sosial populer seperti Youtube, sehingga tradisi ngaji tetap dilakukan dengan model dakwah digital.

Ketiga, Kanal Youtube Al-Bahjah TV yang diasuh oleh KH. Yahya Zainul Ma'arif Jamzuri atau yang dikenal dengan sebutan Buya Yahya. Kanal Youtube ini sudah memiliki 3,19 juta *subscribers* dengan produksi konten dakwah sebanyak 10 ribu video. Secara rutin Buya Yahya menyampaikan kajian kitab kuning yang menggambarkan tradisi sorogan. Beberapa kajian kitab kuning yang disampaikan antara lain, Dauroh Ilmiah Kitab Al-Wasith Lifahmi Kitabillahi Al-Muhith, Kitab Riyadush Sholihin, Kajian Kitab Bidayatul Nihayah, Kitab Khoridatul Bahiyah, Kajian Kitab Adabul Alim Wa Mutaa'lim, Kajian Kitab Aqidatul Awam, Kajian Kitab Safinatun Najah, dan lain sebagainya. Kajian kitab kuning yang dilakukan oleh Buya Yahya melalui kanal youtube Al-Bahjah TV tersebut mengulas berbagai problematika keummatan baik berkaitan dengan aqidah, syariah, muamalah, akhlak dan ibadah. Selain itu, tinjauan-tinjauan kajian dilakukan baik dalam konteks kajian kontemporer maupun tinjauan fiqhiyyah.

Ketiga tradisi sorogan kitab kuning yang dilakukan secara *live streaming* oleh ketiga ulama di atas memiliki daya tarik di tengah percaturan arus informasi di media sosial. Baik Gus Bahas, Ulil Abshar Abdallah dan Buya Yahya, ketiganya dibesarkan dalam tradisi kepesantrenan yang kuat. Apalagi ketiganya sama-sama berasal dari tradisi pesantren Nahdlatul Ulama. Kajian kitab kuning yang dilakukan oleh ketiganya memiliki karakteristik berbeda. Para penulis telah apik menilai bahwa kajian kitab Gus Baha menampilkan cara pandang moderat, Ulil Abshar Abdallah memiliki cara pandang pluralis, sedangkan Buya Yahya dengan cara pandang yang fundamental-rasional. Ketiganya merepresentasikan perpaduan model dakwah dengan metode sorogan kitab yang disampaikan melalui medium digital. Oleh karenanya, penulis tertarik menjadikan metode dakwah dengan tradisi sorogan dari ketiganya sebagai *rolemodel* dakwah digital berbasis moderasi beragama di ruang-ruang virtual. Diharapkan melalui penelitian

tentang kajian tradisi sorogan ngaji kitab kuning dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif dalam menguatkan pesan-pesan dan menemukan model dakwah digital berbasis moderasi Islam secara virtual. Adapun beberapa alasan yang mendasari penelitian ini antara lain:

Pertama, digitalisasi pesan keislaman yang berkembang di masa pandemic covid-19 memungkinkan cara baru dalam mensubstitusi transmisi pesan Islam dari konvensional ke dalam ruang-ruang digital. Hal ini dilakukan dalam berbagai variasi bentuk dakwah digital. Misalnya, melalui kajian *live streaming*, produksi konten dakwah berbasis meme, video dan animasi, produksi narasi Islam melalui situs-situs keislaman, serta telekonferensi Islam secara virtual dengan memanfaatkan aplikasi *online meeting* seperti zoom, Gmeet, Webex, dan lain sebagainya.

Kedua, produksi pesan keislaman di *cyberspace* tidak hanya berorientasi secara produktif dan positif saja, tetapi juga menghadirkan ancaman secara digital melalui kemunculan pesan-pesan keislaman yang destruktif. Sehingga, wacana keagamaan seringkali dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu yang bermuara pada perilaku intoleransi, radikalisme, ekstremisme dan terorisme atas nama agama. Oleh karenanya, produksi pesan-pesan moderasi beragama menjadi penting dihadirkan untuk menampilkan citra Islam sebagai agama universal (*rahmatan lil alamin*).

Ketiga, dominasi pengguna internet dan media sosial aktif di Indonesia berasal dari kalangan generasi muda, terutama generasi milenial dan generasi Z. Tingkat intimasi generasi muda dan perangkat digital tidak berbanding lurus dengan status literasi media digital. Sehingga, seringkali generasi milenial dan generasi Z menjadi sasaran empuk dalam menyampaikan pemahaman agama yang ekstremis dan fanatis. Pada akhirnya, generasi milenial menjadi target utama dalam mengideologisasi doktrin-doktrin ajaran agama yang mengarah pada perilaku intoleran.

Keempat, keterbukaan akses informasi dan aktivitas keagamaan di media sosial sangat signifikan. Media sosial menjadi *public domain* yang dapat digunakan oleh siapapun untuk

kepentingan apapun. Keteraksesan ini akan mengarah pada upaya 'pengkotakan' dan disintegrasi bangsa apabila bertemu dengan momentum politik. Gejala-gejala perpecahan kebangsaan dikuatkan dengan persebaran informasi keagamaan yang bernada hoaks, *hatespeech* dan radikal terorisme.

Kelima, tingkat literasi media dan pemahaman agama generasi muda yang masih rendah menjadi celah diseminasi informasi yang bertendensi kepada perilaku intoleran. Hal ini merujuk pada status literasi digital Indonesia yang masih berada pada poin 3,7 (Kemkominfo, 2020). Kebutuhan generasi muda terhadap ajaran agama tidak berbanding lurus dengan pola pikir dan sikap kritis, sehingga cenderung mudah menerima informasi keagamaan apapun. Pada akhirnya, filter informasi ini tidak berjalan dan menimbulkan perilaku-perilaku destruktif baik pada tingkat individu, antar-individu, maupun pada tingkatan komunitas.

Keenam, masih belum terpetakannya model-model dakwah digital yang dapat menguatkan moderasi beragama bagi generasi milenial. Aktivitas transmisi dan telekonferensi Islam digital berkembang dengan pesat, namun belum mampu menemukan model dakwah digital yang berorientasi pada pemahaman keagamaan secara moderat dan kritis. Oleh karenanya, penelitian yang bertujuan memetakan model dakwah digital berbasis moderasi beragama menjadi penting dilakukan sebagai upaya menjawab ancaman digital dalam lanskap kehidupan beragama.

Moderasi Beragama dan Dakwah Digital (Relevansi Kajian Sebelumnya)

“*Study the past if you would define the future*”
---Confucius---

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian tentang moderasi beragama dan dakwah digital, antara lain:

Pertama, riset Ali Nurdin dan Maulidatus Syahrotin Naqiyyah (2019) yang mengkaji mengenai model moderasi beragama berbasis pesantren salaf. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Salaf Al-Anwar, Rembang, Jawa Tengah. Disimpulkan bahwa internalisasi pesan-pesan moderasi beragama dilakukan melalui perumusan dan implementasi kurikulum pesantren yang didasarkan pada kajian kitab klasik (turats). Figuritas Kiai di pesantren menjadi media efektif dalam mentransmisikan pesan moderasi beragama baik bagi kalangan santri maupun masyarakat di sekitarnya. Selain itu, implementasi moderasi beragama ini tergambar melalui sikap dan perilaku hidup santri yang tidak memisahkan antara agama dan negara.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada subjeknya yang berkaitan dengan moderasi beragama. Sekalipun perbedaannya terletak pada pendekatan dan objek penelitian. Dimana penelitian Ali Nurdin dan Naqiyyah lebih dititikberatkan pada aspek institusional (pesantren salaf), sementara buku ini difokuskan pada aspek individual (generasi milenial) yang menjadi *subscriber* kanal youtube Gus Baha, Ulil Absar dan Buya Yahya.

Kedua, riset Elma Haryani (2019) yang mengkaji tentang pendidikan moderasi beragama untuk generasi milenial. Riset ini mengambil studi kasus pada kejadian penyerangan oleh anak muda pada pastor yang sedang menyampaikan khutbah di Gereja Santo Joseph Medan. Disimpulkan bahwa pendidikan keluarga menjadi

basis penguatan ketahanan agama dan internalisasi moderasi beragama bagi generasi milenial. Selain itu, riset ini menemukan bahwa kecenderungan perilaku intoleransi dan radikal terorisme di kalangan generasi muda dimotivasi oleh pesan-pesan agama bertendensi radikal terorisme yang didapatkan di medium internet.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini, berkaitan dengan pendidikan moderasi generasi milenial. Perbedaannya terletak pada pendekatan kajian yang menggunakan metode *case study* dengan menganalisis tragedi penyerangan pastor di Gereja Santo Joseph Medan yang dilakukan oleh anak muda berkategori generasi milenial. Sementara buku ini menggunakan pendekatan etnografi virtual untuk merekam struktur komunikasi visual dan interaksi simbolik generasi milenial yang mengikuti pengajian dengan model sorogan secara *streaming* di kanal youtube.

Ketiga, riset Engkos Kosasih (2019) yang mengkaji tentang pentingnya literasi media dalam upaya pemasyarakatan sikap moderasi beragama. Riset didasarkan pada fakta sosial-budaya yang menunjukkan adanya kecenderungan media sosial di sebagian besar masyarakat Indonesia tanpa memperhatikan sikap kritis dalam proses penerimaan pesan. Media sosial menjadi ruang terbuka untuk penyebaran pesan apapun, termasuk pesan keagamaan yang memiliki tendensi destruktif. Melalui penelitian ini didapatkan bahwa sikap *wasathiyah* menjadi sebuah keniscayaan yang dapat memfilter (memilih dan memilah) berbagai pesan keagamaan yang bersebaran di ruang digital.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada penetapan objeknya yang menganalisis media sosial sebagai ruang penguatan literasi moderasi beragama. Sekalipun penelitian Engkos Kosasih lebih umum dengan mengkaji beberapa platform media sosial populer di Indonesia. Sementara buku ini difokuskan pada platform media sosial youtube yang digunakan sebagai model dakwah digital tradisi sorogan dalam upaya memperkuat nilai dan sikap moderasi beragama bagi generasi milenial.

Keempat, riset Ari Wibowo (2019) mengenai kampanye moderasi beragama di facebook. Penelitian difokuskan pada upaya menggali strategi dan bentuk pesan-pesan moderasi beragama yang terdapat di media sosial facebook. Berdasarkan data, facebook menjadi media sosial populer yang banyak digunakan oleh pengguna aktif di Indonesia. Setidaknya, penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa terdapat kecenderungan masifikasi gerakan radikalisme di kalangan anak muda, potensi konflik yang disebabkan karena isu SARA dan pentingnya penguatan moderasi beragama berbasis media sosial. Disimpulkan bahwa bentuk pesan moderasi beragama di media sosial bersifat ideologically-oriented (berorientasi pada perubahan sikap, perilaku dan pandangan publik). Kedua, strategi pesan kampanye moderasi beragama di media sosial harus informatif dan persuasive, salah satunya dengan mempertautkan antara teks, simbol dan *image*.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada diseminasi informasi moderasi beragama melalui platform media sosial. Perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian yang menggunakan metode *library research* dan platform media sosial facebook. Sementara buku ini menggunakan pendekatan studi etnografi virtual dan memilih platform media sosial youtube untuk menganalisis kampanye literasi moderasi beragama di ruang virtual.

Kelima, riset Mohamad Fahri dan Ahmad Zainuri (2019) yang menggali tentang moderasi beragama di Indonesia. Disimpulkan bahwa ancaman moderasi beragama harus diantisipasi dengan pendidikan Islam yang moderat dan inklusif. Moderasi beragama dapat ditunjukkan melalui sikap *tawazun* (berkeseimbangan), *i'tidal* (lurus dan tegas), *tasamuh* (toleransi), *musawab* (egaliter), *syura* (musyawarah), *ishlah* (reformasi), *aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), *tathawwur wa ibtikar* (dinamis dan inovatif).

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada pemilihan topik penelitian mengenai moderasi beragama. Penelitian ini memberikan sumbangsih konseptual mengenai keterkaitan pendidikan Islam dan implementasi sikap

moderasi beragama bagi generasi muda. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan subjeknya. Dimana buku ini mencoba memetakan tradisi sorogan virtual melalui platform media sosial youtube sebagai sebuah model dakwah digital dalam mentransmisikan nilai-nilai moderasi beragama.

Keenam, riset Khalil Nurul Islam (2020) yang menganalisis tentang tinjauan revolusi mental dalam perspektif Al-qur'an sebagai fondasi dalam penguatan moderasi beragama di tengah pluralitas bangsa. Disimpulkan bahwa revolusi mental bisa dijadikan sebagai fondasi moderasi beragama. Moderasi beragama erat kaitannya dengan sikap bijak terhadap pluralitas agama. Gerakan revolusi mental dapat dijadikan sebagai media dalam internalisasi nilai-nilai moderasi beragama yang berdampak pada adanya perilaku toleran.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada topik kajian mengenai moderasi beragama. Perbedaannya pada pendekatan penelitian yang menggali konsep moderasi beragama dalam perspektif al-Qur'an. Selain itu, penelitian ini dikaitkan dengan strategi revolusi mental sebagai platform strategis penanaman karakter moderasi beragama di masyarakat. Perbedaannya terletak pada subjek, objek dan metode kajiannya. Dimana buku ini berupaya menganalisis fenomena dakwah digital yang mengarah pada diseminasi sikap moderasi beragama dalam ruang virtual, terutama melalui media sosial youtube.

Ketujuh, riset Abdul Syatar, Muhammad Majdy Amiruddin dan Arif Rahman (2020) yang mengkaji tentang darurat moderasi agama di Indonesia selama masa pandemi covid-19. Penelitian ini didasarkan pada fakta-fakta sosial yang muncul di masa pandemic terutama berkaitan dengan aspek ritualistik ibadah, misalnya himbuan melaksanakan shalat di rumah, menjaga jarak saat shalat berjamaah dan larangan berkerumun dalam proses pelaksanaan kajian-kajian keislaman. Fakta-fakta ini menjadi dasar penelitian yang bermuara pada upaya penguatan pemahaman moderasi

beragama di masa pandemi yang didasarkan pada pertimbangan aspek kemashlahatan keummatan.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada isu moderasi beragama yang menjadi gejala di masyarakat. Penelitian diarahkan pada analisis terhadap gejala-gejala darurat moderasi beragama pada masa pandemi covid-19. Selain itu, buku ini mengkaji fenomena yang bermunculan di ruang virtual. Perbedaannya terletak pada pendekatannya, dimana buku ini menggunakan pendekatan studi etnografi virtual dalam menganalisis fenomena moderasi beragama bagi generasi muda.

Kedelapan, riset Zainal Abidin Achmad (2019) yang mengkaji tentang integrasi program dakwah dan budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi etnografi virtual untuk menganalisis pola medimorfosis radio Nada FM di Sumenep Madura. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pola mediamorfosis dilakukan melalui *streaming, facebook, twitter, Instagram, dan whatsapp* yang bertujuan untuk memperkuat keyakinan sekaligus mempertahankan budaya Madura. Selain itu, keterhubungan di antara pendengar melahirkan struktur komunikasi yang bersifat terbuka, akrab dan setara. Ekspresi simbolik dalam struktur interaksional komunitas lebih banyak dilakukan melalui media *whatsapp*.

Persamaan hasil penelitian di atas dengan kajian buku ini terletak pada pendekatan kajian yang menggunakan studi etnografi virtual dalam menganalisis program dakwah. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek kajian. Dimana buku ini memilih subjek kajiannya mengenai dakwah digital berbasis moderasi beragama dan objeknya memilih platform media sosial youtube yang menyiarkan konten keagamaan tentang tradisi sorogan. Sedangkan penelitian Zainal Abidin mengambil subjek dan objek penelitian tentang program dakwah dan budaya di platform media radio.

Kajian buku ini difokuskan pada upaya pemetaan model dakwah digital berbasis moderasi beragama yang berlangsung di media sosial. Buku ini lebih diarahkan pada dua unit analisis yakni struktur komunikasi visual yang meliputi desain produksi,

kategorisasi dan pola diseminasi pesan tentang moderasi beragama pada kanal youtube “Ngaji Ahlusunnah” Gus Baha, Ulil Abshar Abdalla dan “Al-Bahjah TV” Buya Yahya. Serta bentuk-bentuk interaksional yang diekspresikan melalui berbagai simbol, *image*, grafis dan visualisasi tentang penerimaan, pemahaman dan pengalaman dari nilai-nilai moderasi beragama yang didiseminasikan melalui kanal youtube di kalangan generasi milenial, khususnya yang menjadi *subscriber* pada kanal youtube “Ngaji Ahlusunnah” Gus Baha, Ulil Abshar Abdalla dan “Al-Bahjah TV” Buya Yahya.

Pengertian Moderasi Beragama

“Religion is best understood as it responds to the human need for theodicy and soteriology”

---Max Weber---

Konsep moderasi beragama dirumuskan sebagai upaya aktualisasi doktrin Islam sebagai agama universal. Hal ini merujuk pada konsep *rahmatan lil alamin* yang menjadi rujukan dalam menampilkan nilai, spirit dan ajaran Islam di berbagai dimensi kehidupan. Moderasi adalah suatu kebijakan yang membantu mengembangkan harmoni sosial yang membantu mengembangkan urusan pribadi, keluarga, dan masyarakat agar hubungan antara seseorang dengan orang lain bisa lebih luas (Kosasih, 2019).

Secara etimologis, kata moderasi berasal dari bahasa latin *moderatio* yang berarti ke-sedang-an (tidak berlebihan dan tidak kekurangan). Penggunaan kata moderasi dapat juga diartikan sebagai sebuah sikap menahan atau penguasaan diri dari sikap kelebihan dan kekurangan (Kemenag RI, 2019). Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan moderasi sebagai pengurangan kekerasan dan penghindaran keekstreman. Hal ini berarti sikap yang menampilkan sebuah kewajaran, tidak berlebihan dan tidak ekstrem (KBBI, 2021).

Webster Dictionary mendefinisikan kata moderasi dalam bahasa Inggris sebagai *moderation* yang berarti *The act of moderating, or of imposing due restraint; The state or quality of being mmoderate; Calmness of mind; equanimity*. Kata moderasi dalam bahasa Inggris berkaitan dengan kata *abnegation* (penghindaran), *boundary* (batas-batas), *compromise* (kompromi), *average* (rata-rata), *core* (inti), *standard* (baku), *mmoderatedness* (kesederhanaan/kewajaran), dan lain sebagainya (Webster Dictionary, 2021).

Sementara itu, dalam bahasa Arab kata moderasi diartikan sebagai *al-wasathiyah* yang berasal dari kata *wasath* (Faiqah & Pransiska, 2019; Rozi, 2019). Menurut Al-Asfahany

mendefinisikan *wasathun* sebagai *sama'un* yang berarti tengah-tengah, diantara dua batas, atau dengan keadilan, yang tengah-tengan atau yang standar atau yang biasa-biasa saja. *Wasathan* juga bermakna menjaga dari bersikap tanpa kompromi bahkan meninggalkan garis kebenaran agama (Al-Asfahani, 2009).

Dari beberapa definisi etimologis moderasi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa moderasi merupakan suatu sikap yang menampilkan sebuah kewajaran, kesederhanaan, pengendalian diri, ketenangan, keseimbangan dan sesuai dengan standar yang bermuara pada keadilan. Moderasi ditampilkan ke dalam sikap yang sesuai batasan, tidak berlebihan dan tidak pula kekurangan. Sikap ini mengarah pada inti (*core*) sumbu kehidupan yang menunjukkan keseimbangan, keadilan, dan toleransi dalam menyikapi berbagai perbedaan dalam realitas kehidupan.

Secara terminologis, moderasi beragama dapat dipahami sebagai cara pandang, sikap, dan perilaku selalu mengambil posisi di tengah-tengah, selalu bertindak adil, dan tidak ekstrem dalam beragama (Kemenag RI, 2019). Moderasi beragama adalah sebuah pandangan atau sikap yang selalu berusaha mengambil posisi tengah dari dua sikap yang berseberangan dan berlebihan sehingga salah satu dari kedua sikap yang dimaksud tidak mendominasi dalam pikiran dan sikap seseorang (Julia, 2020).

Dalam Islam, konsep moderasi memiliki padanan dengan istilah *wasath*. Istilah *wasathiyah* ini pada awalnya dipopulerkan oleh Yusuf Al-Qardhawy. Dalam pandangannya, *wasathiyah* berarti sikap atau pola berpikir yang seimbang dalam berbagai dimensi kehidupan, baik yang berkaitan dengan aspek ibadah maupun muamalah, urusan duniawi maupun ukhrawi. Keharusan mengembangkan nilai *wasathiyah* ini termaktub dalam Qs. Al-baqarah ayat 143. *Wasathiyah* berarti “tengah-tengah di antara dua batas, atau dengan keadilan, yang tengah-tengah atau yang standar atau yang biasa-biasa saja”. Sikap *wasathiyah* bisa terwujud apabila terbangun kesadaran dalam pikiran dan keadilan dalam tindakan mengenai empat unsur pokok, yaitu kejujuran, keterbukaan, kasih sayang dan keluwesan (Musaffa, 2018).

Moderasi beragama merupakan pandangan moderat terhadap keberagaman sebagai cara untuk mengakomodasi beranekaragamnya agama yang ada di Indonesia (Busyro, Aditya & Adlan, 2019). Konsep *wasathiyah*, yang memiliki padanan makna dengan kata *tawassuth* (tengah-tengah), *i'tidal* (adil), dan *tawazun* (berimbang), *tasamuh* (toleransi), *musawab* (egaliter), *syura* (musyawarah), *ishlah* (reformasi), *aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), *tathanmur wa ibtikar* (dinamis dan inovatif) (Sutrisno, 2019; Fahri & Zainuri, 2019).

Setidaknya terdapat empat wilayah pembahasan dalam moderasi beragama, yakni moderat dalam persoalan aqidah, moderat dalam persoalan ibadah, moderat dalam persoalan perangai, budi pekerti atau akhlak, dan moderat dalam persoalan *tasyri* (syariat) (yasid, 2010). Keempat wilayah pembahasan ini dikembangkan ke dalam sebuah ekspresi atau sikap beragama yang toleran dan damai dalam melawan narasi keberagaman yang bersifat konservatif-radikal, fanatisme, ektremisme dan mengarah pada tindakan terorisme. Sehingga, moderasi beragama menjadi kunci terwujudnya ekosistem toleransi dan kerukunan umat beragama baik secara internal maupun eksternal di tingkat lokal, nasional, dan global.

Moderasi beragama dikembangkan sebagai respon terhadap kondisi sosiologis masyarakat Indonesia yang bersifat multikultural. Multikulturalisme ini ditampilkan dalam berbagai realitas sosial yang multi etnik, multi bahasa, multi agama dan lain sebagainya. Multikulturalisme menunjukkan heterogenitas sekaligus plularitas masyarakat Indonesia yang memiliki perbedaan latar belakang kehidupan secara sosial, ekonomi, budaya, agama, dan bahkan politik.

Sikap moderasi beragama mendorong upaya perwujudan keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat. Sikap moderasi beragama ditampilkan dengan adanya *tawassuth* (tengah-tengah), *tawazun* (berimbang), dan *taadul* (keadilan). Dalam hal ini, moderasi beragama bermuara pada adanya cara pandang, sikap dan

pemahaman keagamaan yang tidak berlebihan, fanatisme, dan ekstremisme di tengah pluralitas kebangsaan.

Moderasi beragama menunjukkan sikap seimbang antara pengalaman beragama pribadi (eksklusif) dan penghormatan terhadap praktik beragama orang lain (inklusif) (Kemenag RI, 2019). Moderasi beragama menjadi sikap keseimbangan yang didasarkan pada nilai-nilai dan pembiasaan sikap toleran untuk mewujudkan kerukunan dan keadilan sosial. Karenanya, moderasi beragama mengapresiasi unsur ketuhanan dan kemanusiaan, mengkombinasikan unsur materialisme dan spiritualisme, menggabungkan wahyu dan akal serta mengakomodir kepentingan kolektif dan individual (Almu'tasim, 2019).

Pengembangan ini dilakukan melalui berbagai upaya secara terbuka dan seimbang melalui dialog publik yang produktif di antara umat beragama, membangun habitus kesetaraan di antara sesama, proses penghormatan dan menghargai perbedaan, serta penguatan forum-forum kerjasama antar umat beragama dalam isu-isu kemanusiaan yang bersifat global. Upaya-upaya ini dilakukan dan dikembangkan untuk memperluas tren positif dan memelihara perdaban manusia demi terciptanya perdamaian di antara manusia. Moderasi beragama diibaratkan sebagai sebuah jembatan yang menghubungkan realitas masyarakat Indonesia yang plural dan multikultural (Nasution, 2020).

Pilar-Pilar Moderasi Beragama

“All religions are designed to teach us how to live, joyfully, serenely, and kindly, in the midst of suffering”

---Karen Armstrong---

Moderasi beragama mengakomodir unsur jasmaniah dan rohaniah, keseimbangan wahyu dan akal, pemenuhan hak dan kewajiban, pemahaman antara teks agama dan ijtihad tokoh agama, kombinasi gagasan ideal dan kenyataan, perwujudan unsur ketuhanan dan kemanusiaan, dan keseimbangan antara peradaban masa lampau dan masa depan (Kemenag RI, 2019). Karenanya, fondasi moderasi beragama meliputi keseimbangan dan keadilan.

Keseimbangan adalah sikap kewajaran yang menampilkan cara pandang, sikap, dan komitmen untuk berpihak pada keadilan, kemanusiaan, dan persamaan. Keseimbangan adalah sikap positif yang harus dikembangkan dalam pemenuhan kepentingan yang bersifat jasmani dan rohani, duniawi dan ukhrawi. Dalam hal ini, keseimbangan akan muncul pada saat manusia memiliki rasa egaliter, ketegasan, kewajaran, kesederhanaan, dan tidak berlebihan.

Sementara keadilan dapat diartikan sebagai tidak berat sebelah, berpihak pada kebenaran, dan tidak sewenang-wenang. Dalam keadilan terdapat persamaan dan/atau kesetaraan. Keadilan mengantarkan pada sikap seimbang dan universalitas kehidupan. Keadilan merupakan ajaran luhur agama yang berorientasi pada pemenuhan hajat hidup dan kesejahteraan orang banyak (Siregar, 2020). Keadilan berkaitan dengan upaya perwujudan kebaikan yang berlaku tidak hanya bagi satu pihak saja, tetapi juga untuk semua pihak sehingga merasa terpuaskan. Karenanya, keadilan menjadi pilar moderasi beragama yang dipandang dapat menentukan proses aktualisasi nilai-nilai moderasi ini.

Prinsip keseimbangan (*balance*) dan keadilan (*justice*) dalam moderasi beragama (*wasathiyah*) berarti bahwa dalam beragama seseorang tidak boleh esktrm dalam pandangannya (Kamali, 2015, dalam Kemenag RI, 2019). Dalam hal ini, moderasi beragama diwujudkan dalam sikap mencari titik temu dalam berbagai perbedaan yang ada baik secara internal umat beragama maupun secara eskternal antar umat beragama.

Untuk mewujudkan sikap keseimbangan dan keadilan ini, dibutuhkan kebijaksanaan, ketulusan dan keberanian, sehingga bermuara pada keterbukaan sikap, tidak mengisolir diri, dan menerima pandangan lainnya. Sikap eksklusif muncul disebabkan tidak adanya keterbukaan diri, kurang memiliki pengetahuan yang komprehensif, dan tidak mau bergaul dan beradaptasi dengan yang lainnya. Sehingga, sikap ini menyebabkan dirinya mengisolir diri, eksklusif, dan bahkan ekstrem dalam memahami dan mengamalkan sebuah ajaran agama.

Sikap moderasi dapat ditinjau melalui fakta sejarah yang pernah dilakukan oleh Rasulullah Saw. Piagam Madinah menjadi bukti sejarah yang menampilkan sikap moderasi beragama yang dilakukan oleh Rasulullah Saw. Di dalamnya terkandung berbagai nilai penghormatan terhadap manusia dan perbedaan keberagamaan. Piagam Madinah menjadi konsensus bersama dalam membangun toleransi dan kerukunan umat beragama (Baihaqi, 2018). Piagama Madinah merupakan teladan dalam merumuskan metode dakwah berbasis pada perundingan damai. Di dalamnya terkandung nilai universalitas, humanitas, dan transendensi yang memperkuat dimensi ketuhanan (*ilahiyyah*) sekaligus dimensi kemanusiaannya (*insaniyyah*) (Rustandi & Sahidin, 2019).

Implementasi nilai dan sikap moderasi beragama dapat diwujudkan dalam beberapa aspek kehidupan. Dalam bidang agama misalnya, wilayah kajian ini meliputi aktualisasi moderasi beragama dalam aspek aqidah, ibadah, akhlak, dan syariat. Moderasi beragama dilakukan melalui aktualisasi nilai-nilai universal seperti keadilan, keseimbangan, kerahmatan, dan

persamaan. Nilai-nilai universal ini memiliki akar historis yang kuat sebagaimana digambarkan melalui keteladanan nabi dan para sahabat (Darlis, 2017).

Selain itu, indikasi pelaksanaan moderasi beragama dalam aktivitas keberagamaan dapat dilihat dari tiga ciri utama, yakni tidak menggunakan kekerasan dalam syiar agama, akomodatif terhadap perbedaan pandangan, dan terbuka dengan berbagai gagasan dan/atau pemikiran baru sebagai konsekuensi adanya perubahan (Fauzi, 2018). Dalam hal ini, moderasi beragama bermuara pada pemahaman agama yang komprehensif, di mana ada keberimbangan antara teks dan ijtihad. Moderasi beragama membuka gerbang keharmonisan kehidupan yang didasarkan pada adanya persamaan, keadilan, dan toleransi dalam melaksanakan kehidupan beragama (Yusuf, 2019).

Adapun pilar moderasi beragama dalam pandangan Quraish Shihab terdiri dari keadilan, keseimbangan, dan toleransi (Zamimah, 2018). *Pertama*, pilar keadilan. Adil dimaknai sebagai sikap yang menempatkan sesuatu berdasarkan tempatnya. Adil adalah moderasi yang “tidak mengurangi tidak juga melebihi”. Menurut Quraish Shihab (2017), kata adil dapat diartikan ke dalam empat definisi, yakni adil berarti sama, persamaan dalam hak; adil berarti keseimbangan, keseimbangan berdasarkan fungsi dan proporsi; adil berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya, adanya perhatian terhadap hak-hak individu dan upaya pemenuhannya; dan adil yang dinisbatkan kepada *Ilahi*, memelihara kewajaran dan kesederhanaan, tidak berlebihan dan tidak kekurangan.

Kedua, pilar keseimbangan. Keseimbangan adalah menjadi prinsip yang pokok dalam *wasathiyah*. Karena tanpa adanya keseimbangan tak dapat terwujud keadilan. Keseimbangan berarti adanya perbedaan yang mengarah pada persamaan tujuan. Menurut Quraish Shihab, keseimbangan tidak mengharuskan adanya persamaan syarat dan kadar untuk semua, tetapi persamaan berdasarkan fungsi dan proporsinya. Keseimbangan mengindikasikan adanya keteraturan dalam sebuah sistem.

Keseimbangan inilah yang memperkuat tujuan bersama dalam mewujudkan keadilan yang diinginkan.

Ketiga, pilar toleransi. Sikap toleran didasarkan pada tindakan yang menunjukkan batas ukur untuk penambahan atau pengurangan yang masih bisa diterima. Toleransi menunjukkan sikap penyimpangan yang diperbolehkan. Toleransi berarti adanya penghargaan terhadap perbedaan sebagai upaya mewujudkan keharmonisan di antara keberagaman. Toleransi adalah sikap yang menunjukkan adanya penghargaan terhadap pluralitas dan multikulturalitas kemanusiaan (Fahri & Zainuri, 2019).

