



Narasi Moderasi Beragama di Media Sosial

(Analisis Wacana terhadap Kontestasi Otoritas Keislaman Generasi Muda)

Susilawati¹, Muhammad Faisal²

Universitas Darul 'Ulum Lamongan¹, STAIN Sultan Abdurrahman Kepri²

Email Korespondensi: susilawatirazaq@gmail.com, faisal@stainkepri.ac.id

Article received: 12 April 2026, Review process: 12 Mei 2026

Article Accepted: 29 Mei 2026, Article published: 14 Juni 2026

ABSTRACT

This article analyzes the narrative of religious moderation on social media and the contestation of Islamic authority among young Indonesians in the contemporary digital landscape. Using Norman Fairclough's critical discourse analysis approach and Teun van Dijk's ideological framework, this study examines how the narrative of religious moderation is constructed, negotiated, and contested by young Muslims through social media platforms such as TikTok, Instagram, and Twitter/X. The method used is qualitative with a literature study, utilizing primary data sources in the form of scientific journal articles, academic books, and previous research published between 2017 and 2026. The analysis reveals three main findings. First, the construction of the narrative of religious moderation on social media occurs through complex and platform-specific mechanisms, ranging from framing that connects Islamic values with national principles, creative visual-based da'wah on Instagram, to short content that combines religious messages with entertainment on TikTok. Second, a fundamental transformation has occurred in the legitimacy mechanisms of Islamic authority, where traditional authority based on scholarly traditions faces challenges from digital actors who gain authority through popularity and mastery of platform algorithms. Third, social media algorithms play an ambivalent role: on the one hand, enabling moderation narratives to reach a broad audience, on the other, creating algorithmic enclaves that reinforce the polarization of religious discourse. The conclusion of this study confirms that religious moderation in the digital space requires critical media literacy, strengthened collaboration between traditional religious authorities and younger digital actors, and the development of moderation promotion strategies based on a deep understanding of platform logic and algorithmic mechanisms.

Keywords: Religious Moderation, Social Media, Islamic Authority, Young Generation, Critical Discourse Analysis

ABSTRAK

Artikel ini menganalisis narasi moderasi beragama di media sosial dan kontestasi otoritas keislaman generasi muda di Indonesia dalam lanskap digital kontemporer. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough dan kerangka ideologi Teun van Dijk, penelitian ini mengkaji bagaimana narasi moderasi beragama dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dikontestasikan oleh generasi muda Muslim melalui platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter/X. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka, memanfaatkan sumber data primer berupa artikel jurnal ilmiah, buku akademik, dan hasil penelitian terdahulu yang diterbitkan dalam rentang tahun 2017 hingga 2026. Hasil analisis menunjukkan tiga

temuan utama. Pertama, konstruksi narasi moderasi beragama di media sosial berlangsung melalui mekanisme yang kompleks dan platform-specific, mulai dari framing yang menghubungkan nilai keislaman dengan prinsip kebangsaan, dakwah kreatif berbasis visual di Instagram, hingga konten pendek yang mengombinasikan pesan keagamaan dengan hiburan di TikTok. Kedua, terjadi transformasi fundamental dalam mekanisme legitimasi otoritas keislaman, di mana otoritas tradisional yang berbasis tradisi keilmuan menghadapi tantangan dari aktor-aktor digital yang memperoleh otoritas melalui popularitas dan penguasaan algoritma platform. Ketiga, algoritma media sosial memainkan peran ambivalen: di satu sisi memungkinkan narasi moderasi menjangkau audiens luas, di sisi lain menciptakan enklave algoritmik yang memperkuat polarisasi wacana keagamaan. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa moderasi beragama di ruang digital memerlukan literasi media kritis, penguatan kolaborasi antara otoritas keagamaan tradisional dan aktor digital generasi muda, serta pengembangan strategi promosi moderasi yang berbasis pemahaman mendalam tentang logika platform dan mekanisme algoritmik.

Kata Kunci: Moderasi Beragama, Media Sosial, Otoritas Keislaman, Generasi Muda, Analisis Wacana Kritis

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan memaknai kehidupan keagamaan. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, transformasi digital ini membawa dampak yang sangat signifikan terhadap lanskap keberagaman masyarakat. Media sosial, yang pada awalnya hanya berfungsi sebagai platform komunikasi sosial, kini telah berevolusi menjadi ruang produksi dan sirkulasi wacana keagamaan yang sangat dinamis dan berpengaruh. Fenomena ini menempatkan media sosial bukan sekadar medium penyampai pesan, melainkan sebagai aktor yang secara aktif membentuk, mengarahkan, dan mengontestasi narasi keagamaan di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda (Slama, 2018). Data dari berbagai lembaga survei menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah melampaui 77 persen dari total populasi, dengan pengguna aktif media sosial yang terus meningkat setiap tahunnya. Generasi muda, khususnya mereka yang berusia antara 18 hingga 34 tahun, merupakan kelompok demografis yang paling intensif menggunakan media sosial, dengan rata-rata waktu penggunaan yang mencapai lebih dari tiga jam per hari. Kondisi ini menciptakan ekosistem di mana media sosial menjadi sumber utama informasi keagamaan bagi sebagian besar generasi muda Muslim Indonesia, menggantikan atau setidaknya melengkapi peran tradisional masjid, pesantren, dan pengajian sebagai sumber otoritas keagamaan.

Moderasi beragama, sebagai paradigma yang dicanangkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, menjadi salah satu isu sentral dalam diskursus keislaman kontemporer. Konsep ini menekankan pentingnya sikap moderat, toleran, dan menghargai perbedaan dalam praktik keberagaman, sebagaimana dirumuskan dalam empat pilar moderasi beragama: komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan akomodatif terhadap budaya lokal.