Dalam konteks pemikiran Islam di Indonesia, moderasi beragama memiliki lima karakteristik utama: a) ideologi non-kekerasan dalam mendakwahkan Islam; b) mengadopsi pola kehidupan modern berikut dengan derivasinya seperti sains dan teknologi, HAM, demokrasi, dan lain sebagainya; c) penggunaan pendekatan rasional dalam memahami ajaran agama; d) menggunakan pendekatan kontekstual dalam memahami sumber-sumber ajaran Islam; e) penggunaan ijtihad dalam menetapkan hukum Islam (Hilmy, 2012). kelima karakteristik ini berorientasi pada perwujudan sikap toleransi, harmoni, dan kerjasama dalam mewujudkan keseimbangan dan keadilan di tengah perbedaan yang bersifat plural dan multikultural.

Moderasi Beragama di Ruang Virtual

“Synthetic worlds, or virtual worlds, are persistent online 3D spaces that replicate many of the features of the real world”

---Emil Kaburuan---

“She could be anybody and she could pretend to be whomever she wants to be. With social media and internet communications, everything is virtual. Social media is full of fake and sick people deceiving each other and fantasizing to be something they are not”

--- Stevan V. Nikolic---

Era disrupsi ditandai dengan adanya banjir informasi yang berada di ruang virtual. Hal ini diawali dengan semakin meningkatnya penetrasi pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data Hootsuite dan We Are Social (2021), pada Januari 2021 terdapat 202 juta jiwa pengguna internet di Indonesia dan 170 juta jiwa pengguna aktif media sosial. Dengan total jumlah pengguna tersebut, memungkinkan berbagai potensi sekaligus ancaman digital yang terjadi di Indonesia.

Industrialisasi digital mengantarkan pada adanya transformasi kehidupan menjadi serba digital (*digital life*). Hal ini terjadi dalam berbagai aspek kehidupan dan aktivitas keseharian manusia (*everyday life*). Karenanya, teknologi digital menawarkan cara-cara baru dalam membangun relasi dan interaksi manusia. Proses relasi dan interaksi ini terjadi melalui sebuah ruang virtual yang membentuk sebuah komunitas virtual berdasarkan kerja jaringan dengan adanya koneksi internet. Karenanya, era digitalisasi mensyaratkan adanya *connectivity* dan *interactivity* (Nasrullah, 2015).

Relasi virtual yang berlangsung di dalam ruang virtual ini terjadi pada tiga tingkatan. Yakni, *Pertama*, pada tingkat individu yang berpengaruh terhadap identitas diri; *Kedua*, pada tingkat antar-individu yang melahirkan relasi virtual seperti *virtual shopping*, *virtual game*, *virtual conference*, *virtual sex* dan *virtual mosque*; dan *Ketiga*,

pada tingkat komunitas yang menciptakan satu model komunitas demokratis dan terbuka (Piliang, 2012). Ketiga tingkatan ini berkaitan dengan beragam kepentingan yang serba mungkin dan terkadang berlangsung serba instan sebagai karakteristik digitalisasi kehidupan manusia.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa sepanjang tahun 2019-2020 penetrasi pengguna internet dan media sosial di Indonesia sudah mencapai 73,7 persen dari total populasi penduduk Indonesia. Potensi ini belum berbanding lurus dengan peningkatan daya saing digital (*digital competitiveness ranking*) dan status literasi digital masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) RI, tercatat bahwa status literasi digital masyarakat Indonesia mencapai poin 3,47 dari poin 5 berdasarkan *a global framework of Reference on Digital Literacy Skills* pada tahun 2018.

Selain itu, berkaitan dengan diseminasi informasi yang menggunakan platform media digital, tercatat hampir 76 persen responden mempercayai media sosial sebagai sumber informasi. Sebagai sebuah platform, media sosial memiliki sifat terbuka dan bebas akses. Setiap pengguna memiliki kewenangan dan otoritas untuk mengendalikan akunnya. Hanya saja, diseminasi informasi tidak hanya yang berkaitan dengan konten positif, tetapi juga banyak digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat negatif seperti *hoaks*, *hatespeech*, *cyberbullying*, *cyberstalking*, *cyberharassment*, dan lain sebagainya.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat bahwa 67,2 persen konten *hoaks* yang tersebar berkaitan dengan politik, 46,3 persen berkaitan dengan kesehatan dan 33,2 persen berkaitan dengan agama. Adapun platform media sosial yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan berita *hoaks* adalah facebook (71,9 persen), whatapps (31,5 persen), dan youtube (14,9 persen). Terkait dengan bentuk kontennya, sebarannya berupa teks (pesan berantai), berita *online*, *image* (meme dan infografis), videografi, dan lain sebagainya.

Dalam konteks agama, fenomena diseminasi informasi berupa *hoaks* dimanfaatkan oleh kelompok tertentu untuk memecah belah masyarakat. Misalnya, ada kelompok keagamaan garis keras yang menyebarkan informasi berkaitan dengan kebencian terhadap kelompok dan/atau pemahaman agama lainnya, berkaitan dengan penerapan syariat Islam dalam aspek bernegara, stereotipe terhadap China, dan aspek lainnya yang bermuara pada upaya disintegrasi bangsa. Bahkan platform media digital dimanfaatkan oleh kelompok radikal terorisme untuk menyebarkan konten-konten yang mengarah pada radikalisme dan terorisme.

Rilis BNPT RI pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa diseminasi informasi yang bernada radikal terorisme banyak memanfaatkan platform media sosial dan menysasar kalangan generasi muda. Hal ini diperkuat oleh riset yang dilakukan Nuruzzaman (2018: 71) kurun waktu setahun (2015-2016). Hasil penelitiannya menunjukkan, ada 106.000 aktivis pro ISIS yang menggunakan media sosial untuk propaganda. Ada 166 grup di media sosial yang digunakan untuk membangun jaringan. Dalam satu hari, setidaknya ada 90.000 pesan pro ISIS yang bertebaran dan berseliweran di media sosial. Dalam 24 jam, rata-rata ada 270 kicauan di twitter yang menggambarkan pro ISIS. Mereka memanfaatkan media sosial untuk menjaring anak-anak muda bergabung. Rata-rata mereka yang mencari identitas diri. Data ini menunjukkan bahwa dalam konteks ke-Indonesiaan, narasi terorisme dan radikalisme disebarkan secara masif melalui jejaring sosial seperti facebook, instagram, dan twitter (Muthohirin, 2015; Wahab, 2020; Rustandi & Muchtar, 2020).

Berdasarkan data di atas, dapat dikatakan bahwa kampanye nilai dan sikap moderasi beragama sangat penting dilakukan sebagai upaya membangun kontra narasi terhadap penyebaran konten-konten yang bermuara pada disintegrasi bangsa. Dalam hal ini, platform media digital harus didominasi dengan produksi dan distribusi konten-konten yang bersifat toleran dengan narasi damai

dan non kekerasan untuk memperkuat dimensi keberagamaan di Indonesia.

Moderasi beragama hendaknya menjadi nilai (*values*) yang harus ditanamkan dan didiseminasikan dalam ruang virtual. Hal ini sebagai upaya kontra narasi terhadap penyebaran informasi yang manipulatif, provokatif, ujaran kebencian, dan bernada radikal terorisme. Moderasi Beragama harus dikembangkan menjadi karakteristik keberagamaan di tengah keberagaman masyarakat Indonesia. Nilai dan sikap ini harus diproduksi secara masif dan didistribusikan secara masal agar menjejali lalu lintas interaksi virtual dalam berbagai platform media digital. Moderasi beragama harus diperkuat untuk membangun narasi keharmonisan di tengah masyarakat plural dan multikultural.

Pengertian Dakwah Digital

“Since the advent of the Internet, the technology for da'wah seems to be more complete. E-da'wah is one of the uses of information technology as an active-creative response to existing developments”
 ---Fathul Wahid---

Proses pelaksanaan dakwah yang dilakukan melalui media internet di ruang *cyberspace* didalamnya memunculkan wacana *cyberdakwah* atau dakwah digital. Secara praktis, aktivitas dakwah digital dilakukan oleh umat Islam dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi ini dilakukan dalam berbagai bentuk aktivitas dakwah, antara lain kajian *online*, produksi narasi dan konten dakwah, video dan animasi dakwah, serta konten-konten dakwah lainnya. secara sederhana, istilah dakwah digital atau *cyberdakwah* dapat dimaknai sebagai segala aktivitas penyampaian pesan dakwah meliputi *amar ma'ruf nabi munkar* dengan memanfaatkan teknologi *cyber* (internet) (Mazaya, 2019; Rustandi, 2019).

Konstruksi pesan keislaman dalam ruang virtual diproduksi dengan mengikuti karakteristik media baru internet. Sifat keterbukaan, interkoneksi dan interaktivitas internet memungkinkan terbukanya berbagai pesan keagamaan yang ditampilkan dalam berbagai simbol, baik secara verbal maupun non-verbal. Pesan keislaman sebagai sebuah bahasa agama di internet direpresentasikan dengan mempertautkan antara narasi, teks, grafis, simbol dan *image* (Nasrullah & Rustandi, 2016). Praktik dakwah digital yang berlangsung di internet menandai adanya perubahan dalam tiga dimensi kehidupan beragama umat Islam, yakni:

Pertama, dimensi institusi agama. Dimensi ini ditandai dengan adanya representasi pranata keagamaan secara virtual, misalnya melalui situs, kanal dan aplikasi digital keislaman. *Kedua*,

dimensi ritual yang ditandai dengan adanya fenomena beragama dalam ruang virtual. Dalam hal ini, fenomena *online religion* dapat ditemui dalam berbagai aktivitas keagamaan secara online, misalnya tabligh, dzikir, muhasabah, istighosah, dan lain-lain. *Ketiga*, dimensi literasi agama yang ditandai dengan pencarian sumber pengetahuan dan rujukan keagamaan secara virtual (*religion online*). Misalnya transmisi ajaran-ajaran agama dengan memanfaatkan teknologi digital baik dalam bentuk narasi, animasi, video, desain grafis, maupun secara *streaming* (Fakhruroji, Rustandi & Busro, 2020).

Dakwah digital menampilkan aktivitas *amar ma'ruf nahi munkar* yang dilaksanakan melalui platform media digital. Aktivitas dakwah ini dilakukan baik dalam bentuk narasi, teks, *image*, grafis, simbol, dan video. Dakwah digital dilakukan sebagai upaya membangun narasi dan wajah Islam dalam ruang virtual. Sehingga, doktrin ajaran Islam dapat tersampaikan melalui kreasi dan inovasi pengemasan dan penyampaian dengan cara tertentu mengikuti logika media baru seperti internet.

Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru (Malik, 2016). Pola komunikasi yang dilakukan dengan internet berlangsung secara *two-way communication* dan bersifat *computer mediated communication (CMC)*. Ruang virtual internet menjadi media komunikasi umat Islam yang berorientasi pada upaya mengubah wajah Islam di seluruh dunia (Rustandi, 2019).

Sifat dan karakter internet yang terbuka, demokratis, dapat diakses secara bebas, tanpa sekat, interkoneksi, dan interaktivitas menjadi daya tawar dalam mengenalkan wajah Islam di dunia. Umat Islam menggunakan internet sebagai media baru untuk menyebarkan risalah Islam baik untuk muslim maupun bagi kalangan non-muslim. Dakwah melalui jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan beberapa alasan, diantaranya mampu menembus batas ruang dan waktu dengan energi yang

relatif cepat dan daya jangkau yang luas (Faroqi & Ismail, 2013: 102).

Sejauh ini, konseptualisasi aktivitas dakwah yang dilakukan dalam ruang digital didefinisikan dengan istilah dakwah di media baru (Fakhruroji, 2017), *cyberdakwah* (Rustandi, 2019), dan mediatisasi dakwah (Mukarom, Rosyidi & Muzammil, 2020). Ketiganya digunakan untuk menunjukkan adanya aktivitas aktif yang dilakukan oleh sebagian umat Islam, terutama pengguna internet dan media sosial, untuk mentransmisikan pesan keislaman dalam ruang virtual. Hal ini diperkuat dengan fakta adanya peningkatan penetrasi dan penggunaan internet di Indonesia. Termasuk, pemanfaatan platform media sosial yang semakin marak digunakan untuk transmisi pesan-pesan keislaman baik melalui kajian yang bersifat *live streaming*, telekonferensi Islam digital melalui aplikasi *meeting online*, dakwah berbasis vlog, maupun praktik-praktik produksi dan distribusi konten keagamaan lainnya.

Namun demikian, terdapat perbedaan signifikan antara aktivitas dakwah di dunia nyata dengan di dunia maya. Hojsgaard (2005) menyebutkan bahwa ada tiga perbedaan konsep mengenai agama di dunia online, yaitu adanya komunikasi virtual yang menggantikan komunikasi secara nyata (*mediation*), tidak perlunya institusi agama yang bersifat komplit (*organization*), dan adanya refleksi dari *cyberculture* yang menggantikan refleksi dari tradisi keagamaan (content). Baik mediasi, organisasi dan substansi ajaran agama memiliki nilai tersendiri ketika dihadirkan dalam dunia virtual. Hal ini berkaitan dengan persepsi dan pengalaman yang dirasakan oleh manusia ketika mengimplementasikan dan mendistribusikan energi keberagamaannya di dunia nyata dengan di dunia virtual (Fakhruroji, 2011: 88).

Internet menjadi ruang mayantara (*cyberspace*) yang menampilkan cara-cara baru dalam pola persebaran dakwah Islam. Di dalamnya terdapat berbagai fitur atau aplikasi yang memberikan kemudahan dalam upaya diseminasi pesan Islam. Dakwah di ruang virtual mensyaratkan adanya interkoneksi dan interaktivitas. Koneksi dalam membangun jejaring (*network*) dilakukan melalui

koneksi internet. Sementara itu, interaktivitas di ruang virtual di bangun melalui serangkaian tindakan dalam merumuskan gagasan, mengemas pesan, dan menyampaikan narasi sebagai upaya *amar maruf nabi munkar*.

Tipologi Aktivitas Dakwah Digital

“Typology of life will meet many different forms. Therefore, one must know these forms so as not to misunderstand something, even with da'wah activities”

---Die Hening---

Pada perkembangannya, aktivitas dakwah Islam melalui internet dilakukan dengan berbagai kreasi dan cara. Hal ini merujuk pada sifat kebaruan dan multimedia internet yang semakin dikembangkan sesuai dengan kebutuhan manusia. Teknologi internet diciptakan untuk memberikan kemudahan sekaligus menawarkan cara-cara baru dalam proses interaksi manusia. Perubahan struktur interaksi ini dapat dilihat dari adanya pola komunikasi dan kontak manusia dari yang bersifat tatap muka (*face to face*) menjadi bermedia (*mediated communication*).

Pelaksanaan dakwah melalui internet dipandang memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan manusia. Arifuddin (2016, dalam Rustandi, 2019) menilai bahwa setidaknya terdapat tiga alasan penting kenapa dakwah digital melalui internet begitu penting, antara lain: *Pertama*, internet menjadi gudang informasi yang menghimpun berbagai konten dan dapat diakses oleh siapapun secara mudah. Dalam hal ini, internet memberikan kemudahan dalam layanan informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan konten keagamaan.

Kedua, aktivitas dakwah digital dapat dikatakan sebagai model dakwah masa depan. Hal ini didasarkan pada fakta peningkatan pengguna internet di dunia dan di Indonesia yang semakin meningkat. Karenanya, teknologi internet semakin dikembangkan melalui berbagai aplikasi, fitur, dan program yang menawarkan berbagai potensi pengembangan dakwah Islam. *Ketiga*, dakwah melalui internet dapat dikatakan sebagai metode dakwah kontemporer yang memanfaatkan media baru di tengah

modernitas, pluralitas, multikulturalitas, dan heterogenitas masyarakat sebagai objek dakwah.

Pelaksanaan dakwah melalui internet berorientasi pada produksi dan distribusi pesan secara populer, mudah dicerna, *diframing* secara menarik, menggunakan pendekatan multidisiplin, integrasi sains dan teknologi, rasional dan saintifik, bersumber pada otoritas normatif agama (al-Qur'an dan hadith) yang diinterpretasikan sesuai dengan aktualitas peristiwa atau gejala yang terjadi di masyarakat (Fakhruroji, Rustandi & Busro, 2020). Dalam hal ini, dakwah melalui internet dikonstruksi bahasa agama yang didesain melalui pertautan antara teks-narasi, *image*-grafis, dan visual-videografi. Dakwah di internet dilakukan melalui rekayasa dalam proses imagologi agama (Nasrullah & Rustandi, 2016). Di mana bahasa agama di medium digital diproduksi secara subjektif (Hudjolly, 2011).

Sementara itu, mengenai tipologi dalam aktivitas dakwah digital dapat dibedakan menjadi enam kategori utama, yakni: (a) tipologi dakwah berbasis website, situs dan jejaring media sosial; (b) tipologi dakwah berbasis *mailing list*; (c) tipologi dakwah berbasis Youtube secara audio-visual; (d) tipologi dakwah berbasis *chatting*; (e) tipologi dakwah berbasis gambar, grafis dan animasi; dan (f) tipologi dakwah *e-book* (Muhaemin, 2018). Keenam tipologi dakwah tersebut dilakukan dalam ruang digital baik pada level individual, antar-individual maupun pada level komunitas.

Pada praktiknya, tipologi aktivitas dakwah di atas dilakukan melalui serangkaian produksi konten keagamaan yang mempertautkan antara teks, metafora, *image*, dan simbol. Aktivitas dakwah di media internet berorientasi pada adanya popularisasi pesan agama dengan harapan sampainya pesan tersebut melalui daya jangkauan yang luas dan relatif singkat. Dalam hal ini, pelaksanaan dakwah Islam dilakukan bertujuan untuk membangun citra Islam yang diidentifikasi sebagai agama kekerasan, anti perdamaian, intoleran, dan mengajarkan terorisme. Karenanya, signifikansi dakwah Islam di ruang virtual dilakukan sebagai salah satu alternatif dalam melakukan kontra narasi sekaligus ruang

melakukan perang wacana untuk membangun wajah Islam yang universal, *rahmatan lil alamin*.

Universalitas gagasan, nilai, sistem, dan ideologi menjadi sebuah keniscayaan yang terjadi di ruang virtual. Hal ini sebagai konsekuensi adanya deterritorialisasi kebudayaan, arus modernisasi dan globalisasi peradaban manusia yang mengarah pada perwujudan *global village* (McLuhan, 1964). Posisi inilah yang berimplikasi terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Di mana digitalisasi kebudayaan manusia berlangsung dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dimensi keagamaan.

Tren Dakwah Digital Generasi Milenial

“Youth millennial Muslims have a very close and difficult relationship apart from Internet. Even social media for the millennial generation is a friend as well as a place to ask questions in learning religion”

---Athik Hidayatul Ummah, UIN Mataram---

Rustandi (2019) menjelaskan beberapa keuntungan pelaksanaan *cyberdakwah* antara lain: *Pertama*, Internet merupakan media yang terbuka dan demokratis, artinya setiap orang bisa mengakses informasi secara bebas melalui internet. Termasuk informasi mengenai Islam. *Kedua*, Sifatnya interkoneksi menjadikan internet sebagai media yang bebas jejaring komunitas dan dapat digunakan sebagai media komunikasi antarumat tanpa tersekat oleh golongan, bangsa, ras, geografis, dan lain-lain. Dengan begitu dakwah melalui internet lebih luas dan tersebar.

Ketiga Dakwah di internet memberikan visualisasi yang menarik sesuai desain yang diinginkan. Mulai dari tampilan, fesyen, sampai dengan simulasi menarik yang dapat disuguhkan melalui media virtual tersebut. *Keempat*, Segala bentuk informasi yang disampaikan melalui internet dapat diarsipkan. Sebab salah satu keunggulan internet adalah *archive*. Segala dokumentasi dan informasi dalam jangka waktu lama dapat di simpan dan di buka kembali. *Kelima*, Dakwah melalui internet dapat dilakukan melalui sistem jejaring (*networking*). Artinya, dakwah dapat dilakukan secara multi arah, dengan memasuki komunitas-komunitas virtual yang ada.

Sementara itu, terkait dengan kelemahan aktivitas dakwah di ruang *cyberspace* antara lain: *Pertama*, Identitas pengelola situs dakwah Islam dalam di internet terkadang disangsikan kredibilitas dan kapasitas pemahamannya tentang Islam. Sebab, konstruksi identitas di internet begitu bebas dan terbuka. Setiap orang bisa menampilkan wajah identitasnya sesuai dengan kehendaknya.

Terkadang tidak ada kesesuaian antara dirinya di dunia nyata dengan di dunia *cyberspace*. Dengan kata lain identitas terkadang *anonimitas* dan *pseudonimitas*.

Kedua, Jika tidak ada proses penjagaan secara substansial mengenai ajaran Islam, terkadang terjadi pembauran dan kekaburan makna ajaran-ajaran Islam. Alhasil, sukar membedakan antara yang profan dan yang sakral, asli dan palsu tidak ada sekat. *Ketiga*, Seorang pengguna internet terkadang menyerap begitu saja informasi yang dihadirkan melalui internet. Artinya, budaya kritis, budaya literasi dan budaya autentik tentang ajaran Islam terkadang sulit dijaga dan dipelihara. *Keempat*, Internet dengan karakternya yang terbuka, terkadang lebih mengedepankan imajinasi populer. Termasuk dalam wacana Islam, para pengelola terkadang lebih mengedepankan tampilan di banding isi (*content*).

Tren penggunaan internet sebagai media dakwah Islam dapat dilihat dari total pengguna internet yang semakin meningkat secara signifikan. Dalam ukuran kuantitas, hal ini dapat dijadikan sebagai acuan yang menampilkan besarnya potensi audiens (objek dakwah) yang terkoneksi melalui internet. Selain itu, adanya variasi media yang diciptakan melalui berbagai fitur dan aplikasi, memberi kemudahan dalam proses produksi dan distribusi pesan keislaman. Efisiensi waktu, biaya, dan daya jangkau penyebaran adalah kemudahan lainnya yang didapat pada saat melaksanakan dakwah secara digital.

Secara demografis, Badan Pusat Statistik (BPS) pada Januari 2021 mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia sampai tahun 2020 didominasi oleh generasi muda yang masuk kategori generasi milenial dan generasi Z. Dari total populasi penduduk sebanyak 270,20 juta jiwa, generasi Z yang berada pada rentang usia 8-23 tahun berjumlah 27,94 persen dari total populasi. Sementara generasi milenial yang berada pada rentang usia 24-39 tahun berjumlah 25,87 persen dari total populasi. Generasi X yang berada pada rentang usia 40-55 tahun berjumlah 21,88 persen. Sisanya, generasi baby boomer yang berusia antara 56-74 tahun berjumlah

11,56 persen dan generasi post-Z yang berusia sampai 7 tahun berjumlah 10,88 persen (BPS, 2021).

Dominasi generasi muda Indonesia adalah penduduk yang berusia antara 8 sampai dengan 39 tahun. Yakni mereka yang berada pada kategori generasi milenial dan zilenial. Total generasi milenial Indonesia apabila merujuk pada data BPS tersebut berkisar 25,87 persen atau sekitar 69,9 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia pada tahun 2020. Secara karakteristik, generasi milenial dipandang sebagai generasi pertengahan yang menjadi *native digital* sekaligus *immigrant digital*. Karenanya, generasi ini dinilai paling *wise* dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih.

Kaitannya dengan tren penggunaan media sosial, generasi milenial dan zilenial dipandang mendominasi sebagai pengguna aktif media sosial. Hal ini dapat dilihat dari data yang diterbitkan oleh Hootsuite dan We Are Social (2021) yang mencatat sekitar 170 juta jiwa pengguna aktif media sosial di Indonesia. Sementara itu, mengenai platform media sosial yang paling banyak digunakan menurut versi APJII (2018) secara berurutan adalah Facebook (50,7%), Instagram (17,8%), Youtube (15,1%), Twitter (1,7%) dan LinkedIn (0,4%).

Sekitar 61 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan sering menggunakan Youtube untuk akses informasi dan hiburan. Dalam hal ini, penetrasi pengguna internet mengakses konten youtube dalam bentuk film (16,2 persen), musik (13,6 persen), olahraga (8,9 persen), kuliner (7,7 persen), tutorial games (7,1 persen), dunia entertainment (5,6 persen), ceramah keagamaan (5,3 persen), berita (4,7 persen), vlog artis terkenal (3,5 persen) dan pendidikan (2,5 persen) (APJII, 2018).

Data-data di atas penting ditampilkan untuk mengukur tren pelaksanaan aktivitas dakwah di ruang virtual, terutama yang dilakukan oleh generasi milenial. Dalam hal ini, akses pengguna media sosial youtube untuk konten yang berkaitan dengan ceramah keagamaan masih menempati urutan ketujuh dengan total

presentase sebesar 5,3 persen atau sekitar 5,6 juta jiwa dari total pengakses youtube di Indonesia.

Tren ini akan semakin meningkat seiring dengan peningkatan penetrasi pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Tren ini pula akan semakin meningkat dengan syarat semakin banyaknya da'i (personal maupun tim kreatif) yang rajin memproduksi dan mendominasi konten-konten media sosial dengan konten positif seperti ceramah keagamaan. Hal yang penting diperhatikan juga berkaitan dengan pola pengemasan (*framing*) konten dengan kreasi dan inovasi agar semakin populer dan menarik perhatian audiens (objek dakwah).

Digitalisasi dakwah dapat dikatakan sebagai tren aktivitas dakwah di masa depan. Oleh karenanya, penyiapan sumber daya dakwah yang memiliki keterampilan teknologis baik secara teknis maupun konsepsi harus dilakukan sebagai upaya menyambut tren dakwah digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Tentunya, penyiapan ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan optimalisasi aset dakwah yang berorientasi pada penguatan *mindset*, *mentality*, *skillset*, dan *society* seiring dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Perkembangan Generasi Milenial

“Each generation has a common characteristic that will become the character of that generation with a repeating pattern”

--- William Strauss & Neil Howe---

Dalam beberapa literatur, istilah milenial dikenal sebagai Generasi Y atau Generasi langgas. Terminologi milenial ini telah dikategorikan sebagai kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Walaupun sebenarnya tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran (SWA, 2017).

Teori generasi menitikberatkan pada adanya kesamaan pada sekelompok individu berdasarkan umur, tahun kelahiran, lokasi dan kejadian atau peristiwa historis yang berpengaruh secara signifikan terhadap kehidupan dan pertumbuhannya (Kupperschmidt's 2000; Putra, 2016). Karl Mannheim dalam *The Problem of Generation* mengklasifikasikan generasi manusia ke dalam beberapa kelompok yang didasarkan pada tahun kelahiran dan dinamika kehidupan yang terjadi pada masanya. Dimulai dari sebutan terhadap Generasi Perang Dunia II, Generasi Paska Perang Dunia II, Generasi Bobby Boomer I (kisaran kelahiran 1946-1964), Generasi Bobby Boomer II (kisaran kelahiran 1965-1970), Generasi X (kisaran kelahiran 1971-1980), Generasi Milenial (kisaran kelahiran 1981-1994), dan Generasi Z (kisaran kelahiran 1995-2010).

Perkembangan generasi didasarkan pada beberapa momentum dalam lintasan sejarah manusia yang menandai kemunculan sebuah generasi dengan karakteristik tertentu. Hal ini bisa didasarkan pada momentum historis maupun perubahan sosiologis yang menandai dimulainya fase kehidupan baru dalam

peradaban manusia. Selain itu, tanda-tanda peradaban baik secara kosmologis maupun kultural menjadi tinjauan para pakar dalam memetakan perkembangan generasi tersebut dalam lintasan kehidupan manusia. Pengelompokan generasi menurut para ahli dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Pengelompokan Generasi Menurut Para Ahli

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers 1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millennials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millennials (1995-present)

Sumber: Putra, 2016

Pengelompokan generasi pada tabel di atas didasarkan pada asumsi bahwa kelahiran generasi pada setiap fasenya didasarkan pada kejadian sejarah dan fenomena budaya yang terjadi dan dialami. Dimana, peristiwa historis dan fenomena kultural tersebut

menjadi ingatan kolektif yang berpengaruh terhadap nilai, perilaku, sikap, tindakan dan kepribadian. Secara garis besar, dua faktor utama pengelompokan generasi didasarkan pada faktor demografis yang merujuk pada perbedaan tahun kelahiran; dan faktor sosiologis yang berkaitan dengan kejadian historis dan fenomena kultural.

Sementara itu, menurut Howe & Strauss (2000) perbedaan generasi ini didasarkan pada tiga atribut utama, yakni: *Pertama, perceived membership* persepsi individu terhadap sebuah kelompok tempat bergabung pada masa remaja menjelang dewasa. *Kedua, common beliefs and behaviours*, sikap terhadap keluarga, karir, pilihan personal, politik, agama dan pilihan lainnya. *Ketiga, common location in history*, pandangan politik dan kejadian bersejarah.

Di Indonesia sendiri, keberadaan generasi milenial cukup mendominasi. Hal ini diukur berdasarkan sensus penduduk Indonesia pada tahun 2020 yang mencatat sebesar 25,87 persen atau sekitar 69,9 juta. Generasi milenial Indonesia adalah mereka yang berada pada rentang usia antara 24 sampai dengan 39 tahun. Angka ini dipandang sebagai usia produktif yang memiliki keterampilan baik dari sisi *knowledge, skill*, dan *attitude* dalam memanfaatkan berbagai potensi kemajuan.

Populasi generasi milenial Indonesia menunjukkan angka signifikan. Didalamnya terdapat harapan besar untuk kemajuan bangsa Indonesia. Pasalnya, generasi milenial dipandang sebagai generasi bijak yang berada pada persimpangan sebagai *immigrant digital* sekaligus *native digital*. Generasi milenial sebagai salah satu pengguna internet dan media sosial yang dominan di Indonesia memiliki karakteristik dalam pengendalian perangkat digital yang diarahkan untuk aktivitas produktif dan positif.

Secara demografis, keberadaan generasi milenial dan zilenial yang mendominasi total populasi penduduk Indonesia, menjadi modal dalam memanfaatkan momentum bonus demografi. Diperkirakan bonus demografi di Indonesia akan berlangsung pada medio 2030-2045. Di mana, jumlah usia produktif lebih banyak dibandingkan usia non produktif. Oleh karenanya,

perkembangan generasi milenial Indonesia harus dimanfaatkan dengan mempersiapkan generasi muda yang memiliki keterampilan teknologis, keluasan pengetahuan, dan kematangan mental dan perilaku dalam menghadapi tantangan digitalisasi kebudayaan ke depan.

Karakteristik Generasi Milenial

“Millennial attributes with self-confidence and tolerance, as well as being aware of their rights and being narcissistic”

--- Jean Twenge---

Generasi milenial di pandang memiliki keunikan dari sisi kondisi sosial-ekonomi-politik. Hal ini disebabkan karakteristik generasi milenial yang memiliki keluwesan dan keakraban dalam berhadapan dengan teknologi digital. Generasi milenial memiliki ketertarikan terhadap komunikasi, informasi, dan teknologi. Hal ini ditandai dengan kepemilikan generasi milenial terhadap perangkat digital yang canggih seperti ponsel pintar, tablet, personal computer, dan lain sebagainya. Selain itu, sebagian besar generasi milenial memiliki akses informasi dan komunikasi melalui internet dengan berbagai fitur dan aplikasi yang ada didalamnya.

Sebutan lain bagi generasi milenial adalah generasi Y. Dalam Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia (2018) disebutkan bahwa ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Generasi milenial dibesarkan oleh kemajuan internet, mereka dikategorikan sebagai *digital native* yang memiliki ciri kreatif, informatif, mempunyai *passion*, dan produktif.

Dalam konteks Indonesia, generasi milenial dinilai memiliki peran signifikan dalam menyambut bonus demografi. Hal ini dilihat berdasarkan karakteristik utamanya yang memiliki tingkat keintiman dengan teknologi digital. Sehingga, generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Secara pendidikan, generasi milenial memiliki minat tinggi dalam melanjutkan studi ke jenjang pendidikan tinggi. Hal ini berimplikasi pada karakteristik generasi milenial yang cenderung memiliki pola pikir kritis, terbuka, bebas, dan berani dalam mengambil resiko. Dengan sendirinya, hal ini berimplikasi terhadap peluang dan kesempatan untuk berinovasi menggunakan teknologi digital yang

digunakannya. Terdapat beberapa karakteristik generasi milenial berdasarkan tinjauan beberapa ahli, antara lain:

Pertama, karakteristik generasi milenial menurut Howe dan Strauss (2000), dalam pandangannya antara lain: a) memiliki persepsi individu terhadap sebuah kelompok ketika mereka bergabung (*perceived membership*); b) sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama, maupun pilihan yang diambil (*common beliefs and behaviors*); dan c) perubahan pandangan politik maupun kejadian yang bersejarah (*common location in history*).

Kedua, karakteristik generasi milenial menurut Sweeney (2006), dalam pandangannya antara lain: *more choices more selectivity; experiential and exploratory learners; flexibility/convenience; personalization and customization; impatience; practical, result oriented; multitaskers; digital natives; gamers; nomadic communication style; media/format agnostic; collaboration and intelligence; balanced lives; less reading; other characteristics; and different personalities.*

Ketiga, karakteristik generasi milenial berdasarkan hasil studi Boston Consulting Group (BCG) bersama University of Berkley (2011), menyimpulkan antara lain: minat baca konvensional tergantikan dengan membaca melalui *smartphones*; milenial memiliki akun media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi; milenial lebih memilih ponsel daripada televisi; dan milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambilan keputusan.

Keempat, karakteristik generasi milenial menurut Gallup (2016), bahwa karakteristiknya antara lain: milenial bekerja bukan sekedar menerima gaji tetapi mengejar tujuan; milenial tidak mengejar kepuasan kerja tetapi pengembangan diri; milenial tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol; milenial menginginkan adanya *on going conversation*; milenial tidak berpikir memperbaiki kekurangan tetapi mengembangkan kelebihan; dan milenial berpikir bukan sekedar bekerja tetapi bekerja adalah bagian dari hidup mereka.

Beberapa karakteristik generasi milenial sebagaimana disampaikan di atas menghimpun berbagai potensi dan

kesempatan milenial baik pada aspek pengembangan diri, pekerjaan (status ekonomi), jangkauan interaksi sosial, budaya, agama, maupun politik. Fleksibilitas yang dimiliki oleh generasi milenial menjadikan mereka sebagai generasi yang menerima perubahan, terbuka, kritis, kreatif, informatif, *passionable*, dan berani. Keterbukaan, keteraksesan, keberanian, kritis, dan kolaborasi adalah poin penting yang harus dimiliki oleh generasi milenial dalam menghadapi tantangan teknologi. Oleh sebab itu, generasi milenial memiliki peran strategis dalam pengembangan diri dan kemajuan bangsa ke depan.

Generasi Milenial: Pemahaman Moderasi Beragama

“Living in an era that is completely automated, this millennial generation tends to want something that is instantaneous and is very easily influenced by trends and outside cultures. Included in the achievement of religious understanding, they tend to want it to be easy and instant”

---Die Hening---

Karakteristik generasi milenial berpengaruh tidak hanya pada aspek pendidikan, sosial, ekonomi, budaya, dan politik saja. Tetapi juga berimplikasi terhadap dimensi keberagamaan. Dalam hal ini, karakteristik generasi milenial yang cenderung akrab dengan teknologi mengantarkan mereka tidak hanya mengakses informasi yang bersifat umum, tetapi juga berupaya mengakses informasi yang berkaitan dengan konten keagamaan.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh PPIM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2017) menyimpulkan bahwa hampir 70 persen responden mengakses informasi keagamaan melalui internet. Dalam hal ini, media sosial menjadi platform keagamaan yang paling banyak dijadikan sebagai rujukan oleh generasi muda Indonesia dalam mengakses konten keagamaan.

Berkaitan dengan opini dan aksi intoleransi dan radikal, disimpulkan bahwa 58,5 persen generasi muda memiliki opini radikal dan 51,1 persen memiliki opini intoleran. 86,5 persen memiliki sikap intoleran terhadap ahmadiyyah dan syiah. 53,74 persen memiliki sikap intoleran terhadap penganut agama lainnya (terutama yahudi dan nasrani).

Data lainnya disampaikan melalui Survei Status Literasi Digital yang dilakukan oleh Kemenkominfo RI pada tahun 2018. Disimpulkan bahwa 76 persen responden mempercayai informasi yang berasal dari media sosial dibandingkan dari media lainnya. Data APJII tahun 2019-2020 mencatat bahwa total pengakses

youtube di Indonesia mencapai 106 juta jiwa, dimana sekitar 5,6 juta mengakses youtube untuk informasi dan konten keagamaan.

Data di atas menunjukkan bagaimana tren pemahaman moderasi beragama yang harus dimiliki oleh generasi milenial. Dalam hal ini, generasi milenial sebagai pengguna aktif media sosial yang dominan memiliki kesempatan dan peluang yang terbuka untuk mengakses informasi keagamaan melalui media sosial. Media sosial menjadi *public domain* yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan konten-konten kreatif. Didalamnya tersebar beragam informasi dari yang bersifat positif dan bahkan negatif.

Salah satu ancaman digitalisasi kebudayaan adalah berkembangnya pesan-pesan yang membanjiri kanal media sosial yang bersifat *boaks, hatespeech*, dan bahkan berorientasi pada radikal terorisme. Dalam hal ini, media sosial menjadi platform terbuka bagi siapapun untuk mendiseminasikan informasi apapun. Media sosial sebagai salah satu ruang interaksi virtual dapat dikembangkan untuk kepentingan apapun, termasuk yang mengarah pada upaya disintegrasi bangsa.

Oleh karenanya, generasi milenial sebagai pengguna aktif media sosial harus terus diperkuat dengan gagasan dan narasi yang bermuara pada toleransi dan keharmonisan sosial. Salah satunya dengan cara menjejali kanal-kanal virtual dengan informasi keagamaan yang berbasis pada moderasi beragama. Hal ini penting dilakukan untuk membangun kontra narasi terhadap pesan-pesan yang bersifat bohong, provokatif, dan bernada radikal terorisme. Pesan-pesan keagamaan berbasis moderasi beragama menjadi alternatif dalam mengkonstruksi kerangka pemikiran yang moderat, toleran, dan bertujuan untuk menciptakan perdamaian.

Pemahaman moderasi beragama yang berdasar pada keadilan dan keseimbangan menjadi nilai yang harus dikembangkan sekaligus diaktualisasikan oleh generasi milenial dalam merespon dinamika keislaman dalam ruang virtual. Didalamnya dapat diperkuat dengan konstruksi pesan keislaman yang direpresentasikan melalui berbagai simbol sebagai sebuah proses imagologi keagamaan. Diseminasi informasi keagamaan

dengan segmentasi generasi milenial harus memperhatikan tampilan dan sajian yang menarik, dimana mempertautkan antara teks-narasi-image-simbol-metafora-grafis. Sebab, karakteristik generasi milenial yang akrab dengan perangkat digital, memungkinkan memanfaatkan media sosial sebagai platform penyebaran pesan keagamaan berbasis moderasi beragama.

Perkembangan Internet dan Media Sosial

“Internet is a global network that connects computers with other computers around the world”

---unknown--

Secara historis, internet mulai muncul pada tahun 1970-an sebagai bentuk pertahanan militer AS dalam mengantisipasi serangan nuklir. Teknologi internet awal dikenal dengan ARPANET yang dijadikan sebagai media komunikasi untuk kepentingan militer (Dominic, 2009: 278). Pada perkembangannya, internet semakin familiar digunakan sebagai media baru yang bersifat multimedia dan interconnectivity. Sehingga kemunculan media internet mempengaruhi kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Internet bersifat *interconnectivity* dan *interactivity* memungkinkan seseorang untuk membuat konten, mempublikasikan dan terlibat secara online. Sementara multimedia internet sebagai bentuk perpaduan antara teks-image, audio-visual, video dan konten lainnya (Pavlik, 1996: 137).

Perkembangan internet sebagai media baru mengakibatkan perubahan dalam struktur interaksi sosial masyarakat Indonesia. Hal ini diwujudkan dalam bentuk adanya interaksi secara online dalam ruang virtual, ruang mayantara. Salah satu konsekuensi hadirnya ruang mayantara tersebut adalah terciptanya media sosial sebagai ruang aktifitas baru pengguna internet. Kemunculan Facebook, Instagram, Twitter, Line, Whatapps, Youtube dan media sosial lainnya merupakan ruang sosial baru bagi manusia untuk saling berjejaring, bercengkerama dan membangun komunitas secara online baik berkaitan dengan ekonomi, sosial, agama, budaya maupun politik.

Internet dan media sosial menjadi ruang relasi sosial baru yang memungkinkan adanya model komunikasi virtual dalam

menyokong berbagai aktivitas manusia secara artifisial. Internet dan media sosial mensubstitusi struktur interaksi manusia dari yang bersifat langsung menjadi bermedia. Internet dan media sosial menjadi *public domain* yang populer di kalangan masyarakat dunia. Kehadiran media sosial menjadi ruang interaksi virtual (*cyberspace*) dalam berbagai sendi kehidupan. *Public domain* ini merupakan perwujudan *global village* yang melampaui sekat-sekat geografis dan menyebabkan adanya deteritorialisasi budaya (McLuhan, 1964).

Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Media sosial dipandang sebagai ruang virtual yang memungkinkan setiap pengguna membangun relasi dan memperkuat jaringan meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial menjadi ruang virtual yang digunakan untuk berbagi, membangun atensi dan partisipasi, serta bertujuan mewujudkan komunitas virtual melalui proses interaksi dan komunikasi virtual. Media sosial mencerminkan proses komunikasi yang bersifat dua arah di antara partisipan, di mana setiap pengguna memiliki kebebasan dan akses yang sama dalam berbagi dan menerima informasi.

Berdasarkan data Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020 merilis bahwa pengguna aktif internet di Indonesia kurang lebih 197 juta, sedangkan pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta (APJII, 2020). Sementara data We Are Social sampai Januari 2021 mencatat pengguna internet aktif di Indonesia mencapai angka 202 juta jiwa dengan total pengguna media sosial aktif sebanyak 170 juta jiwa (We Are Social, 2021). Media sosial merupakan ruang produksi industri konten yang dapat menarik audiens dalam jumlah besar (Hartley, 2004). Dengan total jumlah pengguna aktif internet dan media sosial di atas menunjukkan tingkat signifikansi internet dan media sosial yang dimanfaatkan untuk aktivitas dakwah Islam.

Di Indonesia sendiri, terdapat sekitar 170 juta pengguna aktif media sosial. Platform media sosial yang paling banyak digunakan menurut APJII (2018) secara berurutan adalah Facebook (50,7%), Instagram (17,8%), Youtube (15,1%), Twitter (1,7%) dan LinkedIn (0,4%). Sekitar 61 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan sering menggunakan Youtube untuk akses informasi dan hiburan. Dalam hal ini, penetrasi pengguna internet mengakses konten youtube dalam bentuk film (16,2 persen), musik (13,6 persen), olahraga (8,9 persen), kuliner (7,7 persen), tutorial games (7,1 persen), dunia entertainment (5,6 persen), ceramah keagamaan (5,3 persen), berita (4,7 persen), vlog artis terkenal (3,5 persen) dan pendidikan (2,5 persen) (APJII, 2018).

Media sosial memiliki tingkat popularitas yang tinggi bagi netizen (pengguna internet) di Indonesia. Hal ini didasarkan pada karakteristik media sosial yang bersifat inter aktivitas di antara pengguna sehingga bisa dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan membangun partisipasi dan kerjasama di antara para pengguna. Media sosial menawarkan ruang relasi dan interaksi yang bersifat virtual. Karenanya, media sosial memungkinkan adanya keterhubungan (*connectedness*) di antara para pengguna. Sehingga berorientasi pada perwujudan sebuah jaringan sosial (*social network*) yang bermuara pada adanya *global village*.

Karakteristik dan Jenis-jenis Media Sosial

“Media social as ‘a group’ internet-based application build on ideological foundations and Web 2.0 technologies, and which allows creation and exchange of user-generated content”

--- Andreas Kaplan & Michael Haenlein---

Media internet merupakan new media yang memungkinkan adanya konvergensi media dalam satu perangkat untuk beragam fungsi. Internet menjadi ruang komunikasi dan cara baru dalam menarasikan informasi, mengkonstruksi pesan dan citra, merefleksikan realitas dan mendorong perubahan dalam berbagai ruang kehidupan manusia (Nuruzzaman, 2018: 65).

Media internet menjadi media generasi ketiga yang memiliki karakteristik dalam upaya membangun masyarakat jaringan. Media internet membangun komunikasi melalui jaringan, bersifat virtual, interactivity dan perpaduan konten baik dalam bentuk teks, audio, image, animasi, video dan bentuk konten interaktif lainnya (Heryanto, 2018: 26-27). Karakteristik ini pada akhirnya membentuk sebuah jejaring masyarakat yang dikenal dengan istilah netizenship atau warganet. Sebuah konstruksi masyarakat siber (network society) yang berada pada ruang virtual dan memainkan peran sosial baik dalam konteks kemasyarakatan maupun berkaitan dengan aspek-aspek kebangsaan (Fahmi, 2018: 96).

Media sosial merupakan salah satu media internet yang paling banyak digunakan di Indonesia. Media sosial memiliki karakteristik yang mampu menghubungkan dan merepresentasikan proses interaksi manusia (Rustandi & Muchtar, 2020). Media sosial menunjukkan adanya relasi sosial dengan cara virtual. Media sosial dapat dipandang sebagai sebuah proses interaksional yang bermuara pada pembentukan komunitas virtual dan mengarah pada realitas virtual.

Terdapat beberapa karakteristik media sosial, antara lain: *Pertama*, media sosial terhubung didasarkan pada adanya jaringan

(*networking*). Dalam hal ini, infrastruktur yang menghubungkan di antara partisipan dalam media sosial didasarkan pada adanya koneksi internet. Koneksi ini mengandaikan adanya keterhubungan antara satu perangkat keras (*hardware*) dengan perangkat keras lainnya. *Kedua*, media sosial menjadi ruang untuk memproduksi, distribusi dan diseminasi informasi (*information*). Dalam hal ini, media sosial menjadi tempat mengkreasikan gagasan (*content*) dan menampilkan identitas diri melalui profil pada akun media sosial.

Ketiga, media sosial menyimpan informasi yang dipublikasikan secara terarsip (*archive*). Karakteristik ini memungkinkan setiap pengguna untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun. *Keempat*, media sosial memungkinkan menciptakan adanya interaksi yang bersifat aktif (*interactivity*). Dalam hal ini, media sosial bukan sekedar memperluas pertemanan (*followers*), tetapi juga memperkuat interaksi di antara penggunanya.

Kelima, media sosial menjadi medium berlangsungnya interaksi masyarakat (*simulation of social*). Dalam hal ini media sosial merepresentasikan realitas sosial yang terbangun melalui dunia virtual. Sehingga membentuk sebuah komunitas virtual yang terhubung melalui koneksi jaringan. *Keenam*, media sosial menjadi platform media yang dapat diakses dan bebas digunakan oleh pengguna (*user-generated content*). Karakteristik media sosial memungkinkan penggunanya untuk mengakses dan mengelola media sosial sesuai dengan kehendaknya. Hal ini menunjukkan adanya relasi simbiosis dalam ruang siber yang menjadi corak khas dari *digital culture* atau *cyberculture*.

Media sosial dikembangkan ke dalam berbagai bentuk seperti majalah, galeri foto, forum internet, weblog, microblogging, podcast, wiki, video, peringkat, bookmark sosial, dan lain sebagainya. Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono, 2016) membagi jenis media sosial ke dalam enam kategori, antara lain: *Pertama*, proyek kolaborasi yang memungkinkan pengguna untuk mengedit dan meremove konten websitenya, contohnya Wikipedia. *Kedua*, blog dan microblogging yang memberikan kemudahan kepada *user*

untuk membuat catatan sendiri seperti curhat dan kritik pemerintah, contohnya twitter.

Ketiga, konten dimana *user* memiliki kebebasan untuk membagi konten dalam bentuk video, ebook, gambar, dan lain sebagainya, contohnya youtube. *Keempat*, situs jejaring sosial yang memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya, termasuk membagi informasi pribadi seperti foto, contohnya facebook dan instagram. Pada perkembangannya, situs jejaring sosial ini dikembangkan berbasis teks atau pesan seperti whatapps, messenger, line, kakao talk, dan lain sebagainya.

Kelima, *virtual game world* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan memainkan peranan dalam sebuah *games* melalui avatar-avatars tertentu yang diinginkan. Biasanya media sosial jenis ini dikembangkan dengan replikasi tiga dimensi, contohnya game online (mobile legend). *Keenam*, *virtual social world* yang memungkinkan pengguna hidup di dunia virtual. Model ini lebih bebas dari *virtual game* dan memiliki orientasi seperti kehidupan pada umumnya, contohnya *second life*.

Pada perkembangannya, jenis-jenis media sosial di atas terus dikembangkan mengikuti tren kebutuhan dalam rutinitas pengguna internet di dunia. Bahkan beberapa media sosial dikembangkan untuk pemenuhan hajat hidup pengguna secara nyata. Kemunculan media sosial berbasis *e-commerce* dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pengembangan media sosial yang mengarah pada upaya pemenuhan kepentingan pengguna dalam kehidupan nyata, misalnya shoppee, gojek, grab, dan berbagai variasi didalamnya.

Platform Youtube: Ruang Transmisi Pesan Keagamaan

“YouTube provides an audio view visuals that are able to provide news and information for a wide audience. YouTube is also a video sharing community whose users can upload and view various kinds of online video clips”

---Michael Miller---

Media sosial merupakan media online yang memungkinkan setiap orang terhubung dalam sebuah jaringan bagi seluruh masyarakat dunia. Media sosial dipandang memiliki karakteristik partisipasi, keterbukaan, informasi, masyarakat, dan keterhubungan (Mayfield, 2008). Penggunaan media sosial sebagai jaringan interaksional masyarakat dunia, termasuk di Indonesia begitu sangat signifikan. Hal ini dapat dilihat dari tren penggunaan internet dan media sosial yang semakin meningkat. Berdasarkan data, pengguna aktif media sosial di Indonesia sampai Januari 2021 mencapai 170 juta jiwa. Beberapa media sosial yang paling populer antara lain, facebook, youtube, instagram, twitter, Linkdin, dan lain sebagainya.

Youtube merupakan media sosial berbasis konten video. Setiap pengguna youtube dapat berbagi informasi dengan cara menjadi pemilik *channel*. Setiap pemilik *channel* dapat membuat video dan membagikannya seperti pengemasan dalam sebuah televisi (Nasrullah, 2017). Youtube menyediakan informasi berupa gambar bergerak. Umumnya, setiap pengguna dapat membagi dengan cara meng*upload* video dan mendapatkan informasi dengan cara mencari dan meng*download* video youtube. Youtube merupakan *web video sharing* yang dapat digunakan untuk memuat, menonton, dan berbagi informasi dalam bentuk video secara gratis (Lingga, 2019). Umumnya video tersebut dapat berupa klip musik, film, TV *streaming*, dan video yang dibuat sendiri oleh pemilik *channel*.

Menurut Martin Listen (2009), sejarah perkembangan youtube diawali dengan adanya fragmentasi televisi. Fragmentasi ini kemudian dikembangkan pada tahun 1980 melalui *timeshift*, selanjutnya pada tahun 1990 dilakukan penetrasi melalui kabel dan jaringan satelit. Memasuki abad ke-20, televisi dipandang sebagai media komunikasi yang bersifat komersial. Karenanya, perkembangan youtube sangat mencengangkan. Youtube menjadi media berbasis video lainnya televisi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Youtube dikembangkan oleh tiga orang mantan karyawan bank yaitu Jawed Karim, Chad Hurley, dan Steve Chen.

Tren penggunaan youtube di Indonesia dapat ditinjau dari data yang disampaikan Hootsuite dan We Are Social (2021) yang menempatkan youtube sebagai *mobile video streaming* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sekitar 93,8 persen pengguna internet menyatakan sering mengakses youtube. Dalam sehari, rata-rata pengguna internet Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 14 menit untuk mengakses media sosial. Sementara, akses terhadap youtube dirata-ratakan mencapai 25,9 jam per bulan. Dari sisi konten, berdasarkan data APJII (2020) bahwa sepanjang tahun 2019-2020, pengguna youtube Indonesia mengakses konten dalam bentuk film (16,2 persen), musik (13,6 persen), olahraga (8,9 persen), kuliner (7,7 persen), tutorial games (7,1 persen), dunia entertainment (5,6 persen), ceramah keagamaan (5,3 persen), berita (4,7 persen), vlog artis terkenal (3,5 persen) dan pendidikan (2,5 persen).

Media sosial youtube memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh pengguna, antara lain: a) fitur pencarian yang dapat digunakan untuk mencari dan mengakses konten yang diinginkan oleh pengguna; b) fitur pengunggahan yang dapat digunakan oleh pemilik *channel* untuk mengupload konten dan membagikannya; c) fitur *subscribe* yang dapat digunakan untuk berlangganan secara gratis *channel* youtube tertentu sesuai keinginan pengakses; d) fitur *like* untuk menyukai dan menyimpan video agar bisa ditonton kapanpun; e) fitur *comment* untuk berkomentar dan menyatakan pendapat pada kanal youtube tertentu sesuai dengan konten yang

diinginkan; e) fitur *share* yang dapat digunakan untuk berbagi link dan atau konten youtube; f) fitur *download* yang dapat digunakan untuk mengunduh konten youtube yang diinginkan; g) fitur *view/viewer* untuk mengukur berapa pengakses yang telah menonton video atau konten pada kanal youtube.

Selain itu, ada beberapa karakteristik youtube yang dipandang menjadi kelebihanannya sebagai sebuah media sosial (Faiqah, 2016; Handayani & Daulay, 2020) antara lain: *Pertama*, tidak ada batasan durasi dalam mengunggah video. Hal ini berbeda dibandingkan media sosial instagram dan snapchat yang berbatas durasi dalam *upload* video. *Kedua*, sistem pengamanan yang terus dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari *security system* youtube yang mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik *channel* pada saat mengunggah video. Pertanyaan yang berkaitan dengan SARA dan aspek keamanan untuk anak-anak.

Ketiga, berbayar atau *monetize*. Youtube menawarkan pembayaran kepada pemilik *channel* yang telah mengunggah video dan diakses atau ditonton dalam jumlah *viewers* tertentu. *Keempat*, menonton secara *offline* tanpa berbayar. Youtube memiliki fitur simpan, download, dan nonton nanti yang memungkinkan pengakses menonton video kapanpun tanpa berbayar. *Kelima*, tersedia editor sederhana, di mana youtube memberikan penawaran kepada pemilik *channel* pada saat *upload* video untuk memotong, *memfilter*, dan menambahkan efek tertentu dalam video yang diunggah.

Konten keagamaan pada platform youtube menjadi konten ketujuh terbanyak yang sering diakses oleh pengguna media sosial di Indonesia. Kurang lebih 5,6 persen pengguna mengakses konten keagamaan pada kanal youtube dalam bentuk ceramah *live streaming*, video dakwah, film dakwah, musik positif, murotal atau tahsin al-Qur'an, kajian hadits, kajian tematik keislaman, dan lain sebagainya. Jumlah tersebut dipandang sangat potensial dalam menempatkan platform media sosial youtube sebagai media dakwah kontemporer. Partisipasi, keterbukaan, informasi, jaringan, dan keterhubungan menjadi karakteristik yang melekat pada kanal

youtube. Sehingga memungkinkan adanya koneksi dan *networking* antara da'i sebagai subjek dakwah dan mad'u sebagai objek dakwah.

Platform youtube digunakan sebagai media alternatif yang berimplikasi secara signifikan dalam upaya transmisi pesan keislaman. Dalam hal ini, youtube dipandang sebagai media interaktif yang digunakan untuk strategi dakwah Islam secara eksploratif, animasi, penelitian, dan praktik-praktik dakwah dalam bentuk lainnya (Oemar, 2014). Selain itu, youtube memiliki keunggulan dalam proses pengarsipan (*archive*) dokumentasi dakwah yang telah dilakukan dan dibagi. Dengan kata lain, literatur Islam dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh pengguna pada saat konten dakwah sudah dibagikan melalui youtube (Mutrofin, 2018).

Aspek lainnya berkaitan dengan pengemasan konten keagamaan. Dalam hal ini, da'i dan/atau pemilik *channel* mengemas pesan dakwah secara menarik, komunikatif, kreatif, dan inovatif, sehingga aktivitas tabligh tidak membosankan. Pengemasan ini dilakukan dengan berbagai varian dengan mempertautkan tidak hanya hal-hal yang bersifat auditif saja, termasuk juga konten yang digambarkan secara visual melalui simbol, *image*, grafis, dan videografi. Format penyajian konten dakwah juga dapat dilakukan secara interaktif dan langsung (*live streaming*).

Daya jangkau mad'u atau objek dakwah pada kanal youtube, dapat diakses oleh siapapun pada jarak yang berbeda dan dalam durasi kapanpun. Dengan kata lain, da'i dan mad'u tidak berada dalam satu tempat, sehingga memungkinkan transmisi pesan keislaman dilakukan dengan daya jangkau yang luas. Dalam hal ini, literatur Islam dapat diakses dengan mudah oleh mad'u, dan mad'u disajikan dengan konten keagamaan yang variatif dan menarik. Bahasa agama direpresentasikan secara populer, mudah dicerna, variatif, kreatif dan inovatif sebagai salah satu bentuk imagologi keagamaan yang mempertautkan teks, narasi, *image*, metafora, dan simbol-simbol tertentu (Fakhruroji, Rustandi & Busro, 2020). Sehingga memiliki efek yang mampu menarik perhatian audiens sebagai objek dakwah.

Teori Media Baru

“Various new media theories are derived from old media theories, but several new theories were born as a form of further study on the development of information and communication technology”

----Unknown---

Kajian media baru dapat ditelusuri dari adanya perkembangan pada teknologi komunikasi dan informasi. Dalam hal ini Denis McQuail (2010) melacak kajian media baru dari tradisi *medium theory*, *media ecology theory*, dan *new media theory* (Arif, 2012). *Medium Theory* berasumsi bahwa perkembangan media berdampak secara signifikan terhadap keberlangsungan kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, Marshall McLuhan (1964) memandang bahwa media memiliki kekuatan yang dapat merubah kondisi masyarakat. Ketika media mengalami perkembangan atau mediamorfosis, maka berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Tesis ini diperkuat dengan *media ecology theory* yang memandang bahwa adanya evolusi dalam masyarakat yang disebabkan karena perkembangan signifikan dari teknologi komunikasi dan informasi. Teori ini berasumsi bahwa *the medium is the message*, masyarakat tidak bisa menghindari dari teknologi dan teknologi menjadi pusat (episentrum) perubahan masyarakat. Karenanya, McLuhan mengajukan tiga kondisi dimana media melingkupi tindakan masyarakat, media mempersepsi dan mengorganisasi pengalaman masyarakat, dan media mengikat dunia bersama (*global village*).

Loncatan peradaban manusia yang ditandai dengan kehadiran media internet sebagai saluran komunikasi masyarakat memunculkan kajian tentang *new media*. Dalam hal ini, teori media baru memandang bahwa masyarakat membangun jaringan (*networking*) yang disebabkan karena adanya pola interaksi manusia yang mengarah pada proses komunikasi secara privasi. Everet M. Rogers (1986) memandang teknologi komunikasi sebagai

seperangkat keras dalam struktur organisasi yang memungkinkan setiap pengguna untuk saling mengumpulkan, memproses, dan saling menukar informasi. Lebih lanjut ia memandang bahwa teknologi ini mengandung nilai-nilai sosial yang dijadikan sebagai acuan sekaligus memungkinkan mengkonstruksi realitas sosial.

Teknologi komunikasi dipandang juga sebagai bagian dari kebudayaan manusia (Mc Omer, dalam Abrar, 2003). Ia memandang bahwa kemunculan teknologi informasi tidak hanya berkaitan dengan penciptaan perangkat keras sebagai saluran yang menghubungkan berbagai jaringan komunikasi masyarakat, tetapi juga teknologi komunikasi sebagai faktor determinan dalam menciptakan perubahan masyarakat. Lebih lanjut ia mengungkapkan bahwa teknologi komunikasi memungkinkan adanya industrialisasi dalam jumlah besar dan adanya penciptaan alat komunikasi yang menghubungkan masyarakat (Kurnia, 2005).

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13). Salah satu konsep penting dalam teori media baru adalah adanya masyarakat informasi (*information society*) yang membentuk masyarakat jaringan (*network society*). Masyarakat jaringan merpresentasikan adanya sebuah *global village* yang menunjukkan adanya interaksi di antara para pengguna dalam sebuah *cyberspace* yang disebut *virtual community* (Rustandi, 2020). Karenanya, karakteristik utama media baru adalah *connectedness, information, participation, access, dan interactivity* (Norhabiba & Ragil Putri, 2018).

Denis McQuail (2000) mengemlompokkan media baru menjadi empat kelompok, yaitu: *Pertama*, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari *handphone/smartphone, email, dan telephone*. *Kedua*, media bermain interaktif seperti internet, *videogame*. *Ketiga*, media pencarian informasi yang berupa portal *search engine*. *Keempat*, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet yang tidak hanya menampilkan keterhubungan melalui perangkat

keras saja, tetapi juga menimbulkan efek pada ranah afeksi dan emosional.

Secara praktis, media baru memiliki beberapa fungsi, yakni a) fungsi produksi yang menitikberatkan pada adanya pengumpulan dan pemrosesan informasi; b) fungsi distribusi yang merujuk pada adanya pengiriman dan pemindahan informasi melalui gelombang elektronik; c) fungsi *display* yang menampilkan informasi kepada pengguna, audiens sebagai konsumen informasi; dan d) fungsi *storage* yang menunjukkan adanya penyimpanan informasi secara elektronik (Pavlik, 1998).

Persoalan media baru memunculkan adanya fenomena informatisasi yang mengarah pada privatisasi. Dalam hal ini, informatisasi menunjukkan bahwa media komunikasi bersifat tidak tetap dengan penerimaan audiens yang berbeda pula (Ward, 1995). Karenanya, McQuail (2000) membagi tiga hal yang menjadi fokus kajian permasalahan media baru, antara lain: *Pertama, power and inequality* yang mengasumsikan hubungan media dengan kepemilikan dan kekuasaan, sehingga menjadikan arus informasi dikontrol. *Kedua, social integration and identity* yang memungkinkan adanya upaya disintegrasi oleh media baru disebabkan adanya privatisasi dan individualisasi informasi. *Ketiga, social change* yang mengasumsikan media baru sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi terencana dan disinyalir tidak adanya kontrol pesan baik dari pengirim maupun penerima (Kurnia, 2005).

Selanjutnya, berkaitan dengan pola arus komunikasi dalam media baru, J.J Bordewijk dan B. Van Kaam mengasumsikan empat pola dasar arus informasi media baru, yakni a) *alloculation*, dimana informasi didistribusikan secara simultan dalam beberapa periferi; b) *conversation*, dimana individu membangun interaksi dengan individu lainnya memilih topik, waktu, dan cara sesuai kehendaknya; c) *consultation*, individu mencari variasi informasi kepada sumber sesuai dengan yang diinginkannya; dan d) *registration*, individu ditempatkan dalam sebuah sistem informasi yang terkontrol melalui seperangkat jaringan dan lalulintas informasi.

Teori tentang media baru ini telah banyak yang mengembangkannya, diantaranya:

Pertama, Medium Theory. Medium theory digagas oleh Marshall McLuhan yang dipengaruhi oleh gagasan dari Harold Adam Innis. Pada dasarnya teori ini menekankan bahwa sifat suatu medium mempengaruhi dan dimanfaatkan masyarakat (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017). Teori ini menjelaskan bagaimana media berpengaruh dalam menyebarkan informasi baik secara fisik maupun psikologis. Teori ini bermanfaat dalam memahami tentang berbagai media dan bagaimana masing-masing media dapat bermanfaat dalam mendistribusikan informasi. Melalui analisis yang tepat dan penerapan teori ini pada media yang relevan, maka pemilihan teori ini dapat juga digunakan secara tepat (Lister, 2009).