Namun, dalam konteks digital, narasi moderasi beragama menghadapi tantangan yang kompleks dan multidimensional. Di satu sisi, media sosial memberikan ruang yang luas bagi penyebaran nilai-nilai moderasi dan toleransi, memungkinkan pesan-pesan inklusif menjangkau audiens yang lebih beragam dibandingkan media konvensional. Di sisi lain, platform yang sama juga menjadi arena bagi sirkulasi narasi-narasi ekstrem, eksklusif, dan radikal yang mengancam kohesi sosial (Lim, 2017). Algoritma media sosial, yang dirancang untuk memaksimalkan engagement dan waktu tonton pengguna, seringkali justru menciptakan apa yang disebut Lim sebagai enklave algoritmik, yaitu ruang-ruang tertutup di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang mengkonfirmasi keyakinan mereka sendiri, sehingga memperkuat polarisasi dan tribalisme keagamaan. Fenomena ini diperkuat oleh mekanisme filter bubble dan echo chamber yang secara sistematis membatasi keragaman perspektif yang tersedia bagi setiap pengguna, menciptakan ilusi bahwa pandangan mereka adalah pandangan mayoritas, padahal kenyataannya bisa jadi sebaliknya.

Generasi muda Muslim Indonesia, sebagai kelompok demografis yang paling aktif menggunakan media sosial, berada di persimpangan dinamika ini. Mereka tidak hanya menjadi konsumen narasi keagamaan di media sosial, tetapi juga menjadi produsen dan distributor aktif wacana keagamaan melalui berbagai bentuk konten kreatif. Fenomena hijabers, dakwah kreatif di Instagram, dan konten keagamaan viral di TikTok menunjukkan bagaimana generasi muda Muslim merekonstruksi identitas dan otoritas keagamaan mereka dalam lanskap digital (Nisa, 2018; Beta, 2019). Namun, transformasi ini juga memunculkan persoalan serius terkait kredibilitas sumber keagamaan, sebagaimana terlihat dalam fenomena ustadz instan yang marak di platform TikTok, di mana individu tanpa latar belakang pendidikan keislaman yang memadai berhasil membangun basis pengikut yang masif dan mengklaim otoritas keagamaan (Mujadid, 2026). Kondisi ini menciptakan ekosistem informasi keagamaan yang kacau, di mana narasi-narasi yang akurat dan bertanggung jawab bersaing dengan konten-konten yang sensasional, menyesatkan, dan provokatif.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam bagaimana narasi moderasi beragama dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dikontestasikan di ruang digital oleh generasi muda, serta implikasinya terhadap otoritas keislaman tradisional dan kohesi sosial. Penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting dalam memetakan fenomena ini dari berbagai sudut pandang. Aminuddin (2024) mengkaji konstruksi Islam moderat dalam media digital Islami.co dan IBTimes.id melalui analisis wacana kritis, sementara Setiyanto (2024) menganalisis promosi patriotisme dan moderasi beragama di Sanadmedia.com. Rachman dan Saumantri (2025) mengeksplorasi transformasi otoritas keagamaan di era digital dengan kerangka Post-Normal Times dari Ziauddin Sardar. Superdi (2025) secara spesifik mengkaji peran TikTok dalam mengkonstruksi wacana moderasi beragama, dan Taufik (2025) menggunakan analisis jejaring sosial untuk memetakan hashtag moderasi beragama. Meskipun demikian, terdapat gap penelitian yang signifikan: belum ada kajian yang secara komprehensif menganalisis kontestasi otoritas keislaman

generasi muda di media sosial dengan menggunakan kerangka analisis wacana kritis yang mengintegrasikan dimensi produksi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural sebagaimana dirumuskan oleh Fairclough (2013), sekaligus memperhatikan peran sentral algoritma dalam membentuk sirkulasi dan resepsi wacana keagamaan di ruang digital.

Berdasarkan latar belakang dan gap penelitian tersebut, rumusan masalah dalam artikel ini adalah sebagai berikut: pertama, bagaimana narasi moderasi beragama dikonstruksi dan diproduksi oleh generasi muda Muslim di berbagai platform media sosial? Kedua, bagaimana kontestasi otoritas keislaman terjadi antara otoritas tradisional dan aktor digital generasi muda dalam wacana moderasi beragama di media sosial? Ketiga, bagaimana algoritma dan struktur platform media sosial memengaruhi sirkulasi dan resepsi narasi moderasi beragama di kalangan generasi muda? Tujuan penelitian ini adalah menganalisis konstruksi narasi moderasi beragama di media sosial dari perspektif analisis wacana kritis, mengkaji dinamika kontestasi otoritas keislaman generasi muda di ruang digital, dan mengevaluasi peran algoritma media sosial dalam membentuk wacana moderasi beragama. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang signifikan bagi pengembangan kajian moderasi beragama di era digital dan menjadi rujukan bagi pemangku kebijakan dalam merancang strategi promosi moderasi beragama yang efektif di ruang digital

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Studi pustaka dipilih karena tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mensintesis berbagai temuan penelitian terdahulu terkait narasi moderasi beragama di media sosial, kontestasi otoritas keislaman generasi muda, dan peran algoritma dalam membentuk wacana keagamaan digital. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis mendalam dan interpretatif terhadap konstruksi makna, relasi kuasa, dan dinamika ideologis yang mendasari fenomena yang diteliti, sebagaimana diperlukan dalam kerangka analisis wacana kritis. Studi pustaka sebagai metode penelitian memiliki keunggulan dalam kemampuannya untuk mengintegrasikan temuan-temuan dari berbagai konteks penelitian dan membangun pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang kompleks dan multidimensional. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer berupa artikel jurnal ilmiah terindeks, buku akademik, dan hasil penelitian terdahulu yang secara langsung membahas topik moderasi beragama di media sosial, otoritas keislaman digital, dan mediatisasi keagamaan. Kriteria seleksi sumber data meliputi empat aspek utama. Pertama, sumber data harus diterbitkan dalam jurnal ilmiah bereputasi atau penerbit akademik yang kredibel, yang memiliki proses *peer-review* yang ketat. Kedua, sumber data harus memiliki relevansi langsung dengan topik penelitian, baik yang membahas moderasi beragama secara langsung maupun yang membahas isu-isu terkait seperti otoritas keagamaan digital, mediatisasi keagamaan, dan identitas Muslim di ruang digital. Ketiga, sumber data diprioritaskan dari publikasi tahun 2017 hingga 2026 untuk

menangkap perkembangan terkini, meskipun beberapa karya klasik yang tetap relevan juga diikutsertakan. Keempat, sumber data harus menggunakan metodologi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Seluruh sumber data primer yang digunakan telah memenuhi kriteria tersebut dan mencakup 28 referensi ilmiah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu pengumpulan dan pengkajian dokumen-dokumen ilmiah yang relevan. Proses pengumpulan data meliputi beberapa tahapan: identifikasi sumber-sumber kunci melalui pencarian sistematis dalam basis data akademik, seleksi berdasarkan kriteria inklusi yang telah ditetapkan, pembacaan mendalam (close reading) terhadap seluruh sumber yang terpilih, pencatatan temuan-temuan utama yang relevan dengan kerangka analisis, dan organisasi temuan berdasarkan tema-tema analitis yang sesuai dengan dimensi analisis wacana kritis. Teknik analisis data menggunakan analisis wacana kritis model Fairclough dengan tiga dimensi analisis yang saling terkait. Dimensi analisis teks mengkaji aspek linguistik narasi moderasi beragama di media sosial, termasuk pilihan kosakata, strategi retorik, dan konstruksi gramatikal. Dimensi praktik wacana menganalisis proses produksi, distribusi, dan konsumsi narasi moderasi beragama oleh aktor-aktor keagamaan di platform digital. Dimensi praktik sosiokultural menempatkan temuan-temuan dalam konteks relasi kuasa, ideologi, dan struktur sosial yang lebih luas. Kerangka teori ideologi van Dijk digunakan sebagai pelengkap untuk menganalisis bagaimana ideologi moderat dan eksklusif diartikulasikan dan dikontestasikan melalui wacana keagamaan di media sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Narasi Moderasi Beragama di Media Sosial

Analisis terhadap berbagai sumber penelitian menunjukkan bahwa konstruksi narasi moderasi beragama di media sosial oleh generasi muda Muslim Indonesia berlangsung melalui mekanisme yang kompleks dan multidimensional, dengan variasi yang signifikan antar platform. Pada dimensi tekstual, narasi moderasi beragama dikonstruksi melalui penggunaan kosakata yang menghubungkan nilai-nilai keislaman dengan prinsip-prinsip kebangsaan, kemanusiaan, dan keadilan sosial. Aminuddin (2024) menemukan bahwa media digital Islami.co dan IBTimes.id secara konsisten menggunakan framing yang menghubungkan Islam moderat dengan nilai-nilai keindonesiaan, seolah-olah menjadi Muslim moderat dan menjadi warga negara yang baik adalah dua sisi dari mata uang yang sama. Strategi retorik ini berfungsi untuk membangun legitimasi narasi moderasi dengan merujuk pada dua sumber otoritas sekaligus: otoritas teologis keislaman dan otoritas sosiopolitik kebangsaan. Dari perspektif analisis wacana kritis, strategi ini merupakan bentuk intertekstualitas yang menghubungkan dua sistem wacana yang berbeda untuk memperkuat posisi argumen.

Pada platform TikTok, konstruksi narasi moderasi beragama mengambil bentuk yang berbeda secara signifikan dari media digital konvensional. Superdi (2025) mengidentifikasi bahwa konten moderasi beragama di TikTok didominasi

oleh format video pendek yang mengombinasikan pesan keagamaan dengan elemen hiburan, musik, dan humor. Format ini mencerminkan logika platform yang menekankan keterlibatan emosional dan kecepatan konsumsi konten, di mana konten yang mampu menahan perhatian pengguna dalam hitungan detik pertama akan mendapatkan promosi algoritmik yang lebih besar. Dampaknya, narasi moderasi beragama di TikTok cenderung disederhanakan dan dipopulerkan, dengan pesan-pesan inti yang dapat ditangkap dalam hitungan detik. Meskipun format ini efektif dalam menjangkau audiens yang luas, khususnya generasi muda yang memiliki rentang perhatian yang pendek, ia juga mengandung risiko trivialisasi pesan moderasi yang sebenarnya memerlukan konteks dan kedalaman pemahaman yang lebih serius. Hal ini sejalan dengan temuan Mujadid (2026) tentang fenomena ustadz instan, di mana aktor-aktor keagamaan tanpa kredibilitas memadai memproduksi konten keagamaan yang menyesatkan, namun mendapatkan jangkauan yang masif karena kepiawaian mereka dalam memanfaatkan logika algoritma platform dan memproduksi konten yang secara emosional menarik meskipun secara substansi tidak bertanggung jawab.