Kedua, Uses and Gratifications Model. Teori ini dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori ini mempelajari asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media atau sumber lain yang membawa pada terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat-akibat lain termasuk yang tidak kita inginkan. Teori ini memiliki asumsi bahwa khlayak dianggap aktif dalam artian sebagian penting dari penggunaan media diasumsikan punya tujuan. Mereka menemukan bahwa khlayak menggunakan media untuk mengirim pesan, membantu mengembangkan citra diri, dalam kaitannya dengan sosial dan interaksi atau hiburan (Rakhmat, 2001)

Ketiga, diffusion of innovations theory. Teori ini dikembangkan oleh Everett Rogers. Teori ini menggambarkan bagaimana, mengapa, dan pada tingkatan apa teknologi baru berkembang dan diadopsi ke dalam berbagai konteks. Teori ini menggarisbawahi adanya 4 (empat) elemen utama yang mempengaruhi berkembangnya media baru yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial. Rogers mendefinisikan karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan seorang individu untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi. Pendekatan ini menyatakan bahwa tidak hanya pemimpin yang dapat memberikan

pengaruh terhadap perilaku khalayak melalui kontak personal, namun terdapat agen-agen perubahan lain dan penjaga pintu gerbang atau *gatekeeper* yang turut terlibat dalam proses difusi. Pendekatan ini menawarkan kerangka untuk mempertimbangkan bagaimana informasi mengalir melalui suatu jaringan dan faktor-faktor yang membentuk opini melalui pengambilan keputusan penggunaan teknologi (lihat. Rogers, 2003).

Keempat, teori Participatory Media Culture. Teori ini dikembangkan oleh Henry Jenkins. Jenkins menguraikan cara-cara di mana budaya media baru menawarkan khalayak untuk secara bersama-sama mengambil peran sebagai konsumen media dan produsen media sekaligus. Jenkins berpendapat bahwa dalam *Participatory Media Culture*, orang mampu secara kreatif menanggapi isi media dengan menciptakan komoditas budaya mereka sendiri sebagai upaya mereka untuk menguraikan dan menemukan makna di dalam produk media dan pesan yang ada. Dalam *Participatory Media Culture* masyarakat dapat lebih mudah merespon dan memberikan kontribusi dan pesan kepada media (lihat. Jenkins, 2013)

Kelima, Social Construction of Technology. Teori ini dikembangkan oleh konsep yang dikembangkan Pinch dan Bijker (1984). Teori Social construction of technology (juga disebut sebagai SCOT) adalah teori dalam bidang Sains dan Teknologi Studi. Teori ini berpendapat bahwa teknologi tidak menentukan tindakan manusia, melainkan tindakan manusialah yang membentuk teknologi. Mereka juga berpendapat bahwa cara teknologi yang digunakan tidak dapat dipahami tanpa memahami bagaimana teknologi yang tertanam dalam konteks sosialnya. SCOT merupakan respon terhadap determinisme teknologi dan kadang-kadang dikenal sebagai konstruktivisme teknologi (lihat. Bijker, W., & Pinch, T.,1984)

Keenam, Network Theory. Teori ini berkaitan dengan produksi komunikasi dan informasi dalam media baru, digunakan analisis Network Theory. Dalam ilmu komputer dan jaringan, yang dimaksud dengan teori jaringan adalah studi tentang grafik sebagai

representasi hubungan simetris atau hubungan asimetris antara objek diskret. Teori jaringan memiliki aplikasi di banyak disiplin ilmu termasuk *World Wide Web*, Internet, jaringan sosial, dan lain-lain (Mahmoud, *etc.*, 2018).

Ke-tujuh, Teori Interaksionisme Simbolik. Teori ini dikembangkan oleh George Herbert Mead. Teori Interaksionisme simbolik didasarkan pada ide tentang adanya interaksi antara individu dan masyarakatnya. Teori ini mengasumsikan adanya aktivitas komunikasi manusia yang diberi makna. Persepsi ini memandang bahwa perilaku manusia terbentuk karena adanya interaksi dengan manusia lainnya dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain sebagai mitra interaksinya (Mulyana, 2002).

Interaksionisme simbolik memandang bahwa kehidupan sosial sebagai hasil dari adanya interaksi manusia melalui simbol-simbol, bagaimana simbol tersebut digunakan dan merepresentasikan maksud komunikasi yang dilakukan. Serta bagaimana pengaruh simbol tersebut dalam kehidupan manusia (Berger, 2004).

Karakter dasar interaksionisme simbolik adalah hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan masyarakat dengan individu. Hubungan ini terjadi melalui berbagai simbol seperti gerak tubuh antara lain suara, vocal, gerakan fisik, ekspresi tubuh atau bahasa tubuh yang dilakukan secara sadar (Arisandi, 2014). Simbol-simbol ini merepresentasikan makna tertentu yang berkaitan dengan pikiran, diri, dan konsep sosial individu dalam sebuah masyarakat. Interaksi simbolik berlangsung secara simultan dan memengaruhi perilaku individu dan masyarakat.

Teori interaksionisme simbolik didasarkan pada tiga premis utama, yakni: *Pertama*, individu merespon situasi simbolik yang berkaitan dengan lingkungannya baik objek fisik maupun objek sosial yang disampaikan media di lingkungannya; *Kedua*, makna adalah produk interaksi sosial yang didapatkan melalui pemaknaan terhadap objek (fisik, peristiwa, tindakan) didapatkan melalui negosiasi penggunaan bahasa; dan *Ketiga*, makna bersifat tidak

tetap, akan berubah seiring dengan perubahan waktu dan diinterpretasikan melalui proses interaksi dan proses mental yang melibatkan komunikasi individu dengan dirinya sendiri (Sobur, 2004).

Gagasan interaksionisme simbolik menurut Mead didasarkan pada tiga konsep kritis dan saling memengaruhi. Ketiga menjadi *keyword* dalam menggambarkan proses interaksi masyarakat yang bersifat simbolik, yakni *mind*, *self*, dan *society* (Elvinaro, Komala & Karlinah, 2007). Pikiran didefinisikan sebagai proses percakapan individu dengan dirinya. pikiran merupakan berkembang dalam proses sosial dan bagian integral dari proses sosial. Pikiran tidak hanya menggambarkan respon tunggal, tetapi respon komunitas secara keseluruhan. Menurut Mead, pikiran terdiri dari empat tindakan, yakni impuls (rangsangan), persepsi (reaksi), manipulasi (pilihan), dan konsumsi (tindakan) (Wirawan, 2014).

Diri merupakan ciri khas manusia, kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif orang lain atau masyarakat. Diri memungkinkan seseorang berperan dalam percakapan orang lain karena adanya *sharing of symbol*. Pemaknaan terhadap diri memiliki dua sisi yakni diri sebagai pribadi (*self*) dan diri sebagai peran sosial (*person*) (Haryanto, 2012). Masyarakat (*society*) adalah proses sosial yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat memiliki peran penting dalam membentuk pikiran dan diri. Proses interaksi yang terjadi dalam masyarakat akan memengaruhi pikiran dan konsep diri seseorang. Karenanya, proses pemaknaan juga dilakukan kaitannya dengan konstruksi pikiran dan konsep diri individu.

Kedelapan, Etnografi Virtual. Teori ini dikembangkan oleh J. Spradley. Etnografi virtual berkembang sebagai sebuah metode penelitian yang merespon kehadiran media baru dengan berbagai gejala yang mengantarainya. Etnografi virtual didasarkan pada asumsi pengkajian terhadap internet dan proses interaksional manusia didalamnya. Dalam etnografi virtual yang dipertanyakan

adalah interpretasi dan reinterpretasi internet sebagai sebuah cara sekaligus medium dalam berkomunikasi (Hine, 2021).

Etnografi virtual mencoba menguak bagaimana individu atau kelompok budaya memahami realitas kehidupan virtualnya. Realitas virtual dimaknai sebagai sebuah representasi dari domain digital dari data dan pesan yang dipertukarkan dalam sebuah tata ruang digital (Rob Shield, 2003). Menurut Sheridan (1992) realitas virtual memiliki tiga unsur kunci, yakni informasi sensoris, kontrol hubungan sensor ke lingkungan, dan kemampuan memodifikasi lingkungan yang diciptakan komputer (Arif, 2012).

Dalam etnografi virtual fenomena yang diangkat merupakan kepingan-kepingan semata, tidak menggambarkan bagaimana sesungguhnya (kehidupan di) internet itu berlangsung. Bagi Hine, ada kerumitan dalam hal menjangkau informan, lokasi, dan bahkan kultur itu sendiri secara seutuhnya. Etnografer hendaknya mereka yang juga menjadi bagian dalam *cyberspace*.

Hubungan antara etnografer dengan subjek atau objek penelitian yang menggunakan teknologi merupakan bagian dari pengalaman pribadi etnografer ketika bersentuhan dengan (teknologi) internet dan menjadi bagian dalam *cyberspace* harus diabaikan demi menjaga objektivitas dalam melihat fenomena. Etnografer maupun informan (penelitian) harus dirasakan kehadiran antar keduanya. Etnografi virtual dijelaskan sebagai "*ethnography in, of and through the virtual*" sehingga interaksi tatap muka atau *face to face* tidak diperlukan (Arif, 2012).

Secara aplikatif, penerapan metode etnografi virtual tidak berbeda dengan penelitian etnografi pada umumnya. Mulai dari teknik pengumpulan data sampai analisis data, semua tergantung pada *interest* dan kebutuhan peneliti. Adapun yang membedakan etnografi virtual dengan etnografi pada umumnya yaitu: a) wawancara dilakukan dalam dua tahap (online dan offline). Wawancara online dilakukan untuk menggali data dan wawancara offline untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan secara online; b) observasi partisipan dilakukan dalam dua tahap yakni secara online dan offline. Secara online dilakukan dengan peneliti

tergabung menjadi bagian dari komunitas virtual dan terlibat dalam dinamika yang berlangsung. Secara offline untuk menganalisis dan memahami karakter individu dalam dunia nyata; c) Focus Group Discussion dilakukan untuk memperdalam dan memperoleh data secara variatif; d) sejarah hidup untuk mendalami subjek penelitian; dan e) analisis dokumen dilakukan untuk menjawab pertanyaan secara lebih terarah.

Adapun alur metode etnografi virtual adalah sebagai berikut: *Pertama*, pemilihan proyek etnografi baik yang bersifat makro maupun mikro. Dalam hal ini, proyek etnografi bisa dibedakan berdasarkan etnografi komprehensif, etnografi berorientasi topik, dan etnografi berorientasi hipotesis. *Kedua*, pengajuan pertanyaan etnografi yang didasarkan pada pertanyaan deskripsi konteks, analisis tema utama, dan interpretasi perilaku kultural. *Ketiga*, penggalian data etnografi yang dilakukan dengan mengamati aktivitas objek di media online dan offline. *Keempat*, pembuatan rekaman etnografi baik berupa catatan hasil wawancara dan observasi, analisis dokumen berupa gambar/foto, dan lain sebagainya. *Kelima*, analisis data etnografi. *Keenam*, penulisan sebuah etnografi.

Pengertian Sorogan

“Sorogan is a method in which the santri face the teacher one by one by bringing the book to be read he studied. A teacher reads it and translates it sentence by sentence; then explain what it means. Students listening to to the teacher's reading and repeating it until he understands it”

---Abudin Nata---

Secara etimologis, kata *sorogan* berasal dari bahasa jawa *sorog* yang berarti menyodorkan. Secara terminologis, metode *sorogan* merupakan metode pembelajaran yang dilakukan dengan cara santri menghadap kepada gurunya dan menyodorkan kitab kuning (arab gundul) untuk membaca kitabnya di bawah bimbingan gurunya (ustadz). Metode *sorogan* dilakukan dengan menitikberatkan pada kemampuan membaca santri secara harfiah dari teks kitab yang ada dan kemudian dikaji bersama guru sebagai pembimbingnya (Masrukan, 2016).

Praktik metode *sorogan* sebagai sebuah tradisi dan model pembelajaran dilakukan di pesantren salaf. *Sorogan* menjadi sistem kajian kitab kuning antara santri dan kiai. Secara praktik, metode ini dilakukan dengan cara santri menghadap kiai secara *vis a vis*, kemudian kiai membacakan kitab kuning yang disodorkan. Pada tahap selanjutnya, santri memperhatikan apa yang dibacakan oleh kiai dan kemudian mengulangnya sampai dipandang bisa. Pada akhirnya, bila dipandang mampu, kiai memberikan pengesahan kepada santri (Chairi, 2019). Pengesahan ini diberikan sebagai simbol bahwa santri telah menguasai dan memahami apa yang dibacanya baik al-Qur'an maupun kitab kuning (Hariadi, 2015).

Secara historis, praktik sorogan pada mulanya pernah dilakukan oleh Malik Ibnu Anas, seorang penggagas Mazhab Maliki atau yang lebih dikenal dengan sebutan Imam Malik, sewaktu mengajari para santri-santrinya. Nemun secara pasti

menggunakan istilah tertentu yang dipakai untuk menyebutkan metode pembelajaran ini. Di Indonesia metode ini diperkenalkan oleh Kiai Idris (Tebuireng) kepada para santri-santrinya dalam kajian kitab kuning (Ma'arif, 2015).

Secara substantif, tradisi sorogan mengedepankan pendekatan individual (*individual approach*). Model ini menitikberatkan pada adanya kesabaran, keuletan, dan kedisiplinan antara santri dan guru. Dalam hal ini, metode ini bertujuan untuk memperkuat kematangan kemandirian dan keterampilan santri baik secara kognitif, afektif, maupun psikomotorik (Dhofier, 1994). Model ini berbasis pada layanan individual dalam bentuk menyodorkan, membaca, menerjemahkan, dan menyetorkan kitabnya kepada guru. Model *sorogan* berpusat pada murid (*student center*) (Kamal, 2020).

Pembelajaran dengan metode dan model *sorogan* ini berupaya melakukan bimbingan dan pengawasan kepada santri secara utuh. Di mana bimbingan tidak hanya berkaitan dengan aspek intelektual saja, tetapi juga dilakukan dengan penuh penjiwaan. Model ini berorientasi pada penguatan kematangan diri santri dalam hal kedisiplinan, keuletan, perhatian, dan aspek lainnya. Sehingga, terwujud kepribadian diri santri sebagai calon ulama atau cendekiawan muslim.

Perkembangan Tradisi Sorogan

“You can't make up for lost time. You can only do better in the future”

---Ashley Ormon---

Metode *sorogan* dipandang sebagai cara efektif dalam proses awal pembelajaran kitab kuning yang dilakukan oleh santri. Metode ini menerapkan model pembelajaran yang bersifat tutorial, *face to face*, dan korektif. Guru memperhatikan apa yang dibacakan oleh santri, sekaligus juga mengoreksi apa yang dibacanya (Kamal, 2020). Pada gilirannya, guru tidak sebatas mengoreksi bacaan, tetapi juga memasukkan nilai-nilai (*values*) dari pembelajaran yang dilakukan baik dengan mengutarakan terjemah, interpretasi, maupun aspek historis, sosiologis, dan relevansi aktual yang berkaitan dengan kehidupan keseharian masyarakat.

Secara historis, praktik sorogan pada mulanya pernah dilakukan oleh Malik Ibnu Anas, seorang penggagas Mazhab Maliki atau yang lebih dikenal dengan sebutan Imam Malik, sewaktu mengajari para santri-santrinya. Nemun secara pasti menggunakan istilah tertentu yang dipakai untuk menyebutkan metode pembelajaran ini. Di Indonesia metode ini diperkenalkan oleh Kiai Idris (Tebuireng) kepada para santri-santrinya dalam kajian kitab kuning (Ma'arif, 2015).

Pada perkembangannya, praktik metode *sorogan* masih dipertahankan oleh sebagian besar pesantren salaf baik secara orisinal maupun melalui pengembangan-pengembangan lainnya. Misalnya, metode *sorogan* yang memadukan pemanfaatan media pembelajaran yang bersifat modern dan teknologis. Di mana secara substantif tetap menerapkan metode *sorogan* tapi dikreasikan dengan memadukan pemanfaatan media lainnya yang sesuai dengan perkembangan teknologi.

Ada beberapa karakteristik model pembelajaran *sorogan* sebagai sebuah sistem pembelajaran tradisional, antara lain: *Pertama*, pembelajaran *sorogan* dilakukan untuk optimalisasi daya

ingat santri dalam menghafal dan mempelajari serta menerapkan ilmu atau kaidah bahasa Arab dalam mempelajari al-Qur'an; *Kedua*, pembelajaran *sorogan* bersifat demonstratif. Di mana santri menampilkan kemampuan dirinya dalam membaca kitab kuning di hadapan gurunya. Hal ini berimplikasi pada adanya keberanian santri dalam menyampaikan gagasan dan menunjukkan keterampilannya; dan *Ketiga*, pembelajaran *sorogan* bermuara pada kematangan diri santri terutama dalam mempraktikkan kemampuannya. Santri dibiasakan untuk mengembangkan intelektualitas dan kepribadiannya sebagai modal persiapan untuk terjun di masyarakat (Mahrus, 2016).

Pembelajaran *sorogan* tidak hanya sarat dengan upaya pengembangan intelektual santri saja, tetapi juga melingkupi aspek kepribadian dan kejiwaannya. Hal ini dapat ditinjau dari proses pelaksanaannya yang mensyaratkan setiap santri harus dalam kondisi bersih diri, pikiran, dan jiwanya. Ini disimbolkan dengan keharusan santri mengambil air wudhu (kondisi bersuci) sebelum menghadap gurunya dan membacanya kitab kuningnya. Selain itu, pada saat menghadap santri mengambil posisi duduk di depan gurunya dan fokus pada bacaanya. Hal ini sebagai bentuk penghormatan (*takrim*) santri kepada guru. Hal penting lainnya, santri diharuskan membaca al-Qur'an terlebih dahulu sebelum melakukan *sorogan* kepada gurunya.

Aspek-aspek tersebut menjadi ciri khas pembelajaran *sorogan* yang berorientasi pada kematangan diri santri secara intelektual, emosional, dan spiritual. Aktualisasi dari semuanya dapat dilihat dari kesiapan santri untuk terjun dan mengamalkan pembelajarannya di masyarakat (sosial). Adapun mengenai kelebihan dan kelemahan pembelajaran *sorogan* sebagai sebuah sistem pendidikan tradisional antara lain:

Kelebihan pembelajaran *sorogan* memberikan kewenangan kepada santri untuk mengambil keputusan dan bertanggung jawab secara utuh, memperkuat relasi antara santri dan guru, adanya bimbingan secara maksimal dari guru, pemantauan kemampuan santri secara utuh oleh guru, proses evaluasi secara terus-menerus,

repetisi pembelajaran mengarahkan pada pembentukan pemahaman dan ketelitian, dan mengajarkan keuletan dan kedisiplinan.

Kelemahan pembelajaran *sorogan* terletak pada inefisiensi waktu dan tenaga pendidik. Dalam hal ini, *sorogan* mengharuskan santri dan guru memiliki banyak waktu untuk fokus pada pembelajaran sebab dilakukan dalam bentuk layanan individual. Selain itu, dibutuhkan tenaga pendidik yang banyak dan mumpuni. Sebab pembelajaran *sorogan* mengharuskan santri menghadap pada gurunya untuk diperhatikan dan dikoreksi seperti apa keterampilan membaca teks kitab kuning.

Dalam perkembangannya, tradisi sorogan di pesantren telah dipadukan dengan kemajuan teknologi. Pelaksanaan metode sorogan, di era teknologi informasi telah banyak dilakukan oleh beberapa kyai dengan menggunakan pelbagai platform media sosial, seperti facebook, youtube, Instagram, whatApp, zoom, google meet dan lainnya. Bahkan sebagian akademisi telah mendesain pelbagai aplikasi sorogan kitab. Misalnya, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (2018) telah mengembangkan aplikasi pembelajaran, aplikasi ini merupakan penggabungan antara tradisi Pondok Pesantren dengan Teknologi Informasi melalui tablet e-Sorogan. Menurut Rektor Unusa, Prof Dr Ir Achmad Jazidie, M.Eng, tablet e-Sorogan ini adalah komitmen dari Unusa untuk terus mengembangkan model pembelajaran interaktif berbasis IT. Sorogan berbasis elektronik (e-Sorogan). Caranya dengan memanfaatkan tablet sebagai pengganti buku. Selain lebih praktis, cara ini mengurangi penggunaan kertas dalam sistem perkuliahan.

Begitupun perkembangan penggunaan tradisi sorogan yang dipadukan dengan kemajuan teknologi informasi telah melahirkan beberapa ulama atau kyai muda untuk menggunakan platform media sosial, seperti facebook, youtube, Instagram, whatApp, zoom, dan google meet, seperti halnya Kyai Miftachul Akhyar, Kyai MUsthofa Bisri, Gus Ulil Abshar Abdala, Gus Baha, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, Buya Yahya, dan lainnya.

Tradisi Sorogan: Penanaman Moderasi Beragama

“Pesantren adalah memperkuat konstruksi dan narasi moderasi beragama guna menghasilkan santri yang berwawasan moderat”

---A.M. Billah---

Secara metodologis, pembelajaran *sorogan* menerapkan praktik yang bermuara pada proses penanaman pengetahuan, kerangka berpikir, dan mentalitas santri yang sabar, disiplin dan utuh. Selain itu, pembelajaran *sorogan* juga bermuara pada keterampilan santri agar lebih matang dalam mempersiapkan diri sebelum terjun ke masyarakat. Proses bimbingan, pengawasan, dan evaluasi dilakukan secara terus-menerus dan berkelanjutan agar terbangun kesadaran intelektual, emosional, spiritual, dan sosial yang komprehensif baik dari sisi santri maupun gurunya. Hal ini memperkuat proses internalisasi ajaran Islam dalam membentuk kepribadian yang terbuka, partisipatif, dan transformatif.

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan keislaman yang paling awal memiliki tujuan untuk membentuk kepribadian santri sebagai calon ulama yang mampu menggerakkan masyarakat. Sebab, pada faktanya kehadiran pesantren tidak bisa dilepaskan dari lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, pesantren memiliki fungsi sosial yang disimbolkan dengan adanya pengaruh dari kiai atau pimpinan pesantren yang tidak hanya berlaku di lingkungan internal pesantren, di kalangan santri dan asatidz saja, tetapi juga menjadi rujukan bagi masyarakatnya. Oleh karenanya, penerapan metode, model, dan pola pembelajaran pesantren bermuara pada proses penerapannya dalam kehidupan masyarakat.

Pembelajaran *sorogan* sebagai salah satu metode pembelajaran pesantren melingkupi proses penyiapan kematangan diri dan kepribadian santri sebagai modal untuk melanjutkan praktik dakwahnya di masyarakat. Karenanya, tradisi *sorogan* dapat dikatakan sebagai salah satu warisan model pembelajaran klasik pesantren yang memiliki implikasi dalam menyampaikan dan

mengamalkan norma-norma keagamaan secara terbuka dan moderat di lingkungan masyarakat. Pembelajaran *sorogan* memberikan pengalaman kepada santri untuk ulet, disiplin, sabar, dan visioner dalam mencapai tujuan pembelajaran.

Secara praktik, proses pembelajaran *sorogan* dilakukan melalui dua tahapan penting. Yakni tahap persiapan yang mensyaratkan adanya pembersihan jasmani dan rohani yang disimbolkan dengan keharusan berwudhu dan membac al-Qur'an sebelum melakukan *sorogan* kepada guru. Dan tahap pelaksanaan *sorogan* yang menampilkan proses bimbingan, pengawasan, demonstrasi, dan evaluasi dari guru kepada santri untuk memastikan santrinya memahami secara utuh materi pembelajaran baik secara tekstual maupun kontekstual.

Pemahaman dan aktualisasi nilai dan sikap moderasi beragama harus diawali dengan proses pembiasaan, membangun habitus yang terbuka, partisipatif, dan korektif. Pilar moderasi yang dimulai dari adanya keadilan, keseimbangan, dan toleransi ditanamkan ke dalam setiap santri melalui proses yang mendasar dan bertujuan. Dengan kata lain, tidak akan muncul sikap moderasi beragama jika tidak ada pembiasaan yang mengantarkan santri untuk terbiasa berpikir secara terbuka dan mandiri, bertindak secara teliti, dan bersikap partisipatif dan kritis dalam proses pemahaman nilai-nilai ajaran Islam.

Pembelajaran *sorogan* dapat dijadikan sebagai salah modal dalam membangun model penanaman moderasi beragama di lingkungan pesantren. Hal ini sangat strategis disebabkan posisi pesantren sebagai ruang pengembangan calon ulama, asatidz, dan tokoh keagamaan yang akan menjadi rujukan umat di masa yang akan datang. Dengan kata lain, pesantren sebagai habitus yang akan memperkuat ekosistem moderasi beragama di Indonesia. Peran ini sangat penting dilakukan agar setiap santri mampu mengamalkan nilai-nilai universalitas agama yang tidak hanya berorientasi secara internal umat Islam saja, tetapi juga untuk kehidupan kemanusiaan secara umum.

Buya Yahya, Ulil Abshar Abdalla dan Gus Baha

“Regardless of the polemic, the figure of Buya Yahya is an Aswaja cleric who is persistent in preaching and has advantages within the reach of his da’wah. Ulil Abshar Abdalla through the Ihya study, Ulil wants to invite Muslims to develop a more spiritualistic Islamic perspective. Gus Baha is a ‘kyai’ who is known to be simple and humble by the people of Indonesia”

---Die Hening---

Proses pelaksanaan dakwah yang dilakukan melalui media internet di ruang *cyberspace* didalamnya memunculkan wacana *cyberdakwah* atau dakwah digital. Secara praktis, aktivitas dakwah digital dilakukan oleh umat Islam dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi ini dilakukan dalam berbagai bentuk aktivitas dakwah, antara lain kajian online, produksi narasi dan konten dakwah, video dan animasi dakwah, serta konten-konten dakwah lainnya. secara sederhana, istilah dakwah digital atau *cyberdakwah* dapat dimaknai sebagai segala aktivitas penyampaian pesan dakwah meliputi amar ma’ruf nahi munkar dengan memanfaatkan teknologi *cyber* (internet) (Mazaya, 2019; Rustandi, 2019).

Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru (Malik, 2016). Pola komunikasi yang dilakukan dengan internet berlangsung secara two-way communication dan bersifat computer mediated communication (CMC). Ruang virtual internet menjadi media komunikasi umat Islam yang berorientasi pada upaya mengubah wajah Islam di seluruh dunia (Rustandi, 2019).

Internet menjadi ruang mayantara (*cyberspace*) yang menampilkan cara-cara baru dalam pola persebaran dakwah Islam.

Di dalamnya terdapat berbagai fitur atau aplikasi yang memberikan kemudahan dalam upaya diseminasi pesan Islam. Dakwah di ruang virtual mensyaratkan adanya interkoneksi dan interaktivitas. Koneksi dalam membangun jejaring (*network*) dilakukan melalui koneksi internet. Sementara itu, interaktivitas di ruang virtual dibangun melalui serangkaian tindakan dalam merumuskan gagasan, mengemas pesan, dan menyampaikan narasi sebagai upaya amar maruf nahi munkar.

Pelaksanaan dakwah melalui internet berorientasi pada produksi dan distribusi pesan secara populer, mudah dicerna, *diframing* secara menarik, menggunakan pendekatan multidisiplin, integrasi sains dan teknologi, rasional dan saintifik, bersumber pada otoritas normatif agama (al-Qur'an dan hadith) yang diinterpretasikan sesuai dengan aktualitas peristiwa atau gejala yang terjadi di masyarakat (Fakhrurroji, Rustandi & Busro, 2020). Dalam hal ini, dakwah melalui internet dikonstruksi bahasa agama yang didesain melalui pertautan antara teks-narasi, image-grafis, dan visual-videografi. Dakwah di internet dilakukan melalui rekayasa dalam proses imagologi agama (Nasrullah & Rustandi, 2016). Di mana bahasa agama di medium digital diproduksi secara subjektif (Hudjolly, 2011).

Tipologi dalam aktivitas dakwah digital dapat dibedakan menjadi enam kategori utama, yakni: (a) tipologi dakwah berbasis *website*, situs dan jejaring media sosial; (b) tipologi dakwah berbasis *mailing list*; (c) tipologi dakwah berbasis *Youtube* secara audio-visual; (d) tipologi dakwah berbasis *chatting*; (e) tipologi dakwah berbasis gambar, grafis dan animasi; dan (f) tipologi dakwah *e-book* (Muhaemin, 2018). Keenam tipologi dakwah tersebut dilakukan dalam ruang digital baik pada level individual, antar-individual maupun pada level komunitas.

Pada praktiknya, tipologi aktivitas dakwah di atas dilakukan melalui serangkaian produksi konten keagamaan yang mempertautkan antara teks, metafora, image, dan simbol. Aktivitas dakwah di media internet berorientasi pada adanya popularisasi pesan agama dengan harapan sampainya pesan tersebut melalui

daya jangkauan yang luas dan relatif singkat. Dalam hal ini, pelaksanaan dakwah Islam dilakukan bertujuan untuk membangun citra Islam yang diidentifikasi sebagai agama kekerasan, anti perdamaian, intoleran, dan mengajarkan terorisme. Karenanya, signifikansi dakwah Islam di ruang virtual dilakukan sebagai salah satu alternatif dalam melakukan kontra narasi sekaligus ruang melakukan perang wacana untuk membangun wajah Islam yang universal, rahmatan lil alamin.

Salah satu aktivitas dakwah digital dilakukan melalui platform media sosial. Media sosial merupakan media online yang memungkinkan setiap orang terhubung dalam sebuah jaringan bagi seluruh masyarakat dunia. Media sosial dipandang memiliki karakteristik partisipasi, keterbukaan, informasi, masyarakat, dan keterhubungan (Mayfield, 2008). Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan dalam aktivitas komunikasi dakwah virtual adalah youtube. Di Indonesia pengguna youtube dengan berbagai aktivitasnya mencapai 105 juta orang.

Youtube merupakan media sosial berbasis konten video. Setiap pengguna youtube dapat berbagi informasi dengan cara menjadi pemilik channel. Setiap pemilik channel dapat membuat video dan membagikannya seperti pengemasan dalam sebuah televisi (Nasrullah, 2017). Youtube menyediakan informasi berupa gambar bergerak. Umumnya, setiap pengguna dapat berbagi dengan cara mengupload video dan mendapatkan informasi dengan cara mencari dan mengdownload video youtube. Youtube merupakan web video sharing yang dapat digunakan untuk memuat, menonton, dan berbagi informasi dalam bentuk video secara gratis (Lingga, 2019). Umumnya video tersebut dapat berupa klip musik, film, TV streaming, dan video yang dibuat sendiri oleh pemilik channel.

Platform youtube digunakan sebagai media alternatif yang berimplikasi secara signifikan dalam upaya transmisi pesan keislaman. Dalam hal ini, youtube dipandang sebagai media interaktif yang digunakan untuk strategi dakwah Islam secara eksploratif, animasi, penelitian, dan praktik-praktik dakwah dalam

bentuk lainnya (Oemar, 2014). Selain itu, youtube memiliki keunggulan dalam proses pengarsipan (archive) dokumentasi dakwah yang telah dilakukan dan dibagi. Dengan kata lain, literatur Islam dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh pengguna pada saat konten dakwah sudah dibagikan melalui youtube (Mutrofin, 2018).

Kanal youtube al-Bahjah TV, Ulil Abshar Abdalla, dan Ngaji Ahlusunnah merupakan tiga kanal youtube yang secara konsisten menyiarkan aktivitas dakwah Islam, terutama berkaitan dengan penguatan keterampilan dan pengetahuan keagamaan dalam bentuk pengajian kitab kuning. Masing-masing memiliki fokus kajian kitab kuning yang diasuh oleh seorang kiai. Kanal Youtube Al-Bahjah TV di bawah asuhan Buya Yahya secara konsisten menyiarkan kajian live streaming kitab *Minhajul Abidin*, *Ayyahul Walad*, *Riyadush Sholihin*, *Syarah Asmaul Husna*, dan *Al-Hikam Ibn Atbaillah*.