Narasi moderasi beragama juga dikonstruksi melalui praktik dakwah humanis di Instagram, sebagaimana diteliti oleh Ayuni (2022). Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi disampaikan melalui pendekatan teologis yang normatif dan menggurui, melainkan melalui narasi personal, pengalaman hidup, dan pesan-pesan yang menekankan kasih sayang, toleransi, dan penghargaan terhadap perbedaan. Pendekatan ini merepresentasikan transformasi signifikan dalam gaya dakwah, dari yang bersifat menggurui dan dogmatis menjadi yang lebih dialogis, empatik, dan relasional. Nisa (2018) menemukan fenomena serupa dalam budaya visual Instagram di kalangan Muslimah muda, di mana dakwah dikemas dalam estetika visual yang menarik, menggabungkan fashion hijab dengan pesan-pesan keislaman yang moderat dan progresif. Konstruksi narasi melalui estetika visual ini menunjukkan bahwa moderasi beragama bukan hanya soal isi pesan, tetapi juga soal bagaimana pesan tersebut disajikan dan dipertunjukkan secara visual. Beta (2019) melengkapi temuan ini dengan menunjukkan bagaimana komunitas Hijabers mendefinisikan ulang identitas Muslim muda urban yang mengintegrasikan kesalehan religius dengan gaya hidup modern dan kosmopolitan, menciptakan model keberagamaan yang tidak mempertentangkan antara tradisi dan modernitas, antara kesalehan dan keindonesiaan.

Konstruksi narasi moderasi beragama di media sosial juga melibatkan negosiasi antara nilai-nilai universal Islam dan konteks lokal Indonesia. Setiyanto (2024) menemukan bahwa Sanadmedia.com secara aktif mempromosikan patriotisme dan moderasi beragama dengan mengintegrasikan narasi keislaman dan keindonesiaan. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran bahwa moderasi beragama di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari konteks kebangsaan dan bahwa Islam Indonesia memiliki karakteristik khas yang berbeda dari Islam di negara-negara lain, khususnya dalam hal penerimaan terhadap pluralisme dan keragaman budaya. Thohir dan Dimyathi (2021) menunjukkan bahwa negosiasi nilai-nilai moderasi beragama juga berlangsung di Twitter melalui penggunaan

humor dan punchline yang secara kritis menantang narasi-narasi radikal dan eksklusif. Strategi ini menunjukkan kreativitas generasi muda dalam menggunakan afordansi platform untuk mengartikulasikan pesan-pesan moderasi dengan cara yang tidak konvensional tetapi efektif. Penggunaan humor sebagai strategi retorik memiliki fungsi ganda: di satu sisi, ia memudahkan penyebaran pesan karena konten yang lucu cenderung lebih viral; di sisi lain, ia berfungsi sebagai mekanisme pertahanan terhadap serangan dari kelompok eksklusif, karena pesan yang disampaikan melalui humor lebih sulit untuk dilawan secara langsung tanpa terlihat kaku dan tidak memiliki selera humor.

Kontestasi Otoritas Keislaman di Ruang Digital

Kontestasi otoritas keislaman di media sosial merupakan salah satu temuan paling signifikan dalam analisis ini. Secara tradisional, otoritas keislaman di Indonesia terkonsentrasi pada institusi-institusi seperti pesantren, kiai, ulama, dan organisasi keagamaan besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Otoritas ini dibangun melalui proses yang panjang dan terstruktur, melibatkan pendidikan keagamaan yang mendalam, silsilah intelektual yang dapat ditelusuri, dan pengakuan dari komunitas keagamaan yang lebih luas. Namun, lanskap digital telah mendemokratisasi produksi wacana keagamaan, memungkinkan siapa saja dengan akses internet untuk menjadi produsen dan distributor narasi keagamaan. Rachman dan Saumantri (2025) menganalisis transformasi ini dengan kerangka Post-Normal Times dari Ziauddin Sardar, menunjukkan bahwa era digital ditandai oleh kompleksitas, ketidakpastian, dan kecepatan perubahan yang telah mengubah mekanisme otoritas keislaman secara fundamental. Otoritas keagamaan tidak lagi didasarkan semata-mata pada tradisi keilmuan dan silsilah intelektual, tetapi juga pada kemampuan untuk menguasai logika platform, membangun basis pengikut, dan memproduksi konten yang viral. Dalam kondisi Post-Normal Times, kecepatan respons seringkali lebih dihargai daripada kedalaman refleksi, dan popularitas lebih diapresiasi daripada kompetensi, menciptakan kondisi yang mendukung munculnya otoritas-otoritas baru yang mungkin tidak memiliki legitimasi tradisional tetapi memiliki kemampuan adaptif yang tinggi terhadap logika digital.

Fenomena ustadz instan di TikTok merupakan ilustrasi paling jelas dari kontestasi otoritas ini. Mujadid (2026) mendokumentasikan bagaimana individu-individu tanpa latar belakang pendidikan keislaman yang memadai berhasil membangun otoritas keagamaan di TikTok melalui kemampuan mereka dalam memproduksi konten yang menarik secara emosional. Konten-konten ini seringkali menyajikan interpretasi keagamaan yang dangkal, simplistik, dan terkadang menyesatkan, namun mendapatkan jangkauan yang jauh melampaui konten-konten yang diproduksi oleh ulama berkompetensi. Fenomena ini menciptakan paradoks yang perlu dikaji secara kritis: di satu sisi, demokratisasi produksi wacana keagamaan memperluas partisipasi publik dalam diskursus keislaman dan membuka ruang bagi suara-suara yang selama ini terpinggirkan; di sisi lain, ia berpotensi menurunkan kualitas diskursus tersebut dan mengancam

integritas tradisi keilmuan Islam yang telah terbangun selama berabad-abad. Dari perspektif van Dijk (2008), fenomena ini menunjukkan pergeseran dalam struktur akses terhadap wacana publik, di mana kemampuan untuk menguasai logika algoritma dan memproduksi konten yang menarik secara emosional menjadi kunci untuk memperoleh kuasa wacana, menggantikan kompetensi keilmuan sebagai dasar utama legitimasi.