Kanal Youtube Ngaji Ahlusunnah di bawah asuhan Gus Baha, secara konsisten melakukan kajian kitab kuning *Risalah Ahlu Sunnah Wal Jamaah* dan *Al-Qowaidu Al-Asasiyyah fi 'Ulumi Al-Qur'an*. Sementara itu, Kanal Youtube Ulil Abshar Abdallah yang menunjukkan nama pengelola sesungguhnya, secara rutin melangsungkan *live streaming* kajian kitab *Ihya Ulumiddin*, *Misykat Al-Anwar*, dan sesekali kitab *Al-Munqidz Min Al-Dlalal*.

Ketiganya merupakan ulama muda yang berasal dari tradisi nahdliyin dan masing-masing memiliki corak khas dalam proses berpikir, menafsir, dan menyampaikan pokok kajian kitab. Saat ini, ketiga ulama muda ini memiliki penggemar, audiens, jamaah, dan atau jamaah *youtubiyah* yang menjadi *viewers* dan *subscribers* masing-masing kanal youtube-nya.

Secara historis, ketiga ulama muda NU ini pernah merasakan pengalaman pendidikan Islam yang tidak hanya di lingkungan pesantren saja, tetapi juga pernah mengenyam pendidikan formal universitas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Secara etnografis, pengalaman hidup baik itu asuhan orang tua, pengalaman pendidikan, dan ekosistem intelektual yang pernah

dialaminya berpengaruh terhadap cara pandang (*worldview*) dalam memahami agama. Baik ajaran agama sebagai sebuah doktrin maupun sebagai sebuah sistem hidup. Karenanya, sebelum menggambarkan kanal youtube ketiganya yang dijadikan sebagai platform media dakwah digital. Penting untuk diulas secara singkat profil masing-masing ulama muda ini.

Buya Yahya memiliki nama lengkap Yahya Zainul Ma'arif Jamzuri, dilahirkan di Blitar, Jawa Timur, pada 10 Agustus 1973. Pendidikan formalnya dimulai dari SD sampai SMP di Blitar, SMA di Pondok Pesantren Darullughoh Wadda'wah di Bangil Pasuruan Jawa Timur, S1 dan S2 di Universitas Al-Ahgaf Hadramaut Yaman, dan menyelesaikan program Ph.D di American University for Human Sciences California Amerika Serikat.

Pendidikan non formalnya dimulai dari Madrasah Diniyah Al-Falah Blitar selama 8 tahun di bawah asuhan Al-Murobbi KH. Imron Mahbub, belajar Al-Qur'an di Blitar kepada Kyai Muhammad Ruba'i Marzuqi, murid dari KH. M. Arwani Kudus, selama 8 tahun belajar di Pondok Pesantren Darullughoh Wadda'wah Bangil Pasuruan di bawah asuhan Al-Murobbi Al-Habib Hasan Bin Ahmad Baharun, dan 9 tahun di Hadramaut Yaman kepada para ulama di Tarim dan Mukalla – Hadhramaut-Yaman di bawah asuhan Al-Murobbi Al-Habib Abdullah bin Muhammad Baharun dan Al-Murobbi Al-Habib Idrus bin Umar Al-Kaf. Saat ini, aktivitas dakwahnya dilakukan dengan mengembangkan Lembaga Pengembangan Dakwah (LPD) Al-Bahjah di Kelurahan Sendang Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon, Jawa Barat.

Ulil Abshar Abdalla dikenal sebagai tokoh Islam Liberal di Indonesia yang tergabung ke dalam Jaringan Islam Liberal (JIL). Ulil dilahirkan di Pati, Jawa Tengah, pada 11 Januari 1967. Ia dibesarkan di lingkungan NU, di mana ayahnya adalah Kiai Abdullah Rifa'i dari Pesantren Mansajul Ulum Pati dan mertuanya adalah Mustofa Bisri adalah seorang ulama sepuh NU dari Pesantren Raudlatut Talibin Rembang dan dikenal pula sebagai sastrawan, seniman, budayawan Indonesia juga.

Pendidikan formal dan non formalnya dimulai sejak menjadi santri di Madrasah Mathali'ul Falah, Kajen, Pati, Jawa Tengah yang diasuh oleh KH. M. Ahmad Sahal Mahfudz (wakil Rois Am PBNU periode 1994-1999), menjadi santri di pesantren Mansajul 'Ulum, Cebolek, Kajen, Pati Jawa Tengah, merah gelar sarjana dari Fakultas Syariah dari LIPIA (Lembaga Ilmu Pengetahuan Islam dan Arab) di Jakarta, belajar filsafat di Sekolah Tinggi Filsafat Driyakara, dan saat ini sedang menempuh program doctoral di Universitas Boston, Massachusetts, Amerika Serikat.

Selain aktif menyampaikan ceramah keagamaan, Buya Yahya dikenal sebagai kiai virtual yang seringkali melakukan “Ngaji Kitab Kuning” secara live streaming melalui platform media sosial youtube. Kanal youtube Al-Bahjah TV merupakan official media Buya Yahya yang sering menyiarkan kajiannya secara *live streaming* atau memposting ceramah Buya Yahya dalam berbagai kegiatan tabligh. Kanal youtube ini tampaknya menjadi kanal youtube resmi yang juga menjadi kanal youtube Lembaga Pengembangan Dakwah (LPD) Al-Bahjah yang didirikannya. Berdasarkan penelusuran, konten youtube yang berkaitan dengan kajian kitab kuning mulai diposting dan dilakukan secara *streaming* sejak pertengahan tahun 2016. Sampai kini, kanal ini secara konsisten memproduksi konten kajian keagamaan Buya Yahya dengan berbagai variasi konten.

Ulil merupakan cendekiawan muslim liberal, pada tahun 2003, Forum Ulama Umat Islam mengeluarkan fatwa kematian untuk Ulil atas tulisannya yang berjudul “Menyegarkan Kembali Pemahaman Islam” yang dimuat di HU Kompas dan dianggap menyimpang oleh ulama di Indonesia. Selain itu, pada 2011, Ulil pernah mendapati bom untuk dirinya di Komunitas Utan Kayu. Namun demikian, tradisi intelektualitasnya patut dipuji. Ulil Abshar Abdallah sangat produktif dalam menulis. Beberapa karyanya selain diterbitkan oleh koran, dipublikasikan pula dalam bentuk buku dan jurnal ilmiah. Tulisan-tulisannya dianggap kontroversial dan menuai banyak protes dari ulama-ulama di Indonesia.

Selain itu, Ulil Abshar Abdallah juga dikenal sebagai peneliti di beberapa lembaga penelitian, antara lain di Institut Studi Arus Informasi (ISAI), dan Direktur Program Indonesian Conference on Religion and Peace (ICRP). Sejak 2017, Ulil Abshar Abdallah secara aktif menyelenggarakan “Ngaji Kitab Kuning Virtual” melalui platform media sosial youtube mengenai kitab *Ihya Ulumiddin*.

Kiai Haji Ahmad Bahaudin Nursalim atau lebih dikenal dengan Gus Baha merupakan seorang ulama muda NU dari Rembang. Gus Baha dilahirkan pada 29 September 1970 di Rembang Jawa Tengah. Gus Baha merupakan putra dari pasangan KH. Nursalim seorang ulama pakar al-Qur’an, pengasuh pondok pesantren Tahfidzul Qur’an LP3IA, Kiai Nursalim al-Hafizh, dari Narukan, Kragan, Rembang. Kiai Nursalim merupakan murid dari Kiai Arwani Kudus dan Kiai Abdullah Salam, Kajen, Mergoyoso, Pati. Secara nasab, Gus Baha bersambung kepada ulama-ulama besar. Gus Baha dikenal sebagai santri kesayangannya KH. Maimun Zubair. Ibunya bernama Nyai HJ. Yuhanidz yang merupakan bagian dari keluarga besar ulama Lasem, dari Bani Mbah Abdurrahman Basyeiban atau Mbah Sambu.

Sejak kecil Gus Baha dididik untuk mencintai al-Qur’an. Hal ini dipraktekkan dengan mempelajari al-Qur’an dengan metode tajwid dan mahkhorijul huruf di bawah asuhan ayahnya. Menginjak remaja, Gus Baha sudah menghafal al-Qur’an 30 Juz secara sempurna. Kemudian ia dititipkan kepada KH. Maimun Zubair untuk mondok di Madrasah Ghozaliyah Syafi’iyah PP. Al-Anwar Karangmangu, Sarang, Rembang. Di pesantren inilah, keilmuannya semakin berkembang dan menonjol dengan menguasai ilmu hadis, fikih, dan tafsir.

Secara pendidikan formal, Gus Baha tidak pernah mengenyam pendidikan formal universitas. Walaupun ditawarkan oleh ayahnya untuk belajar di Rushoifah atau Yaman. Gus Baha memilih untuk mengabdikan kepada gurunya Mbah Maimun dan almamaternya di pesantren Al-Anwar. Sejak 2005, sepeninggal ayahnya, Gus Baha melanjutkan estafeta kepemimpinan pesantren

di pondok pesantren LP3IA Narukan. Walaupun tidak bergelar secara akademik, Gus Baha ditunjuk sebagai ketua Tim Lajnah Mushaf Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, yang saat itu duduk bersama para professor, Doktor dan ahli al-Qur'an di Indonesia seperti Prof. Dr. Quraisy Syihab, Prof. Zaini Dahlan, Prof. Shohib dan para anggota Dewan Tafsir Nasional.

Sejak beberap tahun terakhir, potongan ceramah dan kajian Gus Baha banyak menghiasa platform media sosial youtube. Sehingga membuat dirinya dikenal oleh umat Islam di Indonesia sebagai ulama ahli tafsir dan hadits. Jika kita menelusuri kanal youtube, tidak ditemukan kanal youtube yang menjadi official media dakwahnya. Penulis mendapat beberapa kanal youtube seperti Ngaji Bareng, Kajian Cerdas Official, Bayt Al-Hikmah, Kalam Channel, IQRO Channel, Ngaji Online, Ngaji Gus Baha Official dan Ngaji Ahlusunnah. Karenanya, penulis mengambil beberapa sampel video kajian kitab kuning Gus Baha dari beberapa kanal youtube yang mensiarkannya. Penulis melihat kanal youtube Ngaji Gus Baha Official sedang disiapkan sebagai kanal resmi kajian yang diisi oleh Gus Baha. Walaupun masih belum terlihat total *subscriber* dan *viewer* juga belum banyak konten-konten yang diposting.

Tentunya, latar belakang kehidupan ketiga ulama muda NU ini memengaruhi cara berpikinya dalam memahami agama. Termasuk dalam merespon fenomena dan dinamika keislaman dan keberagaman yang berkembang di Indonesia maupun secara global di dunia. Namun demikian, kehadirannya dalam ruang mayantara membuktikan bahwa inovasi dakwah ketiga ulama muda ini mulai bermigrasi dari cara-cara konvensional menuju transformasi digital. Dalam hal ini, inovasi kajian keagamaan ini dilakukan salah satunya dalam bentuk kajian kitab kuning, yang dalam tradisi pesantren dikenal dengan sebutan 'sorogan'. Di mana, kajian dengan pola sorogan ini masih dilestarikan sebagai corak khas intelektual pesantren, namun secara inovatif dengan memanfaatkan internet, khususnya platform media sosial.

**Platform Dakwah Digital:
Akun Youtube Al-Bahjah TV, Ngaji
Ahlusunnah Gus Baha, Ihya Ulumiddin Ulil Abshar
Abdalla**

“Buya Yahya, Ulil Abshar Abdalla and Gus Baha have consistently offered religious symbols that are able to warm the understanding and hearts of the Indonesian people”

---Die Hening---

Platform media sosial youtube yang digunakan oleh Buya Yahya, Ulil Abshar Abdalla and Gus Baha telah mendapat penerimaan positif dari publik pengguna internet aktif di Indonesia. Terutama dari kalangan generasi muda yang mendominasi tingkat penggunaan media sosial. Berdasarkan pengamatan, kanal youtube Al-Bahjah TV yang menyiarkan kajian kitab kuning Buya Yahya, sampai saat ini memiliki 4 juta pelanggan (*subscriber*) dengan total jumlah penonton (*viewer*) sudah mencapai 460.704.472 tayangan. Sampai saat ini terdapat kurang lebih 11.526 jumlah video yang menayangkan konten keagamaan Buya Yahya baik dalam bentuk ceramah keagamaan, potongan video, maupun *live streaming* kajian kitab kuning. Adapun total video yang secara khusus merupakan *playlist* kajian kitab kuning dengan berbagai judul dan tema kitab sejumlah 1.685 konten. Kajian kitab tafsir al-Qur’an, kitab Riyadush Sholihin dan kitab Al-Hikam memiliki jumlah video paling banyak yang sebagian besar dalam format *live streaming*.

Gambar 1 di bawah merupakan tampilan kanal youtube Al-Bahjah TV dalam berbagai *playlist* konten video. Tampilan *heading* youtube didominasi oleh foto Buya Yahya dengan variasi warna putih, hijau, kuning emas, dan hijau toska. Selain foto Buya Yahya tampaknya dicantumkan official media LPD Al-Bahjah yang didirikan oleh Buya Yahya.

Gambar 1.
Tampilan Heading Kanal Youtube Al-Bahjah TV

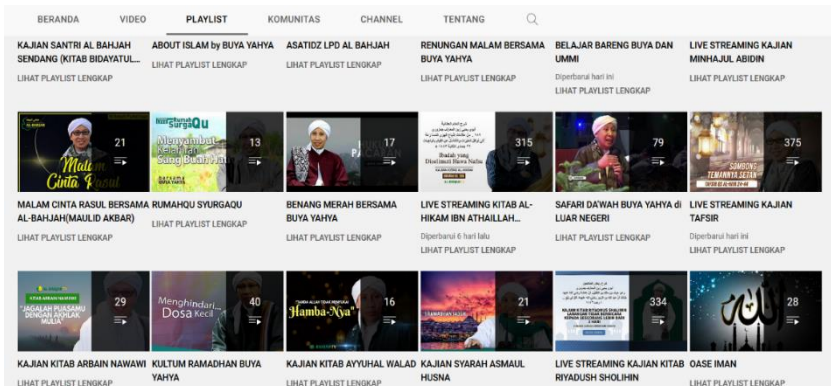


Sumber: Kanal Youtube Al-Bahjah TV, 2021

Gambar 1 merupakan *template* tampilan *heading* kanal youtube Al-Bahjah TV. Bila dilihat dari pertautan teks, gambar, narasi, simbol, dan *image* yang terlihat, jelas bahwa Al-Bahjah TV menjadikan Buya Yahya sebagai ikon kanal youtube. Di mana, Al-Bahjah TV menjadi official media resmi Buya Yahya sekaligus LPD Al-Bahjah yang didirikannya. Dalam hal ini, kanal youtube Al-Bahjah TV menjadi media dakwah resmi LPD Al-Bahjah yang menjadikan Buya Yahya sebagai ikon media.

Gambar 2.

Tampilan Playlist Konten Keagamaan Youtube Al-Bahjah TV

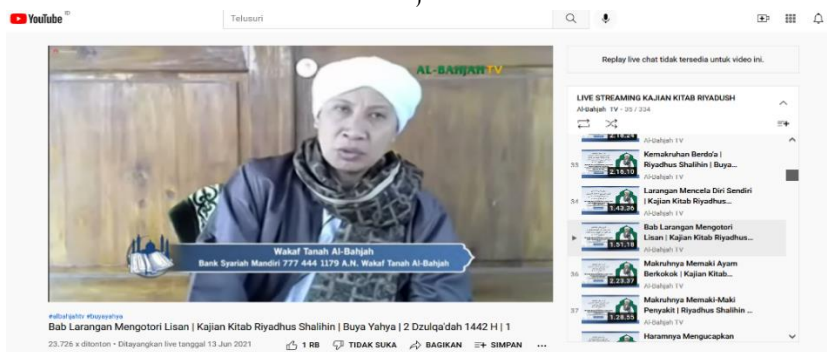


Sumber: Kanal Youtube Al-Bahjah TV, 2021

Gambar 2 merupakan playlist konten youtube Al-Bahjah TV yang kurang lebih memiliki 11 ribu konten keagamaan dengan berbagai variasi kajian. Baik kajian yang berkaitan dengan akidah, ibadah, syariah, akhlak, dan muamalah. Kajian-kajian ini diformat dalam beberapa bentuk seperti potongan video ceramah, tabligh akbar, video majelis Al-Bahjah di beberapa daerah, dan *recording* kajian kitab kuning secara *live streaming*.

Gambar 3.

Tampilan Youtube Konten *Live Streaming* Kajian Kitab Kuning Al-Bahjah TV



Sumber: Kanal Youtube Al-Bahjah TV, 2021

Gambar 3 adalah tampilan konten youtube dalam bentuk *live streaming* kajian kitab kuning. Rata-rata video berdurasi 1,5 sampai 2 jam. Diawali pembukaan oleh pembawa acara yang terlihat seperti santri LPD Al-Bahjah, *iftitah* atau pengantar dari salah seorang asatiz LPD, kemudian acara inti dari Buya Yahya yang menerangkan kajian kitab kuning sesuai judulnya secara rutin dan berurutan Bab per Bab, hadits per hadits.

Kanal youtube yang menyajikan ceramah keagamaan dan kajian kitab kuning Gus Baha tersebar di beberapa media youtube. Antara lain Ngaji Ahlusunnah, Ngaji Gus Baha Official, Channel TV21, Kalam-Kajian Islam, Bayt Al-Hikmah, dan lain-lain. Berikut gambar tampilan beberapa kanal youtube yang menyajikan kajian keagamaan Gus Baha yang merupakan hasil penelusuran penulis di media sosial youtube.

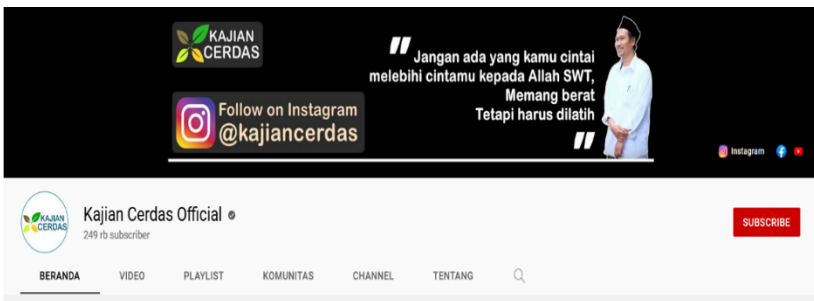
Gambar 4.
Tampilan Kanal Youtube Ngaji Ahlusunnah



Sumber: Kanal Youtube Ngaji Ahlusunnah

Gambar 4 adalah kanal youtube Ngaji Ahlusunnah yang menyajikan beberapa video konten keagamaan Gus Baha. Sampai saat ini kanal youtube ini memiliki 149 ribu *subscriber* dengan jumlah tontonan mencapai 53.366 *viewer*. Kanal youtube ini bergabung sejak 2019, masih belum memposting *playlist* konten youtube.

Gambar 5.
Tampilan Kanal Youtube Kajian Cerdas Official

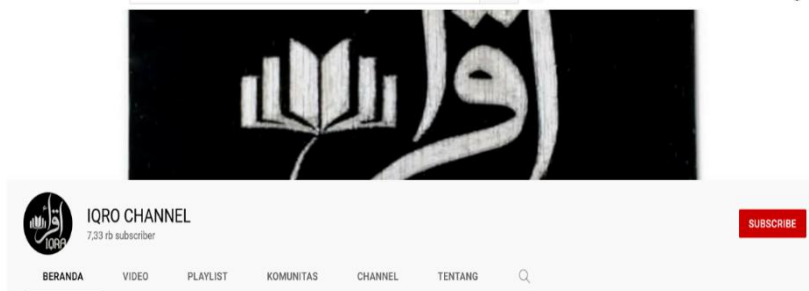


Sumber: Kanal Youtube Kajian Cerdas Official, 2021

Gambar 5 adalah tampilan *heading* kanal youtube Kajian Cerdas Official. Kanal ini bergabung sejak Juli 2019, saat ini memiliki 249 ribu *subscriber* dengan jumlah tontonan mencapai 30.747.051 *viewer*. Jumlah konten yang diposting oleh kanal youtube ini sudah mencapai 1.656 konten dengan berbagai variasi. Dari total video tersebut, konten yang menyajikan kajian kitab

kuning berjumlah 339 video, antara lain menampilkan kajian kitab Hikam, Jauharotut Tauhid, Nashoihul Ibad, Syariatullah Al-Kholidah, Al-Barzanji, Atqiya, Hayatus Sahabah, Arbain Nawawie, dan Tafsir Jalalain.

Gambar 6.
Tampilan Kanal Youtube IQRO Channel



Sumber: Kanal Youtube IQRO Channel, 2021

Gambar 6 adalah tampilan kanal youtube IQRO Channel. Bergabung sejak Oktober 2019, sampai saat ini memiliki 7,33 ribu *subscriber* dan jumlah tontonan mencapai 746.829 *viewer*. Terdapat 39 video yang menyajikan kajian Gus Baha yang merupakan kajian umum secara tematik. Penulis tidak menemukan konten video yang secara khusus berkaitan dengan kajian kitab kuning oleh Gus Baha.

Gambar 7.
Tampilan Kanal Youtube Ngaji Gus Baha Official



Sumber: Kanal Youtube Ngaji Gus Baha Official

Gambar 7 adalah kanal youtube Ngaji Gus Baha Official. Bergabung dengan youtube sejak 2016, namun pengelola tidak menampilkan jumlah *subscriber*. Adapun total tontonan sampai saat ini mencapai 376.614 *viewer*. Terdapat 109 konten video dengan kajian kitab kuning dan tafsir berjumlah 107 konten.

Dari keempat kanal youtube di atas, tampaknya kanal youtube Kajian Cerdas Official dapat dijadikan sebagai objek penelitian utama. Selain karena jumlah *subscriber* dan *viewer* yang paling banyak, juga secara *playlist* konten merepresentasikan fokus penelitian. Namun demikian, konten-konten video dari kanal youtube lainnya akan tetap ditelusuri dan dijadikan sebagai objek observasi yang melengkapi penelitian.

Gambar 8.

Tampilan Konten Youtube Kajian Kitab Kuning Gus Baha



Sumber: Kanal Youtube Kajian Cerdas Official, 2021

Gambar 8 adalah tampilan konten youtube kajian kitab kuning Gus Baha pada kanal Kajian Cerdas Official. Kajian kitab kuning Gus Baha disajikan dalam bentuk audio (podcast) dan tidak menampilkan audiens. Durasi video kajian antara 30 menit sampai 1,5 jam.

Gambar 9.
Tampilan Konten Kajian Kitab Kuning Gus Baha pada Kanal
Ngaji Gus Baha Official

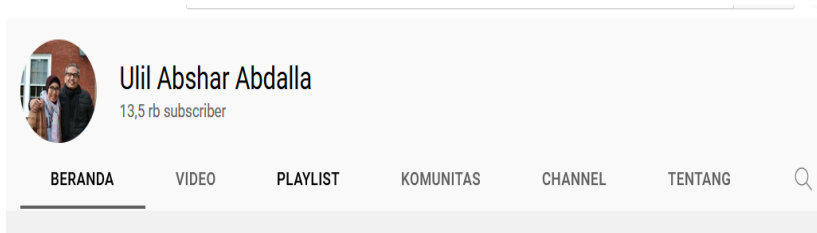


Sumber: Kanal Youtube Ngaji Gus Baha Official, 2021

Gambar 9 adalah tampilan kajian pada kanal youtube Ngaji Gus Baha Official. Sama dengan kanal youtube Kajian Cerdas Official, konten kajian kitab kuning Gus Baha hanya disajikan dalam bentuk audio saja. Kemudian yang menjadi ciri khas kajian Gus Baha, didominasi oleh penggunaan bahasa jawa yang mencirikan identitas lokalitas dirinya. Namun demikian, tema kajian bersifat global yang didasarkan pada bagian-bagian dari kitab yang dikaji dan dikontekstualisasikan dengan dinamika yang berkembang saat ini.

Kanal youtube Ulil Abshar Abdallah menyajikan konten-konten kajian dari Ulil. Penamaan nama kanal youtube persis sama dengan nama ulama muda ini. Tampaknya, Ulil menjadi ikon utama dari kanal youtube ini yang secara konsisten memproduksi konten-konten keagamaan, terutama berkaitan dengan kajian kitab kuning. Berdasarkan amatan penulis, terdapat empat kajian kitab yang disajikan yakni, kitab Ihya Ulumuddin, Misykat Anwar, Al-Munqidz Min Al-Dlalal, dan kuliah tematik Ihya. Secara *template heading* hanya menampilkan foto Ulil beserta istri, yang menonjol hanya pada tulisan Ulil Abshar Abdallah. Berikut tampilan kanal youtubanya.

Gambar 10.
Tampilan Kanal Youtube Ulil Abshar Abdalla



Sumber: Kanal Youtube Ulil Abshar Abdalla, 2021

Gambar 10 adalah tampilan kanal youtube Ulil Abshar Abdalla. Saat ini memiliki 13,5 ribu *subscriber* dengan jumlah tontonan mencapai 688.738 *viewer*. Bergabung sejak 2006, namun baru memposting konten kajian kitab kuing sejak Mei 2017. Saat ini sudah memiliki 229 konten video, dengan konten kajian kitab Ihya Ulumuddin adalah konten terbanyak dengan jumlah 126 konten.

Gambar 11.
Tampilan Konten Youtube Kajian Ihya Ulumiddin
Ulil Abshar Abdalla



Sumber: Kanal Youtube Ulil Abshar Abdallah, 2021

Gambar 11 adalah tampilan kanal youtube pada *playlist* konten yang berkaitan dengan Ngaji Ihya Ulumiddin. Gambar sebelah kiri adalah konten pertama pada saat Ulil melakukan *live streaming* kajian Ihya, sedangkan gambar sebelah kanan adalah konten terbaru *live streaming* kajian Ihya. Tidak seperti Buya Yahya

dan Gus Baha, tampak Ulil mempersiapkan konten ini sangat sederhana. Tanpa ada pembawa acara atau perangkat acara lainnya, sejak awal video, Ulil langsung membuka acara dan menyampaikan kajiannya. Durasi video kajian antara 1 sampai 1,5 jam. Pola pembahasan kitab Ihya ini oleh Ulil dibuat dalam 4 kuadran atau bagian pokok dan di bahas secara per bab.

Tren penggunaan internet sebagai media dakwah Islam dapat dilihat dari total pengguna internet yang semakin meningkat secara signifikan. Dalam ukuran kuantitas, hal ini dapat dijadikan sebagai acuan yang menampilkan besarnya potensi audiens (objek dakwah) yang terkoneksi melalui internet. Selain itu, adanya variasi media yang diciptakan melalui berbagai fitur dan aplikasi, memberi kemudahan dalam proses produksi dan distribusi pesan keislaman. Efisiensi waktu, biaya, dan daya jangkauan penyebaran adalah kemudahan lainnya yang didapat pada saat melaksanakan dakwah secara digital.

Digitalisasi dakwah dapat dikatakan sebagai tren aktivitas dakwah di masa depan. Oleh karenanya, penyiapan sumber daya dakwah yang memiliki keterampilan teknologis baik secara teknis maupun konsepsi harus dilakukan sebagai upaya menyambut tren dakwah digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Tentunya, penyiapan ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan optimalisasi aset dakwah yang berorientasi pada penguatan *mindset*, *mentality*, *skillset*, dan *society* seiring dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Media sosial memiliki tingkat popularitas yang tinggi bagi netizen (pengguna internet) di Indonesia. Hal ini didasarkan pada karakteristik media sosial yang bersifat inter aktivitas di antara pengguna sehingga bisa dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan membangun partisipasi dan kerjasama di antara para pengguna. Media sosial menawarkan ruang relasi dan interaksi yang bersifat virtual. Karenanya, media sosial memungkinkan adanya keterhubungan (*connectedness*) di antara para pengguna. Sehingga

berorientasi pada perwujudan sebuah jaringan sosial (*social network*) yang bermuara pada adanya *global village*.

Di Indonesia sendiri, terdapat sekitar 170 juta pengguna aktif media sosial. Platform media sosial yang paling banyak digunakan menurut APJII (2018) secara berurutan adalah Facebook (50,7%), Instagram (17,8%), Youtube (15,1%), Twitter (1,7%) dan LinkedIn (0,4%). Sekitar 61 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan sering menggunakan Youtube untuk akses informasi dan hiburan. Dalam hal ini, penetrasi pengguna internet mengakses konten youtube dalam bentuk film (16,2 persen), musik (13,6 persen), olahraga (8,9 persen), kuliner (7,7 persen), tutorial games (7,1 persen), dunia entertainment (5,6 persen), ceramah keagamaan (5,3 persen), berita (4,7 persen), vlog artis terkenal (3,5 persen) dan pendidikan (2,5 persen) (APJII, 2018).

Generasi milenial sebagai pengguna aktif media sosial harus terus diperkuat dengan gagasan dan narasi yang bermuara pada toleransi dan keharmonisan sosial. Salah satunya dengan cara menjejali kanal-kanal virtual dengan informasi keagamaan yang berbasis pada moderasi beragama. Hal ini penting dilakukan untuk membangun kontra narasi terhadap pesan-pesan yang bersifat bohong, provokatif, dan bernada radikal terorisme. Pesan-pesan keagamaan berbasis moderasi beragama menjadi alternatif dalam mengkonstruksi kerangka pemikiran yang moderat, toleran, dan bertujuan untuk menciptakan perdamaian.

Perspektif agama memandang bahwa kampanye nilai dan sikap moderasi beragama sangat penting dilakukan sebagai upaya membangun kontra narasi terhadap penyebaran konten-konten yang bermuara pada disintegrasi bangsa. Dalam hal ini, platform media digital harus didominasi dengan produksi dan distribusi konten-konten yang bersifat toleran dengan narasi damai dan non kekerasan untuk memperkuat dimensi keberagaman di Indonesia.

Moderasi beragama hendaknya menjadi nilai (*values*) yang harus ditanamkan dan didiseminasikan dalam ruang virtual. Hal ini sebagai upaya kontra narasi terhadap penyebaran informasi yang manipulatif, provokatif, ujaran kebencian, dan bernada radikal

terorisme. Moderasi Beragama harus dikembangkan menjadi karakteristik keberagaman di tengah keberagaman masyarakat Indonesia. Nilai dan sikap ini harus diproduksi secara masif dan didistribusikan secara masal agar menjejali lalu lintas interaksi virtual dalam berbagai platform media digital. Moderasi beragama harus diperkuat untuk membangun narasi keharmonisan di tengah masyarakat plural dan multikultural.

Imagologi Agama: Struktur Komunikasi Visual Dakwah Digital Berbasis Nilai-Nilai Moderasi Beragama

“The construction of this Islamic message is carried out through religious language which is full of imaginological processes. This process is done by linking various symbols that visualize the da'wah message conveyed. Religious imagery is carried out through the convergence of text engineering; whether in the form of status, memes, symbols, graphics, audio, video, cinematography, and so on”

---Ridwan Rustandi---

Industrialisasi digital mengantarkan pada adanya transformasi kehidupan menjadi serba digital (digital life). Hal ini terjadi dalam berbagai aspek kehidupan dan aktivitas keseharian manusia (everyday life). Karenanya, teknologi digital menawarkan cara-cara baru dalam membangun relasi dan interaksi manusia. Proses relasi dan interaksi ini terjadi melalui sebuah ruang virtual yang membentuk sebuah komunitas virtual berdasarkan kerja jaringan dengan adanya koneksi internet. Karenanya, era digitalisasi mensyaratkan adanya *connectivity* dan *interactivity* (Nasrullah, 2015).

Relasi virtual yang berlangsung di dalam ruang virtual ini terjadi pada tiga tingkatan. Yakni, *Pertama*, pada tingkat individu yang berpengaruh terhadap identitas diri; *Kedua*, pada tingkat antar-indivudi yang melahirkan relasi virtual seperti virtual shopping, virtual game, virtual conference, virtual sex dan virtual mosque; dan *Ketiga*, pada tingkat komunitas yang menciptakan satu model komunitas demokratik dan terbuka (Piliang, 2012). Ketiga tingkatan ini berkaitan dengan beragam kepentingan yang serba mungkin dan terkadang berlangsung serba instan sebagai karakteristik digitalisasi kehidupan manusia.

Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun

berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Media sosial dipandang sebagai ruang virtual yang memungkinkan setiap pengguna membangun relasi dan memperkuat jaringan meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial menjadi ruang virtual yang digunakan untuk berbagi, membangun atensi dan partisipasi, serta bertujuan mewujudkan komunitas virtual melalui proses interaksi dan komunikasi virtual. Media sosial mencerminkan proses komunikasi yang bersifat dua arah di antara partisipan, di mana setiap pengguna memiliki kebebasan dan akses yang sama dalam berbagi dan menerima informasi.

Analisis media siber dapat dilihat dari dua level, yakni level mikro yang berkaitan dengan teks, dan level makro yang berhubungan dengan konteks. Secara praktis, kedua level ini dibagi ke dalam empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman media (*experiential stories*). Keempat level ini tidak terpisah, melainkan saling berkaitan dan memengaruhi proses imagologi dan konstruksi pesan dan wacana yang disampaikan (Nasrullah, 2014)

Level ruang media (*media space*) berkaitan dengan prosedur dan aturan yang berlaku dalam penggunaan media. Dalam hal ini, peneliti mencoba menguraikan struktur perangkat media dan penampilan terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis. Level dokumen media (*media archive*) berkaitan dengan isi, pemaknaan teks/grafis sebagai wujud artefak budaya. Dokumen media berhubungan dengan penggunaan simbol, grafis, dan gambar yang menampilkan pesan media. Objek media (*media object*) berkaitan dengan interaksi yang terjadi di antara anggota komunitas. Pengalaman media (*experiential stories*) berkaitan dengan Motif, efek, manfaat atau realitas yang

terhubung secara *offline* maupun *online* termasuk mitos (Nasrullah, 2018).

Konstruksi pesan keislaman yang direpresentasikan melalui berbagai simbol sebagai sebuah proses imagologi keagamaan.

Diseminasi informasi keagamaan dengan segmentasi generasi milenial harus memperhatikan tampilan dan sajian yang menarik, dimana mempertautkan antara teks-narasi-image-simbol-metafora-grafis. Sebab, karakteristik generasi milenial yang akrab dengan perangkat digital, memungkinkan memanfaatkan media sosial sebagai platform penyebaran pesan keagamaan berbasis moderasi beragama.

Konstruksi pesan keislaman ini dilakukan melalui bahasa agama yang sarat dengan proses imagologi. Proses ini dilakukan dengan mempertautkan berbagai simbol yang memvisualisasikan pesan dakwah yang disampaikan. Imagologi keagamaan dilakukan melalui konvergensi dari rekayasa teks; baik dalam bentuk status, meme, simbol, grafis, audio, video, sinematografis, dan lain sebagainya. Proses inilah yang dalam ruang digital menjadi corak khas pesan keagamaan yang ditransimisikan dan didiseminasikan melalui platform media digital.

Komunikasi visual yang terbangun pada platform media sosial youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, Ngaji Ahlusunnah, dan Ulil Abshar Abdalla menampilkan konstruksi bahasa agama yang informatif, inovatif, dan rekreatif. Di mana, pesan keagamaan ditampilkan tidak hanya bersumberkan pada rujukan primer pelaksanaan dakwah Islam. Tetapi juga menyajikan sisi aktualitas referensi keislaman yang sesuai dengan tren atau realitas yang berkembang di masyarakat. Bahasa agama melalui kajian kitab kuning yang dikemas oleh ketiga ulama dengan menghadirkan prinsip-prinsip moderasi beragama.

Imagologi keagamaan memposisikan bahasa agama sebagai sebuah realitas yang diproduksi secara subjektif. Pada titik ini, bahasa agama dalam media sosial tergantung pada siapa yang menyampaikannya dan dengan tujuan apa. Media sosial sebagai ruang siber memungkinkan adanya peralihan atau perubahan unsur-unsur dari satu kategori ke kategori lainnya. Umumnya peralihan dan perubahan ini berlangsung melalui serangkaian simbol, metafora, memori, tindakan, perhitungan dan prediksi (Shield, 2011). Imagologi keagamaan menampilkan peralihan dan

perubahan antar fenomena yang berkaitan dengan praktik keagamaan dan kompleksitas teks agama yang disajikan.

Tradisi sorogan yang disajikan sebagai sebuah metode dakwah melalui ruang digital di media sosial merupakan bahasa agama yang dikemas secara imagologis. Struktur komunikasi visual yang terlihat menunjukkan pengelolaan pesan agama yang bersumberkan pada teks (sumber normatif) disajikan dengan rekreatif melalui peratutan simbolik dan metafora. Dalam hal ini, kanal youtube yang menyajikan kajian kitab kuning oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla dikelalo dengan mempertautkan teks (sumber nomatif, kitab kuning), simbol (ikonik yang direpresentasikan oleh ketiga ulama), *image*, dan grafis.

Komunikasi Visual Pada Kanal Youtube Buya Yahya, Gus Baha, Dan Ulil Abshar Abdalla

“Visual communication (communication through sight) is a series of processes for delivering information or messages to other parties using depiction media that can only be read by the sense of sight. Visual communication combines art, symbols, typography, images, graphic design, illustrations, and colors in its delivery”

---Kenneth Louis Smith---

Berdasarkan hasil amatan, komunikasi visual pada kanal youtube Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla dapat dilihat dari berbagai elemen desain grafis yang menjadi konstruksi pesan komunikasi visual. Dalam hal ini, elemen komunikasi visual tersebut antara lain berkaitan dengan gambar, hurup dan tipografi, warna, komposisi, dan *lay-out*. Keseluruhan elemen ini saling dipertautkan secara simbolik sehingga menghasilkan pesan komunikasi visual baik dalam bentuk audio, visual, dan/atau audio visual.

Komunikasi visual pada kanal youtube tersebut dapat dilihat baik dari sisi visual *language*, *visualizer*, *visual effect*, *visual information*, dan *visual literacy*. Bahasa visual berkaitan dengan perwujudan wacana yang digambarkan ke dalam sebuah bahasa sehingga dipahami oleh audiens. *Visualizer* adalah subjek atau orang yang memiliki pekerjaan untuk mewujudkan ide ke dalam proyek desain visual. Efek visual berhubungan dengan penggunaan suara, gambar, grafis, meme, dan efek tertentu yang mencerminkan realitas. Informasi visual berkaitan dengan informasi melalui penglihatan. Dan literasi visual berhubungan dengan kesadaran literat dalam proses penerimaan pesan (Toybah, 2016).

Tabel 4. di bawah ini menampilkan bentuk komunikasi visual pada tiga kanal youtube yang diasuh oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla yang berkaitan dengan tradisi sorogan kitab kuning pada ruang virtual.

Tabel 4.
Komunikasi Visual Platform Youtube

No	Akun Youtube	Visual Language	Visualiser	Visual Effect	Visual Informat ion	Visual Literacy
1	Al-Bahjah TV	Bahasa visual pada akun ini dikemas bersifat audio-visual. Narasi mencerminkan gagasan media yang diwujudkan ke dalam simbol-simbol tertentu. Bahasa Visual menekankan pada kajian keagamaan perspektif Buya Yahya. Selain itu, Bahasa visual dapat dilihat dari	Kanal youtube ini tampaknya dikelola oleh tim khusus yang merupakan bagian dari LPD Al-Bahjah yang didirikan oleh Buya Yahya. Hal ini tampak dari proses produksi, perangkat acara, setting tempat kajian, dan proses pengambilan gambar selama produksi dilakukan.	Hal ini tampak dari video pembuka, suara atau musik pengiring, running text yang berisi informasi selama kajian berlangsung, sampai dengan catatan gagasan yang menjadi titik tekan atau inti gagasan sesuai dengan topik bahasan.	Informasi visual dapat dilihat dari keberadaan Buya Yahya secara <i>live</i> dan <i>audiens</i> . Hal ini berkaitan dengan aspek verbal dan non verbal Buya Yahya pada saat menyampaikan materi kajian dan <i>feedback</i> dari audiens apakah dalam bentuk anggukan kepala, tertawa, dan mimik	Literasi visual dapat dilihat dari adanya <i>playlist</i> kajian yang menghimpun konten-konten Buya Yahya kemudian dikategorisasikan ke dalam beberapa konten. Salah satunya, kategorisasi konten yang berkaitan dengan kajian kitab kuning. Antara lain konten Kajian Kitab Riyadush Sholihin, Al-Hikam, Ayyahul Walad,

		pencantuman teks kajian berupa hadits atau bab dari kitab pada kolom judul dan deskripsi judul, video pembuka kajian, sorotan yang menampilkan audiens dan Buya Yahya, dan lain sebagainya.		Efek visual terlihat baik dalam bentuk kontras / tekstur, suara, warna, <i>image</i> , grafis, dan lain sebagainya.	muka lainnya saat menerima pesan dari Buya Yahya.	Syarah Asmaul Husna, Arbain Nawawi, dan lain sebagainya.
2	Kajian Cerdas Office al	Pada akun ini, bahasa visual ditampilkan hanya dalam bentuk audio kajian dan subtitle yang merupakan transliterasi Gus Baha.	Kanal youtube ini tampaknya hanya menyajikan konten kajian Gus Baha dan bukan bagian dari tim media khusus yang ditunjuk oleh Gus	Efek visual dalam bentuk pengunaan grafis yang menghisiasi audio kajian Gus Baha. Di mana grafis ini berisi gambar	Informasi visual hanya dalam bentuk audio dan/atau potongan gambar Gus Baha dalam posisi yang sama yang dijadikan efek visual.	Literasi visual dalam bentuk <i>playlist</i> konten video sesuai dengan topik dan bentuk kontennya baik yang bersifat audio saja, maupun audio-

		<p>Selain itu, topik kajian hanya ditampilkan dalam judul konten dan ilustrasi konten yang berisi gambar Gus Baha memakai peci, memegang mic dan berkemeja putih, kontras warna didominasi oleh hitam dengan siluet garis putih dan bening.</p>	<p>Baha. Visualiser pada kanal youtube ini adalah admin Kajian Cerdas Official yang mengumpulkan rekaman audio kajian Gus Baha kemudian disajikan dalam platform youtube dalam bentuk audio.</p>	<p>Gus Baha sedang memakai peci hitam dengan gaya khasnya, memegang mic, dan berkemeja putih. Domina si warna hitam dengan siluet garis lurus putih. Di pojok kiri atas tercantum bab kajian dari kitab yang di bahas, dan di pojok kanan adalah gambar durasi kajian.</p>	<p>Tidak ada sorotan kamera kepada audiens. Termasuk juga tidak dicantumkan teks hadits atau teks kitab kuning yang menjadi pokok kajian.</p>	<p>visual dengan sorotan tunggal kepada Gus Baha saja.</p>
--	--	---	--	--	---	--

3	Ngaji Gus Baha Official	Sama seperti kanal youtube Kajian Cerdas Official, kanal youtube ini menyajikan konten kajian kitab kuning Gus Baha dalam bentuk rekaman audio saja. Hanya saja tidak ditambahkan subtitle sebagai bentuk transliterasi audio Gus Baha. Bahasa visual menampilkan dominasi Gus Baha yang menggunakan bahasa	Berbeda dengan kanal Kajian Cerdas Official, secara visualisasi suara, kanal yotube ini lebih jernih. Penulis mengamati kanal ini diproyeksikan sebagai official media resmi Gus Baha. Media ini dikelola oleh Tim Media Ponpes Izzati Nuril Qur'an.	Efek visual dalam bentuk templat e berbent uk grafis yang berisi gambar Gus Baha dalam bentuk animasi atau karikatur di sebelah kiri, memakai peci hitam dan kemeja putih yang menjadi gaya khas Gus Baha. Dominasi warna, kontras dan tekstur variatif disesuaikan	Informasi visual pada kolom deskripsi hanya menampilkan lokasi rekaman audio diambil (Pesantren LP3IA Narukan), bab atau topik kajian sesuai kitab, serta official media Gus Baha baik itu situs, maupun akun media sosial di youtube, facebook, dan instagram . Pada sisi audiens, tidak ada sorotan khusus yang menunjukan audiens.	Literasi visual menyajikan <i>playlist</i> konten kajian Gus Baha. Tidak ada teks atau narasi materi kajian yang disajikan baik pada kolom deskripsi maupun audio selama kajian berlangsung.
---	-------------------------	---	--	---	---	--

		Jawa selama kajian berlangsung.		dengan kajian kitab. Masing-masing kajian kitab memiliki template grafis yang berbeda.		
5	Ulil Abshar Abdalla	Bahasa visual ditampilkan dengan apa adanya. Tampak Ulil Abshar Abdalla mengenai peci hitam, coklat atau warna lainnya. atau memakai penutup kepala khas Jawa, yakni blankon hitam. Memakai	Konten disajikan secara <i>live streaming</i> . Visualiser pada kanal ini adalah Ulil sendiri atau tim media khususnya. Sehingga tampak sederhana dan original.	Tidak ada visualisasi efek baik dalam bentuk background video, suara atau efek musik, running text, dan lain sebagainya.	Informasi visual dalam bentuk tampilan Ulil Abshar Abdalla yang membuka kitab kuning secara langsung, tanpa filter. Pada kolom judul dituliskan judul kitab dan edisi kajian dengan format hastag dan	Literasi visual tampak pada bagian deskripsi, di mana Ulil mencantumkan sumber kitab dari berbagai edisi penerbit. Misalnya pada kajian kitab Ihya Ulumiddin, Ulil mencantumkan format berikut: -Edisi Darul Minhaj: halaman

		<p>kemeja putih atau batik lengan panjang. Ulii duduk menghadap kitab yang ditampilkan secara original dan vulgar. Selama kajian berlangsung, Ulii membaca kitab kuning yang menjadi pokok kajiannya sesuai dengan tema atau topik. Hal lainnya tidak tampak grafis dalam bentuk video pembuka, running text, atau suara. Tampak</p>			<p>nomro (contoh: Ngaji Ihya Ulumiddin #285). Pada kolom deskripsi ditampilkan Bab, halaman dan judul kajian yang bersumberkan dari kitabnya.</p>	<p>556 (juz ke-5) -Edisi Dar Ibn Hazm: halaman 1051 baris tengah -Edisi lokal: halaman 154 (juz 3) bawah. Hal ini merupakan bagian dari literasi visual, di mana audiens bisa langsung merujuk kitab yang dimaksud.</p>
--	--	--	--	--	---	--

		<p>sangat natural dan mengesankan sorogan di pesantren, hanya saja tidak ada santri yang menghadap Uli, melainkan Uli sendiri lah yang membacanya.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Observasi Penulis, 2021

Tabel 4 di atas menunjukkan struktur komunikasi visual pada kanal youtube yang menyajikan kajian kitab kuning oleh Buya Yahya, Gus Baha dan Uli Abshar Abdalla. Peneliti menilai bahwa kanal youtube Al-Bahjah TV dapat dikatakan lebih profesional dan serius dalam menggarap dakwah digital dengan metode sorogan kitab kuning. Di mana, selain pengelolaan media yang dilakukan oleh tim khusus LPD Al-Bahjah, juga menampilkan adanya partisipan komunikasi yang tidak hanya Buya Yahya saja, tetapi juga ada pemandu atau pembawa acara, ada unsur audiens yang disorot dengan tujuan menunjukkan Jemaah Buya Yahya, dan tentunya penampilan Buya Yahya sebagaimana kajian di pesantren.

Berbeda dengan kanal youtube Kajian Cerdas Official dan Ngaji Gus Baha Official yang secara tunggal hanya menampilkan Gus Baha saja, itupun dalam bentuk rekaman audio. Penguatan bahasa visual hanya pada efek visual yang berbentuk grafis dan gambar. Sementara kanal youtube Buya Yahya menampilkan efek

visual yang variatif sejak dari audionya sampai dengan gambar dan grafisnya.

Sementara itu, kanal youtube Ulil Abshar Abdallah menampilkan sisi orisinalitas kajian yang dilakukan dalam bentuk *live streaming*. Tidak tampak adanya visual *effect* dalam bentuk audio maupun gambar lainnya. Ulil dalam posisi duduk membaca kitab kuning yang dikaji secara *full* gambar dan mencantumkan sumber atau rujukan.

Komunikasi visual berlangsung dalam ruang digital melalui konvergensi teks, simbol, grafis, audio dan video. Di mana setiap partisipan yang terlibat mendapat pengaruh dari terpaan pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Karenanya, dalam kerangka transmisi pesan keislaman secara digital, komunikasi visual menjadi penting sebagai rangkaian simbolik yang berasosiasi dengan proses pemaknaan pesan sebagai konstruksi bahasa agama yang ditampilkan.

Komunikasi visual yang berlangsung akan memengaruhi proses pemaknaan pesan yang dapat diuraikan melalui empat level analisis media siber, yakni pada level teks yang terdiri dari ruang media dan dokumen media, serta pada level konteks yang terdiri dari objek media dan pengalaman media. Keempat level ini menampilkan proses komunikasi visual yang berlangsung, terutama berkaitan dengan penguatan nilai-nilai moderasi beragama sebagai basis diseminasi pesan dakwah bagi generasi milenial. Tabel 5 di bawah ini menunjukkan analisis media siber pada empat platform media sosial youtube yang menampilkan konten kajian sorogan kitab oleh tiga ulama muda tersebut.

Analisis Media Siber Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla

“Cyber media are all forms of media that use the Internet. All content created and or published by cyber media users, including articles, pictures, comments, sounds, videos and various forms of uploads attached to cyber media, such as blogs, forums, comments from readers or viewers, and other forms”

---Die Hening---

Eksistensi media siber di Indonesia merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers (Dewan Pers, 2015).

Masih menurut Dewan Pers (2015), media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Dalam konteks penelitian, maka level dan unit analisis media siber akan berkaitan dengan *media space*, *media archive*, *media object* dan *experiential stories*. Ruang media (*media space*) dan dokumen media (*media archive*) berada dalam unit mikro teks. Sementara objek media (*media object*) dan pengalaman media (*experiential stories*) berada dalam

unit makro atau konteks. Namun, baik level objek maupun level pengalaman tidak sepenuhnya berada di ruang makro dan bukan berarti pula tidak terkait dengan apa yang terjadi di ruang mikro. Setiap level memiliki keterkaitan dan sesuatu yang tampak dalam konteks pada dasarnya berasal dari teks dan teks itu diolah terlebih dahulu melalui prosedur teknologi di media siber. Oleh karena itu, jika level teks bisa dianalisis dan dijadikan laporan penelitian tersendiri, dalam level konteks objek media dan pengalaman harus pula melibatkan data-data yang ada di ruang media dan dokumen media juga (Nasrullah, 2017).

Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya diproduksi dan disebarluaskan melalui internet. Teks tidak sekadar mewakili pendapat atau opini entitas di internet. Teks dapat menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas dari khalayak. Teks juga menjadi bukti dari adanya konteks atau situasi maupun pertukaran nilai-nilai yang terjadi pada khalayak dan lingkungan sosial mereka di internet. Level objek media memberikan gambaran secara konteks dan makro bagaimana budaya itu ada. Sebagai unit yang spesifik, level ini menguraikan bagaimana aktivitas budaya itu terjadi berdasarkan artefak budaya. Entitas dalam hal ini dapat dimaknai sebagai algoritma internet, aplikasi, maupun perangkat lainnya, dan tentu saja bagaimana khalayak. Interaksi yang terjadi, misalnya di kolom komentar Facebook, merupakan percakapan komunikasi termediasi komputer sebagai jejak digital dari sebuah budaya atau realitas yang dibangun. Level pengalaman media atau experiential stories mencoba untuk menawarkan praktik yang lebih dalam lagi dengan cara mengungkapkan aspek internal maupun eksternal dari khalayak tersebut. Motivasi atau tujuan yang akan dicapai sampai pada menggambarkan secara makro bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia offline. Hal ini dimaksudkan bahwa ada pengungkapan dan ada pertanyaan “mengapa” khalayak menggunakan teks yang dikonstruksi. Selain itu, sesuatu yang

muncul di online memiliki relasi dengan dunia nyata. Ada realitas di balik teks yang diunggah atau dikreasikan atau menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual (online) dengan realitas yang ada di dunia nyata (Nasrullah, 2014). DIBawah ini adalah contoh Analisa terhadap Analisis Media Siber Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla.

Tabel 5.

Analisis Media Siber Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla

Kanal Youtube	Level Analisis	Unit Analisis	Keterangan
Al-Bahjah TV	Mikro-Teks	Media Space	Konten bersifat audio-visual dengan penggambaran efek visual yang variatif dan rekreatif baik berbentuk suara maupun gambar. Selain itu, visualisasi menampilkan dua sisi yakni penyampai (Buya Yahya dan tim media lainnya) serta penerima (audiens atau Jemaah Buya Yahya baik santri maupun kalangan masyarakat umum)
		Media Archive	11.526 jumlah video yang menayangkan konten keagamaan Buya Yahya baik dalam bentuk ceramah keagamaan, potongan video, maupun live streaming kajian kitab kuning. Adapun total video yang secara khusus merupakan playlist kajian kitab kuning dengan berbagai judul dan tema kitab sejumlah 1.685 konten.

	Makro-Konteks	Media Object	4 juta pelanggan (subscriber) dengan total jumlah penonton (viewer) sudah mencapai 460.704.472 tayangan.
		Experiential Stories	Informan menyatakan antusias dengan konten kajian Buya Yahya dan mengikuti secara partisipatif setiap kajian yang disampaikan dengan menjadi <i>subscriber</i> dan <i>viewer</i> . Selain itu, sebagian besar informan menyampaikan bahwa konten yang disampaikan mudah dicerna, praktis dan relevan dengan konteks yang berkembang.
Kajian Cerdas Official	Mikro-Teks	Media Space	Konten berbentuk rekaman audio dengan subtitlenya. Visualisasi hanya dalam bentuk grafis yang menampilkan gambar Gus Baha yang di <i>crop</i> dari fotonya. Tidak ada sorotan kepada audiens atau jamaah karena hanya berbentuk audio berupa rekaman kajian.
		Media Archive	1.656 konten dengan berbagai variasi. Dari total video tersebut, konten yang menyajikan kajian kitab kuning berjumlah 339 video.
	Makro-Konteks	Media Object	249 ribu subscriber dengan jumlah tontonan mencapai 30.747.051 viewer.
		Experiential Stories	Informan menyatakan bahwa konten kajian keagamaan Gus Baha

			sangat menarik dan mengaku mengikuti kajian kitab kuningnya. Dalam pandangan sebagian besar informan, materi kajian sangat mendalam tapi mudah dicerna, bisa diterapkan secara praktis dan kontekstual.
Ngaji Gus Baha Official	Mikro-Teks	Media Space	Konten dalam bentuk rekaman audio tanpa disertai subtitle. Grafis hanya dalam bentuk tampilan <i>template</i> kategori kajian sesuai kitab yang dikaji. Gambar Gus Baha dalam bentuk potongan gambar yang dianimasikan atau dalam bentuk karikatur.
		Media Archive	109 konten video dengan kajian kitab kuning dan tafsir berjumlah 107 konten.
	Makro-Konteks	Media Object	Tidak ditampilkan jumlah subscribarnya. Tetapi memiliki 376.614 viewer.
		Experiential Stories	Informan menyatakan bahwa konten kajian keagamaan Gus Baha sangat menarik dan mengaku mengikuti kajian kitab kuningnya. Dalam pandangan sebagian besar informan, materi kajian sangat mendalam tapi mudah dicerna, bisa diterapkan secara praktis dan kontekstual.
Ulil Abshar Abdalla	Mikro-Teks	Media Space	Konten dalam bentuk audio-visual yang ditampilkan secara orisinal

			dan apa adanya. Ulil Abshar Abdalla sebagai aktor tunggal yang tampil dengan peci dalam bentuk blankon dan kemeja putih atau batik membaca kitab secara langsung. Kitab ditampilkan secara utuh atau full gambar. Tidak ada grafis atau efek visual apapun selama video kajian berlangsung.
		Media Archive	229 konten video, dengan konten kajian kitab Ihya Ulumuddin adalah konten terbanyak dengan jumlah 126 konten.
	Makro-Konteks	Media Object	13,5 ribu subscriber dengan jumlah tontonan mencapai 688.738 viewer.
		Experiential Stories	Informan menyatakan tertarik dengan kajian kitab kuning yang disampaikan Ulil Abshar Abdalla. Walaupun masih ada sebagian informan yang menyatakan bahwa Ulil adalah tokoh Islam liberal yang sekarang 'bertaubat'. Hal ini didasarkan pada historis Ulil yang pernah menyampaikan gagasan kontroversial terkait pemahaman agama, sehingga dikenal sebagai ulama liberal. Namun, kajian kitab kuning Ulil masih sarat dengan kajian-kajian filsafat dan secara kritis dikontekstualisasikan dengan tren yang berkembang di masyarakat.

Sumber: Observasi Penulis, 2021

Tabel 5 menunjukkan elemen komunikasi visual yang dianalisis berdasarkan karakteristik media sosial youtube. Di mana komunikasi visual berlangsung baik pada level teks dalam bentuk narasi dan tampilan konten pada kanal youtube, maupun pada level konteks dengan mengamati proses interaksi dan *feedback* dari audiens. Secara spesifik, analisis struktur komunikasi visual hanya dilakukan oleh peneliti terkait konten-konten yang menyajikan kajian kitab kuning. Di mana fokus penelitian diarahkan pada optimalisasi penggunaan metode sorogan kitab kuning sebagai *rolemodel* yang dapat digunakan untuk menanamkan nilai-nilai moderasi beragama bagi pengguna internet. Di mana, karakteristik media sosial youtube berbasis video baik secara auditif maupun visual.

Karakteristik Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla

“Each digital da’wah channel has its own characteristics based on the character of ‘ulama’ themselves”

---Unknown---

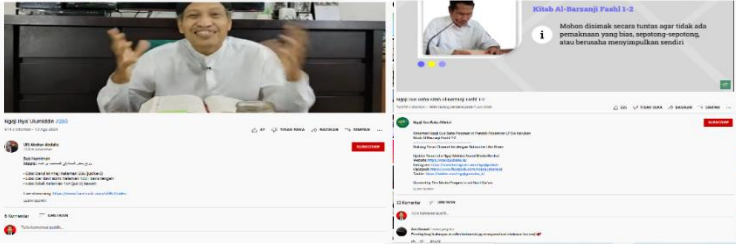
Kanal Youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla, jika dianalisis memiliki beberapa karakteristik media sosial, antara lain:

Pertama, media sosial terhubung didasarkan pada adanya jaringan (*networking*). Dalam hal ini, infrastruktur yang menghubungkan di antara partisipan dalam media sosial didasarkan pada adanya koneksi internet. Koneksi ini mengandaikan adanya keterhubungan antara satu perangkat keras (*hardware*) dengan perangkat keras lainnya. Jaringan yang terbangun melalui media sosial yang menampilkan konten-konten kajian kitab kuning menunjukkan adanya cara baru dalam mengemas tradisi pesantren dalam sorogan kitab dalam bentuk digital. Jaringan terbangun baik antara penyampai dengan penerima. Termasuk juga audiens yang terhubung secara virtual menjadi *subscriber* dan *viewer* kanal youtube tersebut. Gambar 12 di bawah ini menampilkan keterhubungan partisipan komunikasi secara virtual.

Gambar 12.

Jaringan Partisipan Komunikasi Visual pada Platform Youtube





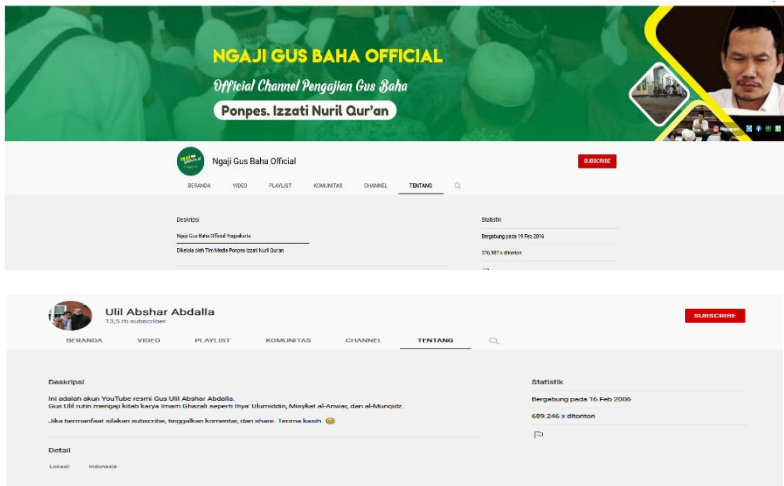
Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 12 adalah *networking* partisipan komunikasi yang tergambarakan melalui adanya interaksi antara media dengan audiens. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *subscriber*, *viewer*, dan interaksi dalam bentuk komentar. Baik pada kanal Al-Bahjah TV, Ngaji Gus Baha Official, maupun Ulil Abshar Abdalla, ketiganya tampak memperlihatkan adanya interaksi dan interaktivitas secara virtual, serta saling memberikan *feedback*.

Kedua, media sosial menjadi ruang untuk memproduksi, distribusi dan diseminasi informasi (*information*). Dalam hal ini, media sosial menjadi tempat mengkreasikan gagasan (*content*) dan menampilkan identitas diri melalui profil pada akun media sosial. Buya Yahya, Gus Baha dan Ulil Abshar Abdalla muncul sebagai aktor komunikasi visual dengan karismatik kiai dan tampil dalam platform digital. Sehingga lebih *widely* dan *wisely*. Ketiganya menjadi ikon kanal youtube tersebut yang mempraktikkan komunikasi visual melalui pengemasan konten yang berbasis teks, suara, simbol, gambar, dan grafis. Gambar 13 menunjukkan identitas akun media sosial yang menyajikan konten kajian Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla.

Gambar 13.
Informasi Profil Kanal Youtube





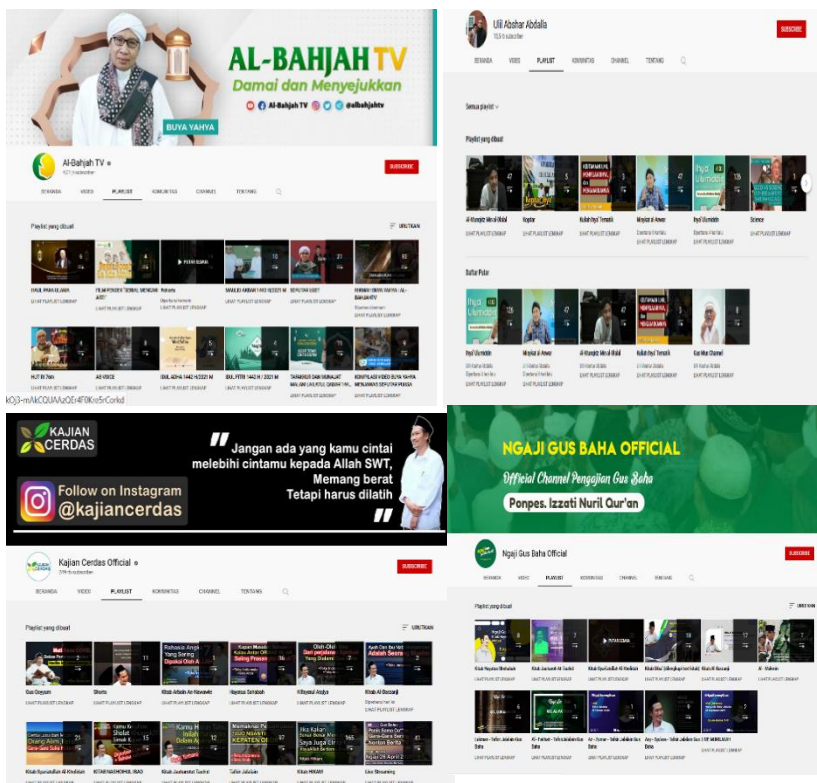
Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 13 menunjukkan informasi akun youtube yang menyajikan konten kajian Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla. Tampak pada ketiga akun tersebut menampilkan informasi pengelola, lokasi produksi konten, lembaga resmi, official media resmi ketiga ulama tersebut, dan bahkan tampilan gambar yang menunjukkan foto ketiganya. Pencantuman identitas profil akun menjadi penting dilakukan sebagai langkah awal bagi audiens untuk memverifikasi keaslian akun dan kredibilitas akun pada saat menyajikan konten. Sehingga, pada gilirannya, dapat menentukan daya tarik audiens bahkan mendorong audiens untuk berpikir, berbuat, dan bertindak sesuatu.