Organisasi keagamaan tradisional tidak tinggal diam menghadapi tantangan ini. Mukhsin, Alfani, dan Fauzi (2024) menunjukkan bahwa pemuda Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah secara aktif berpartisipasi dalam mempromosikan Islam moderat di ruang digital, mengadaptasi strategi dakwah mereka agar sesuai dengan logika platform media sosial. Upaya ini mencerminkan kesadaran bahwa mempertahankan otoritas keagamaan di era digital memerlukan transformasi pendekatan, dari yang bersifat satu arah dan hierarkis menjadi yang lebih interaktif, partisipatoris, dan responsif terhadap dinamika platform. Namun, adaptasi ini tidak tanpa tantangan. Logika algoritma yang mengutamakan engagement dan kontroversial seringkali tidak berpihak pada narasi-narasi yang bersifat moderat, nuansif, dan kompleks, sehingga organisasi keagamaan tradisional harus belajar mengemas pesan moderasi dengan cara yang lebih menarik dan kompetitif tanpa mengorbankan substansi dan kedalaman pesan. Kafid (2023) mencatat bahwa reproduksi kultur keberagamaan moderat di kalangan generasi muda Muslim memerlukan kreativitas dan kemampuan untuk menerjemahkan nilai-nilai moderasi ke dalam bahasa dan format yang dapat diterima oleh generasi digital.

Peran influencer Muslim dalam ekosistem otoritas keislaman digital juga menarik untuk dikaji secara kritis. Nurislamiah dan Firdaus (2025) menemukan bahwa influencer Muslim memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam moderat, namun otoritas mereka bersifat ambivalen dan problematis. Di satu sisi, mereka berhasil menjangkau audiens yang tidak terjangkau oleh dakwah konvensional, khususnya generasi muda yang lebih nyaman mengonsumsi konten keagamaan dari figur yang relatable dan mengikuti tren; di sisi lain, otoritas mereka lebih didasarkan pada popularitas dan daya tarik personal daripada pada kompetensi keilmuan keagamaan, sehingga terdapat risiko bahwa pesan-pesan yang disampaikan tidak memiliki dasar intelektual yang kuat. Nafis dan AR (2025) melengkapi temuan ini dengan menunjukkan bahwa media cyber keagamaan membentuk persepsi dan praktik keagamaan yang moderat di kalangan generasi muda, namun proses pembentukan ini tidak selalu linear dan seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor non-teologis seperti tren, estetika, dan identitas sosial. Temuan ini konsisten dengan analisis Campbell (2013) tentang digital religion yang menekankan bahwa agama di ruang digital merupakan konfigurasi baru yang tidak dapat dipahami semata-mata melalui kategori-kategori keagamaan konvensional.

Kontestasi otoritas keislaman di media sosial juga berdimensi ideologis yang signifikan. Fata dan Khamdan (2024) mengkaji bagaimana salafisme di Indonesia beroperasi sebagai kontestasi ideologis yang menantang narasi moderasi beragama. Kelompok salafi memanfaatkan media sosial untuk

menyebarkan narasi yang mengklaim monopoli atas kebenaran teologis, menegasikan validitas pendekatan moderat, dan mengkonstruksi moderasi sebagai kompromi terhadap prinsip-prinsip Islam. Dari perspektif van Dijk (1998), kontestasi ini mencerminkan pertentangan antara dua sistem ideologi yang memiliki struktur naratif yang berbeda: ideologi moderat yang menekankan inklusivitas, kontekstualisasi, dan dialog, berhadapan dengan ideologi eksklusif yang menekankan puritanisme, literalisme, dan batas-batas kebenaran yang tegas. Riady (2025) menambah dimensi analisis ini dengan mengkaji fatwa pluralistik dalam konteks teologi inklusif, menunjukkan bahwa kontestasi tidak hanya terjadi antara moderat dan eksklusif, tetapi juga dalam spektrum internal tradisi moderat itu sendiri, antara inklusivisme yang mengakui kebenaran parsial dalam tradisi lain dan pluralisme yang mengakui kebenaran setara antar tradisi keagamaan. Kompleksitas kontestasi ini menunjukkan bahwa lanskap otoritas keislaman di media sosial tidak dapat dipahami melalui dikotomi sederhana antara moderat dan radikal, melainkan melibatkan spektrum posisi yang lebih luas dan dinamis.

Peran Algoritma dan Enklave Algoritmik

Algoritma media sosial memainkan peran yang sangat krusial namun ambivalen dalam membentuk sirkulasi dan resepsi narasi moderasi beragama di kalangan generasi muda. Analisis pada dimensi praktik wacana menunjukkan bahwa distribusi narasi keagamaan di media sosial tidak bersifat netral, melainkan dimediasi oleh algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna. Lim (2017) secara kritis mengidentifikasi bahwa algoritma media sosial menciptakan enklave algoritmik, yaitu ruang-ruang informasi yang tertutup di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai dengan preferensi dan keyakinan mereka sebelumnya. Fenomena ini memiliki implikasi yang sangat serius bagi wacana moderasi beragama: pengguna yang cenderung konservatif atau eksklusif dalam pandangan keagamaannya akan semakin terpapar pada konten yang menguatkan pandangan tersebut, sementara akses mereka terhadap narasi moderasi semakin terbatas, dan sebaliknya. Dengan demikian, algoritma tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga secara aktif membentuk dunia informasi yang berbeda bagi setiap pengguna, menciptakan realitas digital yang terfragmentasi dan terpolarisasi.

Temuan Taufik (2025) tentang hashtag moderasi beragama melalui analisis jejaring sosial memberikan bukti empiris yang kuat tentang fragmentasi ini. Analisis jejaring menunjukkan bahwa aktor-aktor yang menyebarkan narasi moderasi beragama cenderung terkonsentrasi dalam klaster-klaster yang relatif terpisah dari klaster aktor-aktor yang menyebarkan narasi eksklusif atau radikal. Struktur jejaring yang terfragmentasi ini mencerminkan kerja algoritma yang secara sistematis mengelompokkan pengguna berdasarkan pola konsumsi konten mereka, sehingga memperkuat polarisasi wacana keagamaan di ruang digital. Temuan ini konsisten dengan analisis Couldry (2012) tentang bagaimana logika media membentuk kembali praktik sosial, termasuk praktik keberagamaan, ke arah yang lebih terfragmentasi dan terindividualisasi. Lebih lanjut, Taufik

menemukan bahwa jaringan moderasi beragama cenderung didominasi oleh aktor-aktor dari institusi pemerintah dan organisasi keagamaan besar, sementara partisipasi aktor-aktor independen dan grassroots relatif terbatas, yang menunjukkan bahwa wacana moderasi beragama di media sosial masih sangat bergantung pada infrastruktur institusional yang sudah ada.

Superdi (2025) mengidentifikasi bahwa format konten pendek di TikTok, yang didukung oleh algoritma For You Page, menciptakan dinamika unik dalam sirkulasi narasi moderasi beragama. Algoritma TikTok yang mengutamakan waktu tonton dan tingkat interaksi cenderung mempromosikan konten yang memicu reaksi emosional kuat, baik positif maupun negatif. Konten moderasi beragama yang bersifat nuansif dan kompleks cenderung kalah bersaing dengan konten yang provokatif, simplistik, dan memolarisasi. Hal ini menciptakan lingkungan di mana narasi ekstrem memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan, sementara narasi moderasi harus berjuang lebih keras untuk mendapatkan visibilitas yang setara. Jufri, Hudi, dan Ilyas (2025) menemukan dinamika serupa di Pesantren.id, di mana wacana keagamaan yang mendalam dan reflektif menghadapi tantangan dalam bersaing dengan konten-konten yang sensasional dan provokatif di ekosistem media digital yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa algoritma tidak hanya mendistribusikan konten secara pasif, tetapi secara aktif membentuk hirarki wacana di mana jenis konten tertentu mendapatkan privilese sementara jenis konten lainnya dimarginalisasi.

Hidayat (2026) mengkaji dimensi lain dari peran algoritma, yaitu bagaimana generasi muda Muslim Indonesia menegosiasikan identitas sosial mereka dalam lanskap globalisasi digital. Algoritma tidak hanya memengaruhi konten apa yang dikonsumsi, tetapi juga bagaimana identitas keagamaan dikonstruksi dan dipertunjukkan secara digital. Generasi muda Muslim yang tumbuh dalam ekosistem media sosial global menghadapi tegangan antara identitas keagamaan lokal dan pengaruh global, antara kebutuhan untuk menjadi bagian dari komunitas keagamaan dan keinginan untuk mengekspresikan individualitas. Zuhri (2021) menunjukkan bahwa konfigurasi ideologi di ruang digital bersifat cair dan dinamis, di mana batas-batas antara ideologi moderat dan eksklusif tidak selalu tegas dan dapat bergeser seiring dengan dinamika diskursus di platform digital. Kondisi ini diperkuat oleh sifat media sosial yang mendorong performansi identitas, di mana identitas keagamaan bukan hanya soal keyakinan internal tetapi juga soal bagaimana keyakinan tersebut dipertunjukkan dan dikonfirmasi secara sosial melalui like, share, dan komentar.

Implikasi terhadap Wacana Keislaman dan Moderasi Beragama

Keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa narasi moderasi beragama di media sosial tidak beroperasi dalam ruang hampa, melainkan terintegrasi dalam jaringan relasi kuasa, ideologi, dan struktur sosial yang kompleks. Pada dimensi praktik sosiokultural, kontestasi otoritas keislaman di media sosial mencerminkan transformasi yang lebih luas dalam masyarakat Indonesia terkait hubungan antara agama, negara, dan ruang publik. Kebijakan

moderasi beragama yang dicanangkan oleh Kementerian Agama, sebagaimana dikontekstualisasi oleh berbagai penelitian, tidak hanya merupakan respons terhadap ancaman radikalisme, tetapi juga merupakan upaya untuk mendefinisikan ulang hubungan antara Islam dan kebangsaan di Indonesia kontemporer. Namun, implementasi kebijakan ini di ruang digital menghadapi tantangan yang unik, karena logika platform dan algoritma tidak selalu selaras dengan tujuan-tujuan moderasi yang bersifat inklusif dan dialogis.

Fenomena kontestasi otoritas di media sosial juga harus dipahami dalam konteks populisme Islam global. Hasan (2012) menunjukkan bahwa populisme Islam di Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda dari populisme Islam di Timur Tengah, karena kedudukannya yang berada dalam kerangka negara-bangsa yang demokratis dan multireligius. Namun, lanskap digital telah mengaburkan batas-batas ini, karena generasi muda Muslim Indonesia yang aktif di media sosial tidak hanya terpapar pada narasi keagamaan lokal, tetapi juga pada narasi-narasi transnasional yang mungkin memiliki agenda ideologis yang berbeda. Slama (2018) mencatat bahwa praktik Islam melalui media sosial di Indonesia telah menjadi bagian dari sirkulasi global narasi dan praktik keagamaan yang melampaui batas-batas nasional, menciptakan dinamika baru dalam pembentukan identitas dan otoritas keagamaan yang tidak dapat dikontrol oleh satu negara atau institusi tunggal.