Ketiga, media sosial menyimpan informasi yang dipublikasikan secara terarsip (*archive*). Karakteristik ini memungkinkan setiap pengguna untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun. Dengan kata lain, konten-konten ini dapat diakses kapanpun dan tidak terbatas waktu selama tidak dihapus oleh pemilik akun. Konten-konten keagamaan pada kanal youtube dapat diakses secara manasuka sesuai dengan kebutuhan audiens. Hal ini dapat dilihat pada adanya *playlist* yang

menunjukkan kategorisasi konten youtube sebagaimana pada gambar 14 di bawah ini.

Gambar 14.
Arsip Dokumen Konten Youtube



Sumber: Observasi Penulis, 2021

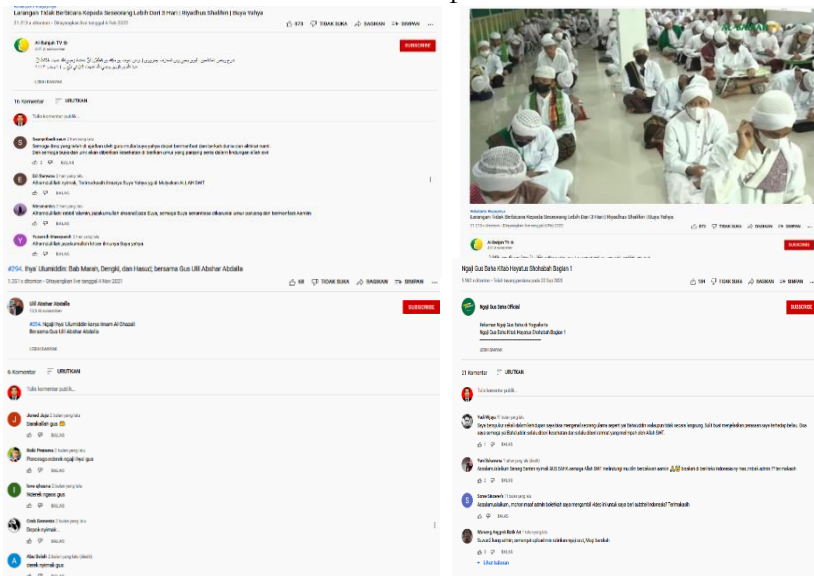
Gambar 14 adalah bentuk pengarsipan konten youtube yang menyajikan kajian Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla. Pengarsipan ini sudah berlangsung sejak pertama kali kanal ini bergabung dan mempublikasikan konten. Dengan kata lain, konten yang disajikan beberapa tahun ke belakang dapat dibuka kembali dan diakses kapanpun oleh audiens secara manasuka. Hal ini

menunjukkan bahwa karakteristik media sosial mampu mendokumentasikan konten kajian atau pesan dakwah dalam jangka waktu yang lama.

Keempat, media sosial memungkinkan menciptakan adanya interaksi yang bersifat aktif (*interactivity*). Dalam hal ini, media sosial bukan sekedar memperluas pertemanan (*followers*), tetapi juga memperkuat interaksi di antara penggunanya. Interaksi ini dapat terlihat dari adanya *feedback* audiens dalam bentuk menyukai, tidak menyukai, atau berkomentar. Peneliti menilai, ketiga konten youtube tersebut direspon secara positif dan aktif oleh audiens dalam bentuk komentar dan simbol menyukai. Tampaknya, kanal youtube Al-Bahjah TV lebih banyak dikomentari di banding kanal lainnya. Hal ini dikarenakan jumlah konten Al-Bahjah TV lebih banyak dibanding yang lainnya. Gambar 15 menunjukkan *feedback* baik dalam bentuk sorotan kamera pada audiens, kolom komentar maupun penyuka pada kanal youtube.

Gambar 15.

Feedback Audiens terhadap Konten Youtube



Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 15 menunjukkan adanya *feedback* dari para partisipan komunikasi yang tergabung dalam jaringan media sosial youtube. *Feedback* terjadi baik pada level personal, kelompok, maupun antar kelompok. *Feedback* juga terjadi baik dalam tampilan antara penyampai (Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla) dengan audiens yang menyaksikan secara langsung. Antara pengelola media dengan audiens dalam bentuk *subscribe, view, like, dan comment*. Serta antara audiens dengan audiens lainnya dalam bentuk menyukai komentar atau memberikan tanggapan dan komentar terhadap komentar audiens lainnya. Kesemuanya menunjukkan adanya *feedback* secara aktif dan partisipatif terhadap konten youtube mengenai kajian kitab kuning yang disampaikan oleh ketiga ulama tersebut.

Kelima, media sosial menjadi medium berlangsungnya interaksi masyarakat (*simulation of social*). Dalam hal ini media sosial merepresentasikan realitas sosial yang terbangun melalui dunia virtual. Sehingga membentuk sebuah komunitas virtual yang terhubung melalui koneksi jaringan. Pada level makro, visualisasi dan interaksi pada kanal youtube tersebut menampilkan simulasi dari realitas sosial. Pada kanal Al-Bahjah TV, simulasi realitas itu dalam bentuk adanya interaksi dan tampilan gambar yang tidak hanya Buya Yahya saja sebagai kiai, tetapi juga sorotan audiens yang diposisikan sebagai santri. Pada kanal Gus baha tidak ditemukan adanya interaksi antara penyampai dan penerima. Hanya saja simulasi realitas tampak dalam audio rekaman ceramah yang orisinal. Sedangkan pada kanal Ulil Abshar Abdalla, simulasi realitas itu tampak pada posisi Ulil yang duduk menghadap kamera dan membaca kitab langsung. Di mana gambar ditampilkan secara orisinal, walaupun tidak ada interaksi dengan audiens.

Gambar 16.
Simulasi Realitas sebagai Efek Konten Youtube



Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 16 menunjukkan adanya *simulation of social* dalam pengemasan pesan dakwah dalam kajian kitab kuning yang disampaikan oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla. Simulasi realitas sebagai cerminan dalam pengemasan pesan dakwah dilakukan melalui rekayasa teks, narasi, suara, grafis, gambar, dan simbol tertentu yang konvergen dan multi efek. Bahkan dalam kanal youtube Al-Bahjah TV, simulasi realitas tersebut digambarkan pula melalui sorotan video yang menunjukkan adanya jamaah yang secara langsung mendengarkan kajian Buya Yahya di lokasi yang sama. Tampak audiens tersebut adalah para santri Buya Yahya di LPD Al-Bahjah.

Sementara simulasi realitas Gus Baha dalam bentuk potongan video yang dipandang *relate* dengan topik pembahasan. Adapun simulasi realitas Ulil Abshar Abdalla dalam bentuk gaya penyampaian persuasif dan interaktif dengan publik yang menyaksikan secara *live streaming*. Walaupun di lokasi Ulil tidak ada audiens, tampak Ulil berinteraksi dengan audiens virtual seolah-olah ada di hadapannya secara langsung. Inilah simulasi realitas yang terbentuk melalui serangkaian kode simbolik dalam proses pengemasan pesan atau konten dakwah pada kanal youtube tersebut.

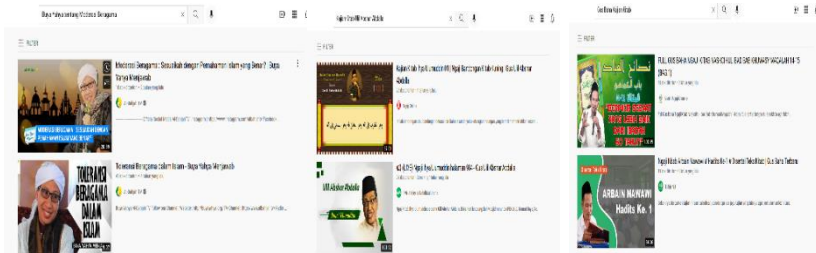
Keenam, media sosial menjadi platform media yang dapat diakses dan bebas digunakan oleh pengguna (*user-generated content*).

Karakteristik media sosial memungkinkan penggunaannya untuk mengakses dan mengelola media sosial sesuai dengan kehendaknya. Hal ini menunjukkan adanya relasi simbiosis dalam ruang siber yang menjadi corak khas dari *digital culture* atau *cyberculture*.

Secara umum, konten kajian kitab Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla sudah diakses oleh banyak pengguna youtube. Ada pengaruh simulasi realitas di kanal youtube yang relevan dengan konteks dan kondisi pengguna atau audiens dalam kehidupan nyata. Di mana hal ini berkaitan dengan realitas sosial yang sedang berkembang di masyarakat. selain itu, latar belakang Buya Yahya, Gus Baha dan Ulil Abshar Abdalla menjadi salah satu pertimbangan dalam menerima pesan dakwahnya.

Gambar 17.

Keteraksesan Pengguna pada Konten Youtube



Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 17 menunjukkan bahwa pengguna youtube sebagai pengguna yang memiliki kebebasan dalam mengakses konten apapun. Melalui fitur *search* pengguna media sosial youtube bisa mencari konten apapun yang dibutuhkan. Ini menunjukkan adanya *digital culture* yang berbasis pada keteraksesan dan kebebasan dalam mengelola akun media sosial. Di mana setiap pengguna bisa mengakses, berbagi, berinteraksi, dan membangun komunitas virtual dengan siapapun. Hal ini memperkuat karakteristik media sosial yang berbasis pada *networking* dan *archive*. Sehingga, memberikan kemudahan bagi pengguna dalam membangun relasi sosial virtual dengan berbagai tingkatan dan kepentingan.

Pengemasan pesan dakwah dalam medial sosial youtube menjadi aspek penting untuk menarik perhatian audiens. Karenanya, konstruksi bahasa agama dikemas melalui proses komunikasi visual yang mengkonvergensi antara teks, narasi, grafis, simbol, suara, dan gambar. Perpaduan di antara elemen-elemen visual tersebut akan membentuk sebuah pesan dakwah yang diorientasikan dengan tujuan tertentu. Visualisasi pesan yang tidak hanya mengandalkan audio, tetapi juga gambar, narasi, simbol dan grafis menjadi kekuatan pesan yang mampu menarik audiens untuk terlibat secara aktif dan mendorong audiens untuk bertindak sesuai dengan makna pesan secara partisipatif.

Pesan apapun apabila dikemas dengan desain konten yang menarik akan memberikan efek terpaan yang kuat kepada audiens. Hal ini berkaitan dengan motif, efek, dan manfaat dari realitas yang terhubung secara online maupun offline. Pesan moderasi beragama berkaitan dengan penanaman nilai keseimbangan, keadilan, dan toleransi dalam menyikapi realitas keberagaman masyarakat. Diseminasi nilai-nilai berorientasi pada sikap moderasi beragama dalam ruang digital menjadi penting dilakukan sebagai kontra narasi konten-konten yang bermuara pada disharmoni dan disintegrasi sosial. Efek terpaan pesan media sosial akan mampu menggerakkan sisi rasionalitas, emosionalitas, motivasi, dan behavioural audiens yang menerima. Apalagi ketika pesan diproduksi secara repetitif dan ditransmisikan secara simultan.

Komunikasi visual melalui media sosial yang berbasis jaringan adalah modal dalam membangun relasi sosial virtual. Jaringan ini mengkoneksikan berbagai pengguna dengan beragam kepentingan dalam berbagai tingkatan relasional. Baik pada tingkat individual, antar individual, maupun dalam tingkatan antar kelompok. Diseminasi informasi yang berjejaring dan terarsipkan memudahkan keteraksesan pengguna dalam mengkonsumsi konten informasi yang disajikan melalui platform youtube. Karenanya, produksi dan diseminasi konten dakwah berbasis moderasi beragama akan menjejali 'hutan' *cyberspace* dengan konten-konten positif. Sehingga menjadi modal dalam membangun

habitus dan eksositem dakwah digital yang moderat, akurat, bijak, dan toleran.

Inilah bagian dari upaya menciptakan infrastruktur dakwah digital yang tidak hanya menampilkan satu sisi keberislaman secara parsial, tetapi menyajikan universalitas Islam sebagai ajaran yang *rahmatan lil alamin*. Aktualisasi nilai-nilai moderasi beragama ini dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip dakwah yang menyentuh, membekas, dan menggerakkan penerima untuk berpikir dan bertindak sesuai dengan nilai normativitas dan aktualitas ajaran Islam yang moderat dan akurat. Produksi dan diseminasi konten dakwah melalui kemasan tertentu dalam platform media sosial menandai adanya babak baru dalam menyambut masa depan dakwah Islam di ruang virtual.

Interaksional Generasi Mileunial dalam Memahami Nilai-nilai Moderasi Beragama di Ruang Virtual

“Media literature of the millennial generation in the era of digital disruption and post truth requires mainstreaming of religious moderation. So that they are able to maintain the harmonization of national nad religious life”

---Die Hening---

Moderasi beragama hendaknya menjadi nilai (values) yang harus ditanamkan dan didiseminasikan dalam ruang virtual. Hal ini sebagai upaya kontra narasi terhadap penyebaran informasi yang manipulatif, provokatif, ujaran kebencian, dan bernada radikal terorisme. Moderasi Beragama harus dikembangkan menjadi karakteristik keberagamaan di tengah keberagaman masyarakat Indonesia. Nilai dan sikap ini harus diproduksi secara masif dan didistribusikan secara masal agar menjejali lalu lintas interaksi virtual dalam berbagai platform media digital. Moderasi beragama harus diperkuat untuk membangun narasi keharmonisan di tengah masyarakat plural dan multikultural.

Praktik dakwah digital yang berlangsung di internet menandai adanya perubahan dalam tiga dimensi kehidupan beragama umat Islam, yakni: *Pertama*, dimensi institusi agama. Dimensi ini ditandai dengan adanya representasi pranata keagamaan secara virtual, misalnya melalui situs, kanal dan aplikasi digital keislaman. *Kedua*, dimensi ritual yang ditandai dengan adanya fenomena beragama dalam ruang virtual. Dalam hal ini, fenomena *online religion* dapat ditemui dalam berbagai aktivitas keagamaan secara *online*, misalnya tabligh, dzikir, muhasabah, istighosah, dan lain-lain. *Ketiga*, dimensi literasi agama yang ditandai dengan pencarian sumber pengetahuan dan rujukan keagamaan secara virtual (*religion online*). Misalnya transmisi ajaran-ajaran agama dengan memanfaatkan teknologi digital baik dalam bentuk narasi, animasi, video, desain grafis, maupun secara *streaming* (Fakhruroji, Rustandi & Busro, 2020).

Dakwah digital menampilkan aktivitas *amar ma'ruf nahi munkar* yang dilaksanakan melalui platform media digital. Aktivitas dakwah ini dilakukan baik dalam bentuk narasi, teks, image, grafis, simbol, dan video. Dakwah digital dilakukan sebagai upaya membangun narasi dan wajah Islam dalam ruang virtual. Sehingga, doktrin ajaran Islam dapat tersampaikan melalui kreasi dan inovasi pengemasan dan penyampaian dengan cara tertentu mengikuti logika media baru seperti internet.

Sifat dan karakter internet yang terbuka, demokratis, dapat diakses secara bebas, tanpa sekat, interkoneksi, dan interaktivitas menjadi daya tawar dalam mengenalkan wajah Islam di dunia. Umat Islam menggunakan internet sebagai media baru untuk menyebarkan risalah Islam baik untuk muslim maupun bagi kalangan non muslim. Dakwah melalui jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan beberapa alasan, diantaranya mampu menembus batas ruang dan waktu dengan energi yang relatif cepat dan daya jangkau yang luas (Faroqi & Ismail, 2013: 102).

Universalitas gagasan, nilai, sistem, dan ideologi menjadi sebuah keniscayaan yang terjadi di ruang virtual. Hal ini sebagai konsekuensi adanya deterritorialisasi kebudayaan, arus modernisasi dan globalisasi peradaban manusia yang mengarah pada perwujudan *global village* (McLuhan, 1964). Posisi inilah yang berimplikasi terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Di mana digitalisasi kebudayaan manusia berlangsung dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dimensi keagamaan.

Perspektif sosiologis memandang bahwa koneksi internet merubah struktur interaksional manusia dalam berbagai kepentingan. Di mana jaringan internet menghubungkan beragam realitas sosial dalam sebuah ruang *public domain*. *Cyberspace* menjadi medium komunikasi visual yang menampilkan cara-cara berinteraksi secara virtual. Dalam hal ini, relasi sosial bermuara pada adanya realitas virtual yang termediasi melalui ruang mayantara.

Relasi sosial virtual ini terbangun pada tiga tingkatan utama, yakni pada level individual, antar individual, dan antar kelompok. Pada tingkatan pertama, relasi sosial berimplikasi terhadap identitas diri pengguna. Efek terpaan media internet memengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak. Di mana efek terpaan ini berpengaruh baik pada aspek *mindset*, *skillset*, maupun *mentality*.

Pada tingkatan kedua, relasi sosial virtual berimplikasi terhadap hubungan interaksional antar individu yang mulai menggunakan perangkat digital sebagai media berkomunikasi. Dengan kata lain, komunikasi virtual menjadi cara baru setiap individu saling berkomunikasi apakah melalui aplikasi *chatting*, *messenger*, *video call*, *voice note*, dan lain sebagainya. Komunikasi manusia bermigrasi menjadi komunikasi bermedia melalui perangkat-perangkat digital pintar (*smartphones*).

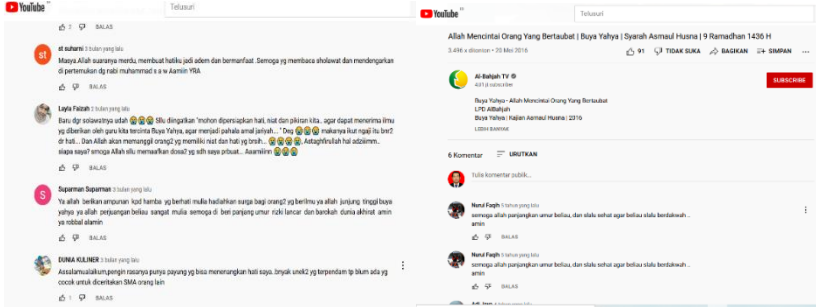
Pada tingkatan ketiga, relasi sosial virtual terbangun melalui sebuah jaringan (*networking*) dan membentuk sebuah komunitas virtual (*virtual community*) yang bermuara pada adanya realitas virtual (*virtual reality*). Realitas virtual mencerminkan simulasi realitas (*simulation of reality*) yang menunjukkan adanya motif, efek, manfaat dan atau hubungan realitas *offline* sebagai akibat dari adanya relasi secara *online*. Pada tingkatan ini, relasi sosial virtual terbentuk melalui serangkaian kode simbolik yang dimaknai dalam sebuah komunitas dan menjadi panduan dalam melaksanakan aktivitas di ruang virtual.

Berdasarkan hasil penelitian, struktur interaksional generasi milenial pada kanal youtube yang menyajikan konten kajian kitab kuning oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla terjadi pada ketiga tingkatan relasional tersebut. Hal ini penulis lakukan dengan mengamati bentuk interaksi virtual yang terjadi di media sosial melalui kolom komentar, menyukai, dan membagikan. Kemudian, peneliti mencoba mengkonfirmasi kepada beberapa informan secara *online*. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menemukan relasi sosial virtual di antara pengguna media sosial. Terutama bagi generasi milenial yang menjadi *subscriber* dan *viewer*

kanal youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla.

Gambar 18 di bawah ini merupakan interaksi virtual yang terjadi pada tingkatan individu. Di mana adanya interaksi yang dibangun dalam bentuk *like*, *comment*, dan *share*.

Gambar 18.
Interaksi Virtual pada Tingkatan Individual



Sumber: Kanal Youtube Al-Bahjah TV, 2021

Gambar 18 adalah potongan komentar pada kanal youtube Al-Bahjah TV pada saat kajian kitab virtual Buya Yahya. Interaksi pada tingkat individual ini dapat dilihat dengan men-*setting* notifikasi pada akun youtube, berlangganan, menonton tayangan video, menyukai konten, membagikan konten, dan berkomentar. Proses interaksi berlangsung dengan menggunakan serangkaian kode simbolik yang berlaku pada ruang virtual, seperti penggunaan simbol, emotikon, teks, *sticker*, gambar, atau bahkan suara. Pada kanal youtube lainnya, pada kajian Gus Baha maupun Ulil Abshar Abdalla, penulis menemukan pola interaksional yang sama.

Kanal youtube merupakan ruang komunikasi terbuka, bebas, dan demokratis. Setiap pengguna memiliki otoritas untuk men-*setting* akunnya sendiri pada saat tergabung dalam sebuah komunitas virtual. Dalam hal ini, penulis mengamati, audiens yang memberikan tanggapan mengenai konten kajian kitab Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla, tidak semua mencantumkan foto profil yang lengkap, identitas profil yang jelas, bahkan ada yang berkomentar menggunakan akun anonim. Namun juga

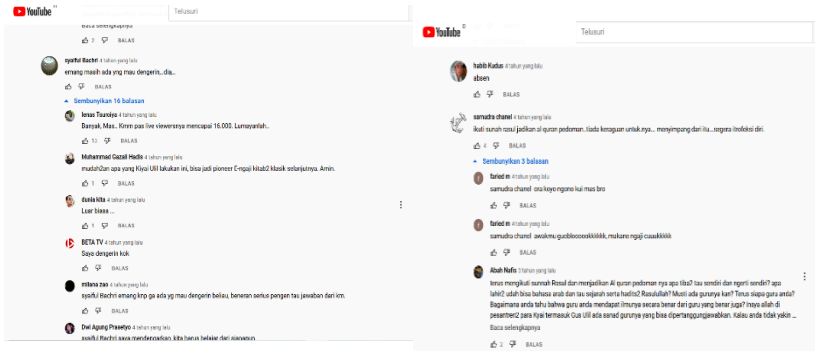
sebagian besar mencantumkan identitas profil pada saat berlangganan, menonton, menyukai, berkomentar, berbagi, atau menanggapi komentar audiens lainnya.

Beberapa informan mengaku bahwa menanggapi dalam bentuk berlangganan, berkomentar, atau menyukai dan membagikan menunjukkan adanya antusiasme dari konten yang disajikan. Ketika di tanya mengapa menyukai konten kajian kitab kuning Buya Yahya, informan menyatakan bahwa kajian dengan metode sorogan yang disajikan di youtube merupakan salah satu inovasi yang bisa memperkuat akurasi kajian, sehingga pengguna tidak salah memilih rujukan dalam beragama. Dengan kata lain, pola kajian seperti 'nyorog' di pesantren dapat dijadikan alternatif dalam mentransmisikan pesan-pesan keislaman dengan suasana yang berbeda.

Selain itu, informan menyatakan ada pengaruh yang didapatkan dengan menonton video kajian kitab di kanal youtube pada saat beraktivitas secara *offline*. Di mana, informan menempatkan kajian kitab *online* sebagai penguat kajian *offline* yang diikutinya dengan topik atau judul kitab yang sama. Mereka yang mengikuti kajian kitab kuning di kanal youtube baik oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla adalah yang pernah 'nyantri' atau mengenyam pendidikan pesantren.

Interaksi sosial pada level individual memengaruhi relasi antar individual. Hal ini ditandai dengan adanya aktivitas saling menanggapi di antara audiens yang berkomentar atau menyukai konten youtube kajian kitab kuning Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla. Interaksi pada tingkatan antar individual dapat dilihat pada gambar 19 di bawah ini.

Gambar 19.
Interaksi Virtual pada Tingkatan Antar Individual



Sumber: Kanal Youtube Ulil Abshar Abdalla, 2021

Gambar 19 adalah bentuk interaksi pada tingkatan antar individual yang terdapat pada kanal youtube Ulil Abshar Abdalla. Interaksi ini berlangsung dalam bentuk adanya tanggapan atau saling menanggapi di antara audiens yang menyaksikan konten youtube. Hal yang sama terjadi juga pada kanal youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, dan Ngaji Gus Baha Official. Proses menanggapi dalam bentuk pertanyaan, pernyataan, atau bertanya kepada pengelola admin mengenai topik yang sedang di bahas. Tanggapan berbentuk simbolik dan teks, dalam bentuk menyukai komentar atau mengomentari komentar audiens lainnya.

Apabila diamati, tanggapan pada kolom komentar kanal youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, dan Ngaji Gus Baha Official cenderung lebih positif dalam bentuk pertanyaan, dukungan, atau do'a untuk Buya Yahya dan Gus Baha yang telah menyampaikan ilmunya. Sementara pada kanal youtube Ulil Abshar Abdalla, beberapa interaksi bersifat dinamis seperti pada gambar 19 di atas. Hal ini berkaitan dengan latar belakang Ulil Abshar Abdalla yang dikenal kontroversial sebagai salah satu tokoh Jaringan Islam Liberal (JIL) di masa lampau. Sehingga, masih ada audiens yang mempertanyakan sejarah masa lalunya sebagai tokoh liberal di Indonesia.

Penulis mencoba mengkonfirmasi kepada beberapa informan. Sebagian besar menyatakan bahwa ketertarikan untuk memberikan tanggapan kepada ketiga ulama muda tersebut didasarkan pada motif dan manfaat yang didapatkannya dengan mengikuti kajian kitab kuning yang disajikan. Pada Buya Yahya dan Gus Baha, informan menyatakan tingkat kredibilitasnya sebagai kiai langitan yang mengenyam pendidikan pesantren, berguru kepada para kiai dengan sanad jelas, dan memiliki keilmuan *turats* yang jelas. Sehingga, menjadi daya tarik bagi audiens untuk mengikuti kajiannya. Sementara, pandangannya kepada Ulil Abshar Abdalla terpolarisasi, ada yang menyatakan tidak masalah dengan masa lalu Ulil, namun ada juga yang masih mempertanyakan kredibilitas karismatik Ulil sebagai kiai, karena pernyataannya di masa lalu.

Dinamika ini menjadi wajar dalam lingkup interaksional antar individual. Sebab, setiap pengguna memiliki motif tersendiri pada saat membangun relasi virtual di media sosial. Hal ini berkaitan dengan aspek keterampilan teknologis yang berefek pada kondisi psikologis audiens. Sehingga, motif ini memengaruhi persepsi audiens berkaitan dengan nilai manfaat yang didapatnya pada saat menyaksikan konten kajian keislaman di kanal youtube. Selain itu, hal ini didasarkan pada karakteristik media sosial yang dapat diakses dan dipergunakan secara bebas, terbuka, dan demokratis oleh setiap pengguna. Sehingga, pengguna memiliki kebebasan untuk berekspresi. Secara regulasi, yang membatasi kebebasan itu adalah peraturan yang berkaitan dengan informasi dan transaksi elektronik dan/atau panduan komunitas yang dibuat oleh media sosialnya sendiri.

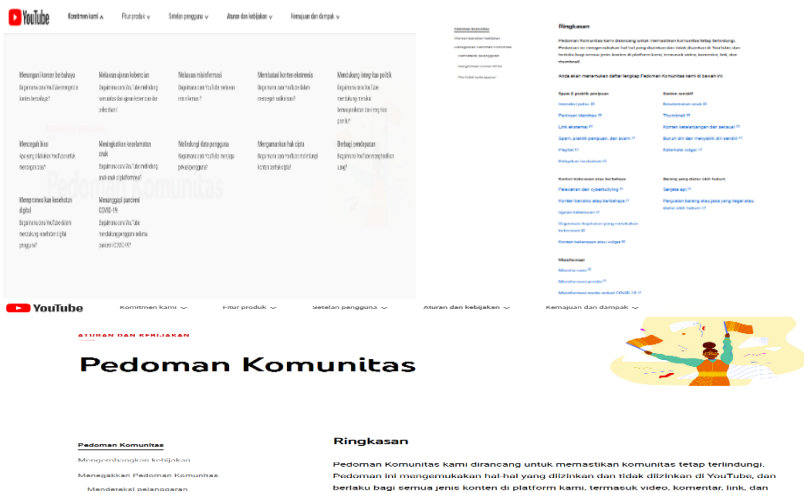
Interaksi lainnya dalam bentuk relasi komunitas. Di mana, relasi sosial antar individual yang terbangun dalam ruang virtual media sosial bermuara pada adanya kesepakatan di antara individu dalam berinteraksi secara komunitas. Relasi ini merupakan bagian dari ruang media (*media space*) yang bersandar pada panduan komunitas media sosial dalam berinteraksi. Di mana setiap individu di atur dalam melemparkan pendapat, pernyataan atau bahkan

pertanyaan di ruang virtual. Setiap media sosial memiliki panduan komunitasnya yang menjadi prosedur dalam berinteraksi secara virtual.

Panduan komunitas mengatur berbagai langkah prosedur yang harus dipatuhi oleh setiap pengguna dalam berinteraksi di media sosial. Hal ini berkaitan dengan penyebaran informasi, konten informasi yang mengandung kekerasan, berbau SARA, atau konten sensitif, sampai dengan tindakan-tindakan yang mengarah pada upaya penipuan. Pedoman seperti ini menjadi penting dipahami oleh setiap pengguna, sebagai langkah preventif dalam proses interaksional pada tingkatan komunitas.

Gambar 20.

Panduan Interaksi Virtual pada Tingkatan Komunitas



Sumber: Youtube, 2021

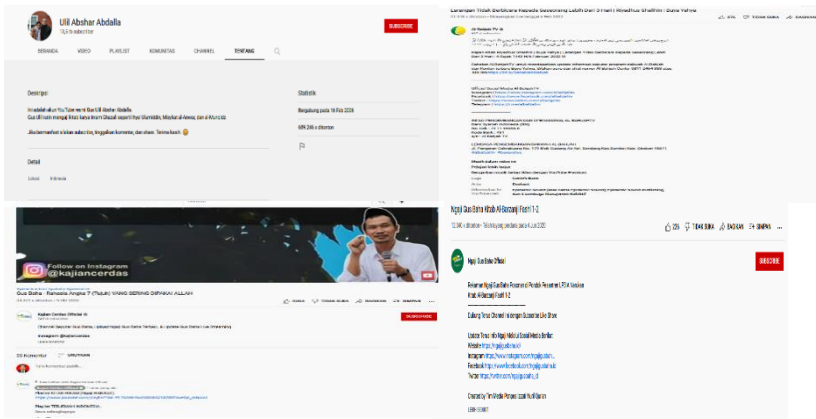
Gambar 20 adalah panduan komunitas yang diatur oleh media sosial youtube. Secara praktis, panduan ini berfungsi menjadi rambu-rambu yang membatasi kebebasan pengguna dalam berinteraksi di ruang virtual. Baik yang bertindak sebagai penyampai maupun penerima harus sama-sama mematuhi rambu-rambu komunitas ini, agar terbangun relasi sosial virtual yang

positif dan menghindari hal-hal yang bermuara pada misinformasi, disinformasi, dan malinformasi.

Analisis media siber menempatkan prosedur yang menjadi karakteristik media sosial sebagai bagian dari *media space* yang dapat diatur secara mandiri oleh setiap pengguna, tetapi menjadi kebijakan yang diterapkan oleh pemilik media sosial. Bagian ini menjadi penting dipahami sebagai upaya menguatkan kesadaran dalam membangun interaksi yang positif. Sehingga, akan berdampak pada realitas hubungan sosial secara *offline*.

Selain itu, kesempatan komunitas ini bisa diperkuat oleh pengelola media dengan menampilkan aturan-aturan umum sebagai *code of conduct* dalam berinteraksi. Salah satunya dengan menyajikan informasi dan literasi visual yang menunjukkan identitas pengelola media, sumber pesan yang dijadikan sebagai konten youtube, termasuk juga menampilkan kredibilitas penyampai sebagai aktor komunikasi yang dapat dipercaya. Misalnya, Gambar 21 di bawah ini menampilkan literasi visual dan informasi visual yang dicantumkan pada kanal youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, dan Ulil Abshar Abdalla.