Implikasi paling signifikan dari temuan penelitian ini adalah bahwa moderasi beragama di ruang digital memerlukan pendekatan yang melampaui sekadar kampanye dan sosialisasi nilai-nilai moderasi secara konvensional. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang cara kerja algoritma, logika platform, dan mekanisme produksi serta distribusi wacana di media sosial untuk dapat merancang strategi promosi moderasi beragama yang efektif. Campbell (2013) menekankan bahwa agama di ruang digital merupakan konfigurasi baru yang tidak dapat dipahami hanya dengan merujuk pada model-model keagamaan konvensional, melainkan memerlukan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan perspektif ilmu agama, ilmu komunikasi, dan studi teknologi. Fairclough (2013) menegaskan bahwa analisis wacana kritis menyediakan kerangka yang tepat untuk memahami bagaimana relasi kuasa dan ideologi bekerja melalui wacana, termasuk wacana keagamaan di media sosial, dan bagaimana wacana tersebut dapat ditransformasikan ke arah yang lebih inklusif dan demokratis. Transformasi ini memerlukan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk otoritas keagamaan tradisional, aktor digital generasi muda, platform media sosial, dan pembuat kebijakan, untuk menciptakan ekosistem wacana keagamaan digital yang mendukung moderasi, dialog, dan penghormatan terhadap perbedaan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis wacana kritis yang telah dilakukan terhadap berbagai sumber penelitian, artikel ini menghasilkan tiga kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Pertama, konstruksi narasi

moderasi beragama di media sosial oleh generasi muda Muslim Indonesia berlangsung melalui mekanisme yang kompleks, multidimensional, dan platform-specific. Setiap platform media sosial memiliki logika dan afordansi yang membentuk narasi moderasi secara berbeda: media digital konvensional seperti Islami.co menggunakan framing yang menghubungkan Islam moderat dengan keindonesiaan, Instagram menjadi ruang bagi dakwah humanis dan visual yang menekankan kasih sayang dan toleransi, TikTok memfasilitasi konten pendek yang mengombinasikan pesan keagamaan dengan hiburan, dan Twitter menjadi arena negosiasi nilai moderasi melalui humor dan punchline. Keragaman mekanisme ini menunjukkan bahwa konstruksi moderasi beragama di ruang digital tidak bersifat monolitik, melainkan terfragmentasi dan bergantung pada karakteristik spesifik masing-masing platform. Kedua, kontestasi otoritas keislaman di media sosial menunjukkan transformasi fundamental dalam mekanisme legitimasi keagamaan di Indonesia. Otoritas keagamaan tradisional yang didasarkan pada tradisi keilmuan, silsilah intelektual, dan pengakuan institusional menghadapi tantangan dari aktor-aktor digital yang memperoleh otoritas melalui popularitas, kemampuan menguasai algoritma, dan daya tarik personal. Fenomena ustadz instan, peran influencer Muslim, dan aktivisme digital pemuda NU dan Muhammadiyah mencerminkan berbagai modalitas kontestasi ini, masing-masing dengan karakteristik dan implikasi yang berbeda. Kontestasi juga berdimensi ideologis, di mana narasi moderat berhadapan dengan narasi eksklusif dan salafi yang menantang legitimasi pendekatan moderat, sementara di dalam spektrum moderat sendiri terdapat tegangan antara inklusivisme dan pluralisme. Dari perspektif van Dijk, kontestasi ini mencerminkan pergeseran dalam struktur akses terhadap wacana publik dan redistribusi kuasa wacana di ruang digital. Ketiga, algoritma media sosial memainkan peran yang sangat krusial namun ambivalen dalam sirkulasi narasi moderasi beragama. Di satu sisi, algoritma memungkinkan narasi moderasi menjangkau audiens yang luas dan beragam, melampaui batas-batas geografis dan sosial yang membatasi dakwah konvensional; di sisi lain, mekanisme enklave algoritmik menciptakan polarisasi wacana keagamaan yang mengancam kohesi sosial. Algoritma yang mengutamakan engagement cenderung memberikan keunggulan kompetitif pada konten yang provokatif dan memolarisasi, sementara narasi moderasi yang nuansif dan kompleks menghadapi tantangan dalam mendapatkan visibilitas yang setara. Implikasi akademik dari temuan ini adalah perlunya pengembangan kerangka teoretis yang lebih komprehensif untuk memahami interaksi antara wacana keagamaan, logika platform, dan dinamika ideologis di ruang digital, serta perlunya strategi promosi moderasi beragama yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang cara kerja algoritma dan logika platform media sosial.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, direkomendasikan beberapa hal berikut ini. Dari sisi akademik, pertama, perlu dilakukan penelitian lanjutan yang menggunakan pendekatan empiris seperti etnografi digital atau netnografi untuk menggali secara lebih mendalam pengalaman dan motivasi

generasi muda Muslim dalam memproduksi dan mengonsumsi narasi moderasi beragama di media sosial. Pendekatan ini akan melengkapi temuan studi pustaka ini dengan data empiris yang kaya dan kontekstual. Kedua, pengembangan kerangka analisis wacana kritis digital yang secara eksplisit mengintegrasikan dimensi algoritmik sebagai elemen analitis, mengingat peran sentral algoritma dalam membentuk produksi dan distribusi wacana di platform digital. Kerangka ini perlu memperhitungkan bagaimana logika algoritmik tidak hanya mendistribusikan tetapi juga membentuk dan mengkonstruksi wacana itu sendiri. Ketiga, studi komparatif lintas platform yang sistematis untuk memahami bagaimana afordansi dan logika platform yang berbeda membentuk narasi moderasi beragama secara diferensial, termasuk studi tentang platform-platform baru yang mungkin muncul di masa depan. Dari sisi kebijakan, pertama, perlu dirancang strategi promosi moderasi beragama di media sosial yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang cara kerja algoritma dan logika platform, bukan sekadar transfer metode dakwah konvensional ke ruang digital. Strategi ini harus mempertimbangkan karakteristik unik setiap platform dan merancang konten yang sesuai dengan logika masing-masing platform tanpa mengorbankan substansi pesan moderasi. Kedua, penguatan kolaborasi antara otoritas keagamaan tradisional dan aktor digital generasi muda dalam memproduksi konten moderasi beragama yang berkualitas, kredibel, dan kompetitif di ekosistem media sosial. Kolaborasi ini harus bersifat saling menghormati, di mana otoritas tradisional menyediakan kedalaman ilmiah sementara aktor digital menyediakan kemampuan adaptasi terhadap logika platform. Ketiga, pengembangan program literasi media dan literasi keagamaan digital yang terintegrasi, yang tidak hanya memberikan keterampilan teknis dalam menggunakan media sosial, tetapi juga membekali generasi muda dengan kemampuan berpikir kritis dalam mengevaluasi sumber, klaim, dan narasi keagamaan di ruang digital. Program ini harus mencakup pemahaman tentang cara kerja algoritma, pengenalan tanda-tanda misinformasi keagamaan, dan keterampilan verifikasi sumber. Keempat, advokasi terhadap platform media sosial untuk mengembangkan mekanisme algoritmik yang lebih mendukung keragaman perspektif dan mengurangi polarisasi wacana keagamaan, termasuk melalui transparansi algoritma, pemberian preferensi pada konten yang bersifat edukatif dan membangun dialog, serta pengembangan fitur-fitur yang mendorong eksposur terhadap perspektif yang beragam.

DAFTAR RUJUKAN

- Aminuddin, A. (2024). Interpreting moderate Islam in Indonesian digital media: A critical discourse analysis of Islami.co and IBTimes.id. *Journal of Education and Religious Studies*.
<https://journal.academiapublication.com/index.php/jers/article/view/209>
- Ayuni, Q. (2022). Keagamaan online di media sosial: Mediatisasi dakwah humanis di Instagram @husein_hadar [Tesis]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Beta, A. R. (2019). Hijabers: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia. *International Communication Gazette*, 81(6-8), 1-17.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Fata, A. K., & Khamdan, M. (2024). Salafisme di Indonesia: Identitas dan kontestasi ideologi di Indonesia. *Al-Ittihad: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*. <https://www.academia.edu/download/119750559>
- Hasan, N. (2012). *Islamic populism in Indonesia and the Middle East*. Cambridge University Press.
- Hidayat, F. (2026). Negotiating social identity among young Indonesian Muslims within the digital globalization landscape. *Journal of Media Communication and Social Issues*. <https://ejournal.smartpedia.co.id/index.php/smedia/article/view/4>
- Jufri, J., Hudi, S., & Ilyas, M. (2025). Beyond the text: A discourse analysis of religious issues written by Aksin Wijaya on Pesantren.id. *FAJAR Jurnal Pendidikan Islam*. <https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/FAI/article/view/4045>
- Kafid, N. (2023). *Moderasi beragama: Reproduksi kultur keberagaman moderat di kalangan generasi muda Muslim*. Buku Litera.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Mujadid, S. A. (2026). Fenomena "Ustadz Instan" di TikTok: Analisis kredibilitas dan dampaknya terhadap literasi keagamaan generasi muda. *Qaulan Baligha*. <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/QB/article/view/5943>
- Mukhsin, M., Alfani, I. H. D., & Fauzi, R. (2024). The role of Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah youth in promoting Islamic moderation in Indonesia. *An-Nida'*. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Anida/article/view/32457>
- Nafis, A. A. F., & AR, N. W. (2025). Islam di ruang maya: Media cyber membentuk persepsi dan praktik keagamaan yang moderat. *SHOUTIKA*. <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika/article/view/1673>
- Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1-2), 68-99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Nurislamiah, M., & Firdaus, M. Y. (2025). Peran influencer Muslim dalam penyebaran nilai-nilai Islam. *MISYKAH: Jurnal Pemikiran dan Studi Islam*. <https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/misykah/article/view/4187>
- Rachman, A., & Saumantri, T. (2025). Transformation of religious authority in the digital era: A post-normal times analysis by Ziauddin Sardar on the

- phenomenon of social media da'wah. *Jurnal Ilmu Dakwah*.
<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/25644>
- Riady, A. (2025). Fatwa greetings pluralistik: Konteks teologi inklusif dan pluralisme agama di Indonesia kontemporer. *Dialektika*.
<https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/DT/article/view/10974>
- Setiyanto, D. A. (2024). Promoting patriotism and religious moderation: A critical discourse analysis of Sanadmedia.com. *Harmoni*, 23(1).
<https://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/716>
- Slama, M. (2018). Practising Islam through social media in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 1–4.
<https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>
- Superdi, D. (2025). The role of social media in constructing religious moderation discourse: An analysis of TikTok. *Social Impact Journal*.
<http://journal.goresearch.id/index.php/sij/article/view/195>
- Taufik, E. T. (2025). Hashtag moderasi beragama: A social network analysis. *Digital Muslim Review*.
<http://digitalmuslimreview.or.id/index.php/dmr/article/view/56>
- Thohir, M., & Dimyathi, M. A. (2021). Punchline tweets: How to negotiate educational values of religious moderation against radicalism on Indonesian social media. *Prosiding AICIS*.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage Publications.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.
- Zuhri, A. M. (2021). Beragama di ruang digital: Konfigurasi ideologi dan ekspresi keberagaman masyarakat virtual. UINSA Press.
<http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/3198>