Gambar 21.
Interaksi Virtual pada Tingkatan Komunitas



Sumber: Observasi Penulis, 2021

Gambar 21 menunjukkan adanya upaya membangun informasi dan literasi visual dari kanal youtube yang dikelola dalam menyampaikan kajian Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla. Informasi seperti ini menjadi penting dicantumkan untuk memperkuat kredibilitas sekaligus sebagai ruang verifikasi oleh pengguna pada saat berkunjung ke kanal youtube tersebut. Hal ini sebagai bagian dari membangun akurasi sumber, daya kritis penerima, dan sikap bijak partisipan komunikasi dalam membangun interaksi komunitas pada ruang virtual. Sehingga, menopang interaksi simbolik komunitas yang terbangun.

Relasi sosial virtual pada tingkatan komunitas menampilkan adanya simulasi realitas (*simulation of reality*) sebagai bagian dari adanya budaya digital (*cyber culture*). Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru (Malik, 2016). Pola komunikasi yang dilakukan dengan internet berlangsung secara two-way communication dan bersifat *computer mediated communication* (CMC). Ruang virtual internet menjadi media komunikasi umat Islam yang berorientasi pada upaya mengubah wajah Islam di seluruh dunia (Rustandi, 2019).

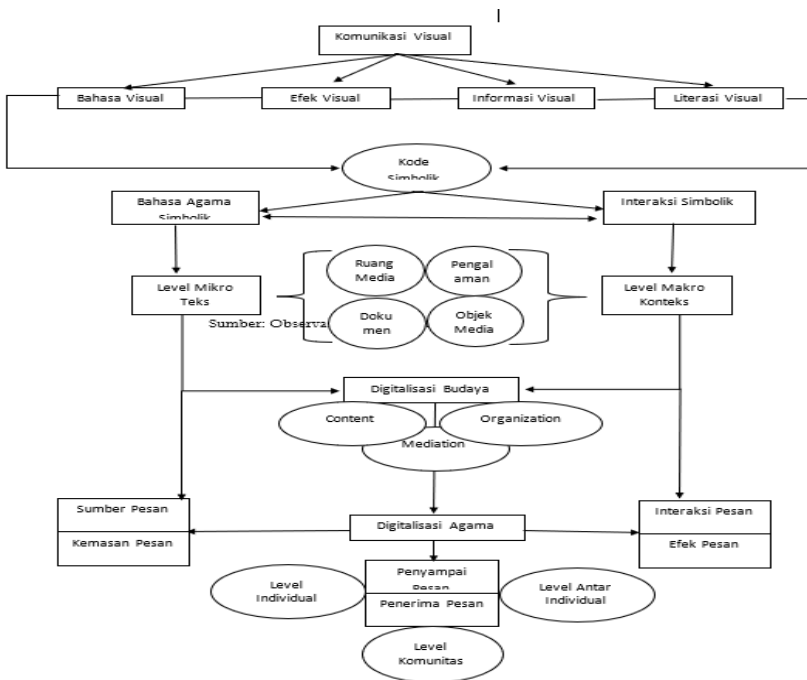
Tipologi dakwah digital dilakukan melalui pola pengemasan pesan yang memanfaatkan sistem kode secara simbolik. Hojsgaard (2005) menyebutkan bahwa ada tiga perbedaan konsep mengenai agama di dunia online, yaitu adanya komunikasi virtual yang menggantikan komunikasi secara nyata (*mediation*), tidak perlunya institusi agama yang bersifat komplit (*organization*), dan adanya refleksi dari *cyberculture* yang menggantikan refleksi dari tradisi keagamaan (*content*). Baik mediasi, organisasi dan substansi ajaran agama memiliki nilai tersendiri ketika dihadirkan dalam dunia virtual. Hal ini berkaitan dengan persepsi dan pengalaman yang dirasakan oleh manusia ketika mengimplementasikan dan

mendistribusikan energi keberagamaannya di dunia nyata dengan di dunia virtual (Fakhruroji, 2011: 88).

Interaksi virtual pada kanal youtube dalam mentransmisikan pesan-pesan keagamaan berlangsung secara simbolik. Penggunaan simbol-simbol tertentu seperti teks, emotikon, grafis, gambar, dan suara memperkuat konvergensi bahasa visual yang berkaitan dengan pesan-pesan keislaman. Hal ini bagian dari proses imagologi keagamaan yang mengemas pesan dalam konten-konten yang rekreatif. Sehingga menjadi daya tarik bagi pengguna untuk terlibat secara aktif dan partisipatif dalam menerima pesan komunikasi visual. Hal ini dapat dilihat pada bagan 5 di bawah ini.

Bagan 5.

Simulasi Realitas Virtual dalam Aktivitas Dakwah Digital Berbasis Pesan Moderasi Beragama



Sumber: Observasi Penulis, 2021

Simpulan

Kanal youtube al-Bahjah TV, Ulil Abshar Abdalla, dan Ngaji Ahlusunnah merupakan tiga kanal youtube yang secara konsisten menyiarkan aktivitas dakwah Islam, terutama berkaitan dengan penguatan keterampilan dan pengetahuan keagamaan dalam bentuk pengajian kitab kuning. Masing-masing memiliki fokus kajian kitab kuning yang diasuh oleh seorang kiai. Kanal Youtube Al-Bahjah TV di bawah asuhan Buya Yahya secara konsisten menyiarkan kajian live streaming kitab Minhajul Abidin, Ayyahul Walad, Riyadush Sholihin, Syarah Asmaul Husna, dan Al-Hikam Ibn Athaillah.

Kanal Youtube Ngaji Ahlusunnah di bawah asuhan Gus Baha, secara konsisten melakukan kajian kitab kuning Risalah Ahlu Sunnah Wal Jamaah dan Al-Qowaidu Al-Asasiyyah fi 'Ulumi Al-Qur'an. Sementara itu, Kanal Youtube Ulil Abshar Abdallah yang menunjukkan nama pengelola sesungguhnya, secara rutin melangsungkan live streaming kajian kitab Ihya Ulumiddin, Misykat Al-Anwar, dan sesekali kitab Al-Munqidz Min Al-Dlalal.

Ketiganya merupakan ulama muda yang berasal dari tradisi nahdliyin dan masing-masing memiliki corak khas dalam proses berpikir, menafsir, dan menyampaikan pokok kajian kitab. Saat ini, ketiga ulama muda ini memiliki penggemar, audiens, jamaah, dan atau jamaah youtubiyah yang menjadi viewers dan subscribers masing-masing kanal youtube-nya.

Platform media sosial youtube yang digunakan oleh ketiganya mendapat penerimaan positif dari publik pengguna internet aktif di Indonesia. Terutama dari kalangan generasi muda yang mendominasi tingkat penggunaan media sosial. Berdasarkan pengamatan, kanal youtube Al-Bahjah TV yang menyiarkan kajian kitab kuning Buya Yahya, sampai saat ini memiliki 4 juta pelanggan (subscriber) dengan total jumlah penonton (viewer) sudah mencapai 460.704.472 tayangan. Sampai saat ini terdapat kurang lebih 11.526 jumlah video yang menayangkan konten keagamaan

Buya Yahya baik dalam bentuk ceramah keagamaan, potongan video, maupun live streaming kajian kitab kuning. Adapun total video yang secara khusus merupakan playlist kajian kitab kuning dengan berbagai judul dan tema kitab sejumlah 1.685 konten.

Kanal youtube yang menyajikan ceramah keagamaan dan kajian kitab kuning Gus Baha tersebar di beberapa media youtube. Antara lain Ngaji Ahlusunnah, Ngaji Gus Baha Official, Channel TV21, Kalam-Kajian Islam, Bayt Al-Hikmah, dan lain-lain. kanal youtube Kajian Cerdas Official. Kanal Kajian Cerdas Official bergabung sejak Juli 2019, saat ini memiliki 249 ribu *subscriber* dengan jumlah tontonan mencapai 30.747.051 *viewer*. Jumlah konten yang diposting oleh kanal youtube ini sudah mencapai 1.656 konten dengan berbagai variasi. Dari total video tersebut, konten yang menyajikan kajian kitab kuning berjumlah 339 video, antara lain menampilkan kajian kitab Hikam, Jauharotut Tauhid, Nashoihul Ibad, Syariatullah Al-Kholidah, Al-Barzanji, Atqiya, Hayatus Sahabah, Arbain Nawawie, dan Tafsir Jalalain. Kanal youtube Ngaji Gus Baha Official. Bergabung dengan youtube sejak 2016, namun pengelola tidak menampilkan jumlah *subscriber*. Adapun total tontonan sampai saat ini mencapai 376.614 *viewer*. Terdapat 109 konten video dengan kajian kitab kuning dan tafsir berjumlah 107 konten.

Kanal youtube Ulil Abshar Abdallah menyajikan konten-konten kajian dari Ulil. Penamaan nama kanal youtube persis sama dengan nama ulama muda ini. Tampaknya, Ulil menjadi ikon utama dari kanal youtube ini yang secara konsisten memproduksi konten-konten keagamaan, terutama berkaitan dengan kajian kitab kuning. Berdasarkan amatan penulis, terdapat empat kajian kitab yang disajikan yakni, kitab Ihya Ulumuddin, Misykat Anwar, Al-Munqidz Min Al-Dlalal, dan kuliah tematik Ihya. Saat ini memiliki 13,5 ribu *subscriber* dengan jumlah tontonan mencapai 688.738 *viewer*. Bergabung sejak 2006, namun baru memposting konten kajian kitab kuning sejak Mei 2017. Saat ini sudah memiliki 229 konten video, dengan konten kajian kitab Ihya Ulumuddin adalah konten terbanyak dengan jumlah 126 konten.

Analisis media siber dapat dilihat dari dua level, yakni level mikro yang berkaitan dengan teks, dan level makro yang berhubungan dengan konteks. Secara praktis, kedua level ini dibagi ke dalam empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman media (*experiential stories*). Keempat level ini tidak terpisah, melainkan saling berkaitan dan memengaruhi proses imagologi dan konstruksi pesan dan wacana yang disampaikan.

Komunikasi visual yang terbangun pada platform media sosial youtube Al-Bahjah TV, Kajian Cerdas Official, Ngaji Gus Baha Official, Ngaji Ahlusunnah, dan Ulil Abshar Abdalla menampilkan konstruksi bahasa agama yang informatif, inovatif, dan rekreatif. Di mana, pesan keagamaan ditampilkan tidak hanya bersumberkan pada rujukan primer pelaksanaan dakwah Islam. Tetapi juga menyajikan sisi aktualitas referensi keislaman yang sesuai dengan tren atau realitas yang berkembang di masyarakat.

Tradisi sorogan yang disajikan sebagai sebuah metode dakwah melalui ruang digital di media sosial merupakan bahasa agama yang dikemas secara imagologis. Struktur komunikasi visual yang terlihat menunjukkan pengelolaan pesan agama yang bersumberkan pada teks (sumber normatif) disajikan dengan rekreatif melalui peratutan simbolik dan metafora. Dalam hal ini, kanal youtube yang menyajikan kajian kitab kuning oleh Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla dikelalo dengan mempertautkan teks (sumber nomatif, kitab kuning), simbol (ikonik yang direpresentasikan oleh ketiga ulama), *image*, dan grafis.

Berdasarkan hasil amatan, komunikasi visual pada kanal youtube Buya Yahya, Gus Baha, dan Ulil Abshar Abdalla dapat dilihat dari berbagai elemen desain grafis yang menjadi konstruksi pesan komunikasi visual. Dalam hal ini, elemen komunikasi visual tersebut antara lain berkaitan dengan gambar, hurup dan tipografi, warna, komposisi, dan *lay-out*. Keseluruhan elemen ini saling dipertautkan secara simbolik sehingga menghasilkan pesan komunikasi visual baik dalam bentuk audio, visual, dan/atau audio visual. Komunikasi visual pada kanal youtube tersebut dapat dilihat

baik dari sisi visual *language*, *visualizer*, *visual effect*, *visual information*, dan visual *literacy*.

Relasi sosial virtual ini terbangun pada tiga tingkatan utama, yakni pada level individual, antar individual, dan antar kelompok. Pada tingkatan pertama, relasi sosial berimplikasi terhadap identitas diri pengguna. Efek terpaan media internet memengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak. Di mana efek terpaan ini berpengaruh baik pada aspek *mindset*, *skillset*, maupun *mentality*.

Interaksi pada tingkat individual ini dapat dilihat dengan men-*setting* notifikasi pada akun youtube, berlangganan, menonton tayangan video, menyukai konten, membagikan konten, dan berkomentar. Proses interaksi berlangsung dengan menggunakan serangkaian kode simbolik yang berlaku pada ruang virtual, seperti penggunaan simbol, emotikon, teks, *sticker*, gambar, atau bahkan suara. Interaksi pada tingkatan antar individual berlangsung dalam bentuk adanya tanggapan atau saling menanggapi di antara audiens yang menyaksikan konten youtube. Relasi sosial virtual pada tingkatan komunitas menampilkan adanya simulasi realitas (*simulation of reality*) sebagai bagian dari adanya budaya digital (*cyber culture*). Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu.

Interaksi virtual pada kanal youtube dalam mentransmisikan pesan-pesan keagamaan berlangsung secara simbolik. Penggunaan simbol-simbol tertentu seperti teks, emotikon, grafis, gambar, dan suara memperkuat konvergensi bahasa visual yang berkaitan dengan pesan-pesan keislaman. Hal ini bagian dari proses imagologi keagamaan yang mengemas pesan dalam konten-konten yang rekreatif. Sehingga menjadi daya tarik bagi pengguna untuk terlibat secara aktif dan partisipatif dalam menerima pesan komunikasi visual.

Platform media digital harus didominasi dengan produksi dan distribusi konten-konten yang bersifat toleran dengan narasi damai dan non kekerasan untuk memperkuat dimensi

keberagamaan di Indonesia. Moderasi beragama hendaknya menjadi nilai (values) yang harus ditanamkan dan didiseminasikan dalam ruang virtual. Hal ini sebagai upaya kontra narasi terhadap penyebaran informasi yang manipulatif, provokatif, ujaran kebencian, dan bernada radikal terorisme. Moderasi Beragama harus dikembangkan menjadi karakteristik keberagamaan di tengah keberagaman masyarakat Indonesia.

Kajian ini memberikan beberapa rekomendasi utama, antara lain: *pertama*, secara akademik diharapkan penelitian ini mampu mendorong penelitian lanjutan yang difokuskan pada upaya menggali, menelaah, dan memetakan model dakwah digital yang tidak hanya bersandar pada satu sisi penyampai pesan saja, tetapi juga menangkap realitas interaksional di antara pengguna media sosial. Sehingga, penelitian menjadi kerangka membangun *rolemodel* dakwah digital pada platform media sosial melalui diseminasi pesan dakwah berbasis nilai-nilai moderasi beragama.

Kedua, secara institusional diharapkan memberikan kerangka dasar dalam memetakan strategi dan pengelolaan dakwah berbasis digital. Lembaga dakwah diharapkan mampu menangkap peluang industrialisasi digital sekaligus mengambil langkah preventif dalam kontra narasi ancaman digital yang berdampak dalam keseharian aktivitas masyarakat. Kajian ini menemukan pola pengembangan dakwah digital dengan kandungan nilai moderasi bergama yang berorientasi pada praktik pengelolaan dakwah dalam membangun realitas sosial yang moderat, akurat, bijak, dan toleran. Sehingga terbangun keharmonisan sosial.

Ketiga, secara umum kajian ini mendorong masyarakat, terutama pengguna media sosial untuk berpikir kritis dalam menerima setiap informasi keagamaan yang dalam ruang virtual. Realitas dakwah Islam dihadapkan dengan berbagai ancaman digital yang bermuara pada disharmoni sosial. Karenanya, masyarakat sebagai objek dakwah sekaligus pengguna aktif media sosial harus memiliki *mindset*, *mentality*, *skillset*, dan *social skill* yang menjadi imun dalam menerima setiap asupan informasi, termasuk informasi keagamaan. Sehingga tidak salah arah dalam memahami,

mendalami, dan bahkan mengamalkan praktik-praktik ajaran agama.

Implikasi kajian ini berkaitan dengan pentingnya kesadaran literasi digital dan literasi dakwah yang dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi arus informasi di ruang virtual. Kesadaran kritis ini penting untuk memperkuat ekosistem dakwah digital. Karenanya, *rolemodel* dakwah digital ini memiliki implikasi baik pada tingkatan individual, antar individual, maupun pada tingkatan komunitas.

Daftar Pustaka

- Abdul Malik, Hatta. 2016. "Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia" dalam Ilmu Dakwah, Vol. 36 No. 2.
- Abrar, Ana Nadya. 2003. Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: LESFI.
- Ahdar. (2017). Tinjauan Kritis dan Menyeluruh terhadap Fundamentalisme dan Radikalisme Islam Masa Kini, *KURIOSITAS*, 11(1), 19-36.
- Al-Asfahani, A.-R. (2009). Mufrodad al-Fazil Al-Qur'an. Damaskus: Darul Qalam.
- Almu'tasim, A. (2019). Berkaca Nu dan Muhammadiyah dalam Mewujudkan Nilai-Nilai Moderasi Islam di Indonesia, *Pena Islam Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2).
- APJII. "Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018." Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018. <https://apjii.or.id>
- Arif, M. C. (2012). ETNOGRAFI VIRTUAL: Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual, *Jurnal Ilmu Komunikas*, 2(2), 166-179.
- Arifuddin. 2016. "Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia" dalam *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, Vol. 3 No. 1 June 2016.
- Asrori, A. (2015). RADIKALISME DI INDONESIA: Antara Historisitas dan Antropisitas, *Kalam: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, 9(2), 253-268.
- Aziz, A. (2020) 'Akar Moderasi Beragama Di Pesantren (Studi Kasus di Ma'had Aly Sukorejo Situbondo dalam Terbentuknya Nilai-Nilai Moderasi Beragama)', *Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam*. doi: 10.29062/arrisalah.v18i1.348.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). Hasil Sensus Penduduk tahun 2020.

<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>

- Berger, A. A. (2004). Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer. trans. M. Dwi Mariyanto dan Sunarto. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Busyro, Aditya Hari Ananda dan Adlan Sanur Tarihoran, Moderasi Islam Wasathiyah) Di Tengah Pluralisme Agama Indonesia, *Jurnal "FUADUNA", Vol. 03 No. 01, Januari-Juni 2019.*
- Billah, A. M. (2018). Formulasi Konsep Masalahah ‘Ammah Menurut Perspektif Nahdlatul Ulama dalam Konteks Kehidupan Berbangsa dan Bernegara. *Jurnal Wasathiyah*, 2(1).
- Bijker, W., & Pinch, T. (1984). *The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other.* Social Studies of Science, 399-441.
- Dhofier, Z. 1994. Tradisi Pesantren. Jakarta: LP3ES.
- Dewan Pers. (2015). *Kebijakan Pedoman Media Siber.* Diakses tanggal 22-Februari-2022
- Dominic, J.R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication.* New York: McGraw Hill.
- Elvinaro, A., et.al. (2007). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Teks Media.* Yogyakarta: LKIS.
- Eriyanto. (2002). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS.
- Edelman. (2013). *Study Finds Millennial Generation's Power to Influence Is Increasing. (dalam bahasa Inggris).* Diakses tanggal 2016-11-01.
- Fahmi, N. (2018). Melawan Aksi Terorisme di Media Sosial: Penggunaan Tagar #KAMITIDAKTAKUT di Twitter, *KOMUNIKA*, 1(1), 87-106.
- Fahri, M., & Zainuri, A. (2020). Moderasi Beragama di Indonesia, *Intizar*, 25(2), 95-100.

- Faiqah, N., & Pransiska, T. (2018). Radikalisme Islam Vs Moderasi Islam: Upaya Membangun Wajah Islam Indonesia yang Damai, *Al-Fikra Jurnal Ilmiah Keislaman*, 17(1), 33-45.
- Fakhruroji, M. (2017). Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Fakhruroji, M. (2019). Digitalizing Islamic Lectures: Islamic Apps and Religious Engagement in Contemporary Indonesia, *Contemporary Islam* 13(2), 201-215. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0427-9>.
- Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial “Islam Populer”, *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 204-234.
- Fakhruroji, Moch. 2011. Islam Digital. Bandung : Segi Arrasy.
- Fanani, A. F. (2013). *Fenomena Radikalisme di Kalangan Kaum Muda*. Maarif: Arus Pemikiran Islam dan Sosial.
- Faroqi, Adam., & Ismail, Nanang. 2013. “Portal MUI Online: Optimalisasi Dakwah Islam melalui Internet (Studi Kasus MUI Kecamatan Ujungberung)” dalam *ISTEK*, Vol. 7 No. 1 Juli 2013.
- Haedari, A. (2004). Masa Depan Pesantren Dalam Tantangan Modernitas dan Tantangan Komplexitas Globa. Jakarta: IRD PRESS.
- Hartley, J. (2004). *Communication, Cultural, and Media Studies: The Key Concepts* (Terj. Penerbit Jalasutra). London: Routledge.
- Haryani, E. (2019). Pendidikan Moderasi Beragama untuk Generasi Milenia: Studi Kasus ‘Lone Wolf’ pada Anak di Medan, *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 18(2), 145-158.
- Haryanto, Sindung. (2012). Spektrum Teori Sosial Dari Klasik Hingga Postmodern. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Heryanto, G. (2018). *Media Komunikasi Politik (Relasi Kuasa Media di Panggung Politik)*. Yogyakarta: Penerbit IRCiSoD.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.

- Hine, Christine. (2001). *Virtual Ethnography*, Sage Publication Ltd, London.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The next Great Generation*. New York: Vintage.
- Hudjolly. 2011. *Imagologi, strategi Rekayasa Teks*. Yogyakarta: Arr-ruz Media.
- Islam, K. N. (2020). Moderasi Beragama di Tengah Pluralitas Bangsa: Tinjauan Revolusi Mental Perspektif Al-Qur'an, *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 13(1), 38-59.
- Julia, A. (2020). *Urgensi Moderasi Islam bagi Kaum Milenial di Indonesia*. Bengkulu: Cv. Zigie Utama.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam; Green, Joshua (2013), *Spreadable Media: Creating Meaning and Value in a Networked Culture*, New York: New York University Press
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2010). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses pada Desember 2021.
- Kementerian Agama. (2019). *Moderasi Beragama*. Jakarta: Kemenag RI.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *Status Literasi Digital Indonesia 2020, Hasil Survei di 34 Provinsi*.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) & Badan Pusat Statistik (BPS). (2018). *Studi Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: KPPPA.
- Kosasih, E. (2019). Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama, *Jurnal Bimas Islam*, 12(1), 263-296.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). *Multigeneration employees: Strategies for effective management*. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76.

- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Media Tor*, 291-296.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communication* : Eleventh Edition. Long Grove : Waveland Press Inc.
- Lister, Martin. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations, *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19), 276-322-24.
- Markum., & Winarno. (2020) Upaya Membangun Karakter Bangsa Mencegah Radikalisme Terorisme di Indonesia, *Jurnal PPKn*, 8(1), 37-59.
- Masrukan, “Penerapan Metode Sorogan Sebagai Upaya Pengembangan Kurikulum di MTs Yajri Payaman Secang Magelang,” <http://digilib.uin-suka.ac.id/pdf>, h. 5, (20 September 2016).
- Mazaya, Vyki. 2019. “Cyberdakwah sebagai Filter Penyebaran Hoax”, *Islamic Communication Journal*, Vol. 4 No. 1 Januari-Juni 2019.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. London: Routledge.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS).

- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341-356.
- Muhammad, W. A., & Pribadi, K. K. (2013). Anak Muda, Radikalisme, dan Budaya Populer, *Maarif*, 8 (1), 132-153.
- Mulyana, D., & Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mussafa, R. A. (2018) 'Konsep Nilai-nilai Moderasi dalam Al-Qur'an dan Implementasinya dalam Pendidikan Agama Islam (Analisis Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 143)', *Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial, *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Afkaruna*, 11(2), 240-259.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10(1), 113-28.
- Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(1), 113-28.

- Nasution, A. (2020). *Moderasi Beragama di Era Disrupsi Digital*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Norhabiba, Fitri. (2015). Akses Media Baru Oleh Remaja SMA Kota Semarang dan Hubungannya Dengan Interaksi Dengan Lingkungan Sekitar Pada Siswa Kelas X SMA 5 Kota Semarang. *Jurnal Interaksi* vol 4 no 2 Juli 2015, halaman 30-40.
- Nurdin, A., & Naqiyah, M. S. (2019). Model Moderasi Beragama berbasis Pesantren Salaf, *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1), 82-102.
- Nuruzzaman, M. (2018). Terorisme dan Media Sosial Sisi Gelap Berkembangnya Teknologi Informasi Komunikasi, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(9), 61-76.
- Pavlik, J.V. (1996). *New Media Technology*. Columbia: Columbia University.
- Piliang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial, *Jurnal Sosioteknologi*, 11(27), 143-155.
- PPIM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2017). *Api dalam Sekam: Opini dan Aksi Intoleransi dan Radikal Generasi Z*. Jakarta: UIN Pers.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi, *Among Makarti*, 9(18), 123-134.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi, *Jurnal Among Makarti*, 9(18), 124-134.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). *Psikologi Komunikasi*. edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. London: The Free Press.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam, *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84-95.
- Rustandi, R., & Khoiruddin, M. (2020). Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme dan Radikalisme di Media Sosial (Studi

- Kasus pada Akun @dutadamaijabar), *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 9(2), 134-153.
- Rustandi, R., & Sahidin, S. (2019). Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw dalam Piagam Madinah, *Tamaddun*, 7(2).
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press
- Saleh, Mahmoud; Esa, Yusef; Mohamed, Ahmed (2018-05-29). "Applications of Complex Network Analysis in Electric Power Systems". *Energies*. 11 (6): 1381
- Shield, R. (2003). *Virtual: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terjemahan. Yogyakarta: Jalasutra.
- Siregar, A. A. (2020). *Prinsip-Prinsip Moderasi dalam Islam*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Sobur, A. (2004). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Co.
- Sutrisno, E. (2019). Aktualisasi Moderasi Beragama di Lembaga Pendidikan, *Jurnal Bimas Islam*, 12(1), 323-348.
- Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Rahman, A. (2020). Darurat Moderasi Beragama di Tengah Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 13(1), 1-13.
- SWA. (2017). *Memahami Generasi Langgas (Millennials)*. *SWA.co.id* (dalam bahasa Inggris). 2017-11-28. Diakses tanggal 2022-01-21.
- Toybab, N. R. (2016). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku. *Albiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* Vol. 04 No. 07 Januari-Juni.
- Turmudi, E (ed). (2005). *Islam dan Radikalisme di Indonesia*. Jakarta: LIPI Press.

- Turmudi, E. (2012). Melihat Kembali Radikalisme Islam di Indonesia dan Upaya-Upaya Pencegahannya, *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 14(2).
- Utomo, G. (2016). Merancang Strategi Komunikasi Melawan Radikalisme Agama, *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 93-128.
- Unusa. (2018). *Unusa Gabungkan Tradisi Pesantren dan TI, Melalui Tablet E-Sorogan*. <https://unusa.ac.id/unusa-gabungkan-tradisi-pesantren-dan-ti-melalui-tablet-e-sorogan/> Diakses tanggal 2022-21-01.
- Wahab, M. R. N. F. (2020). Kontribusi Young Interfaith Peacemaker Community (YIPC) Dalam Menyebarkan Narasi Kontra Radikalisme, *Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya*, 3(2), 128-150.
- Ward, I. (1995). *Politics of The Media*. Melbourne: Mac Milan.
- We Are Social. "We Are Social, Digital Around the World in 2020." We Are Social, 2020. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Wibowo, A. (2019). Kampanye Moderasi Beragama di Facebook: Bentuk dan Strategi Pesan, *Edugama: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan*, 5(1), 85-103.
- Widyawati, N. (2014). *Etnisitas dan Agama sebagai Isu Politik (Kampanye JK-Wiranto pada Pemilu 2009)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Wirawan, 2014, *Kepemimpinan, Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian*. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Yasid, A. (2014). *Islam Moderat*. Jakarta: Erlangga.
- Zamimah, I. (2018). Moderatisme Islam dalam Konteks Keindonesiaan, *Al-Fanar*, 1(1), 75-90.

Para Penulis



Dudy Imanuddin Effendi dilahirkan ke dunia melalui wasilah kedua orangtua tercinta, *Allobu Yarbam* Bapak Drs. Ade Rahmat Effendi bin H. Affandi bin H. Musthofa berasal dari Kabupaten Garut dan Ibu Dedeh Rukminingsih binti H. Hidayat berasal dari Kota Bandung. Tepatnya lahir di Kota Bandung, 01 Januari 1972.

Menikah dengan Rika Mudriaktus Sa'adah. Purta-putrinya: Agnia Nur Jihaddini Imanuddin, Alecia Hadra Dzauqi Imanuddin, Dika Hadragiya Imanuddin, Kenzie Pradipta Imanuddin dan Sheela Almahira Imanuddin dan Muhammad Yahya anak ke 4 (meninggal dunia). S1 Jurusan BPI IAIN Sunan Gunung Djati Bandung (1995), S2 Konsentrasi Studi Masyarakat Islam (2002), S3 Program Studi BK di UPI Bandung (2008-2012 tidak selesai), S3 pada Prodi Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2019). Pekerjaan, ASN Dosen unit kerja UIN SGD Bandung. Aktifitas selain mengajar di Lakpesdam PWNJ Jawa Barat, KAHMI Jawa Barat, Yayasan Lidzikri Bandung, Yayasan Al-Fatihah dan Al-Musthofa Garut. Selebihnya sebagai “Manusia Hening” yang selalu belajar menyimak kebenaran hidup dari sudut-sudut sosial kemasyarakatan (dudy.imanuddi@uinsgd.ac.id)



Dede Lukman dilahirkan di kota Garut tepatnya pada tanggal 07 Agustus 1979 dari kedua orangtua Bapak Pi Syafe'i bin Karim dan Ibu Omah Rohmah binti Enos. Menikah dengan Utami Karuniatie Gusti pada tahun 2007. Putra putrinya: Jibril Athallah Muhammad Lukman dan Shakira Rahma Agatha Lukman.

Menamatkan pendidikan di pesantren Persis No 19 Garut dilanjutkan studi di S1 Jurusan BPI IAIN Sunan Gunung Djati Bandung (1999), S2 Studi Masyarakat Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2004-tidak selesai), S2 Sosiologi Agama UIN sunan Gunung Djati Bandung (2009), S3 Religius Studies (Belum Selesai). Pekerjaan ASN Dosen UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2009 sampai sekarang) dan diamanahi sebagai Sekretaris Jurusan Bimbingan Konseling Islam (BKI) 2019 sampai sekarang,



Dilahirkan di Bandung 27 Mei 1991 dari pasangan Solihin dan Awang Kurniasih. Menikah dengan Haifa Hanifah dan saat ini telah dikarunia dua orang anak laki-laki dan perempuan, Zanki Muhammad Ghautsulumughits dan Arumi Zartaj Taqiyya. Menamatkan pendidikan formal sejak TK sampai Madrasah Aliyah di Pangalengan Kabupaten Bandung.

Pendidikan S1 ditempuh di Jurusan KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung lulus tahun 2013. Jenjang Pascasarjana Program Studi KPI Paska Sarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung tamat tahun 2017. Sejak tahun 2018. Pekerjaan Dosen ASN UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan menjabat sebagai Sekretaris Unit Jurnal dan Penerbitan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Aktif di berbagai organisasi kepemudaan dan asosiasi profesi. Aktif menulis artikel jurnal ilmiah terakreditasi nasional dan di berbagai platform media massa baik cetak maupun online. Fokus dalam kajian dakwah populer, dakwah digital, dan literasi digital. Sebagai bentuk pengabdianya kepada masyarakat, sejak tahun 2020 ia mendirikan Yayasan Bumi Insan Asha Nugraha (YBIAN) dan Madrasah Teknologi Alkharizimi di Pangalengan. Bisa berkorespondensi melalui email ridwanrustandi@uinsgd.ac.id.