



Eksplorasi Moderasi Beragama di Media Sosial Instagram yang Dilakukan oleh Beberapa Dai di Indonesia

Rika Amelia Pulungan¹, Mhd. Latip Kahpi²

^{1, 2, 3}Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

E-mail: rikaa0619@gmail.com¹, latipkahpi@uinsyahada.ac.id²

Abstract

This study examines the strategies of religious moderation promoted by Indonesian preachers (da'i) on Instagram and explores how audiences respond to inclusive Islamic narratives in the digital era. Using a qualitative analysis of content, delivery formats, and follower interactions, the research finds that Instagram functions as an effective medium for disseminating moderate values due to its visual, interactive, and easily accessible nature. Preachers utilize various formats such as reels, carousels, and stories to creatively convey messages of tolerance and anti-extremism. The findings indicate that although challenges exist, including ideological resistance and narrative competition, the potential for strengthening religious moderation remains significant through adaptive communication approaches aligned with the needs of digital audiences.

Keywords: religious moderation, digital da'wah, Instagram

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi dakwah moderasi beragama yang dilakukan para dai di Instagram serta bagaimana audiens merespons narasi keberagaman yang inklusif di era digital. Melalui analisis kualitatif terhadap konten, bentuk penyampaian, dan interaksi pengikut, penelitian ini menemukan bahwa Instagram menjadi ruang efektif bagi penyebaran nilai-nilai moderat karena sifatnya yang visual, interaktif, dan mudah diakses. Para dai memanfaatkan berbagai format konten seperti reels, carousel, dan cerita untuk menyampaikan pesan toleransi dan anti-ekstremisme secara kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat tantangan berupa resistensi ideologis dan kompetisi wacana, peluang penguatan moderasi beragama sangat besar melalui pendekatan komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan audiens digital.

Kata kunci: moderasi beragama, dakwah digital, Instagram

PENDAHULUAN

Fenomena dakwah digital dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, terutama di Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia (Pratiwi et al., 2021a). Perubahan pola komunikasi keagamaan yang bergeser dari ruang-ruang konvensional menuju platform digital telah melahirkan bentuk dakwah baru yang lebih fleksibel, interaktif, dan menjangkau audiens lintas batas demografis. Instagram sebagai

salah satu media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia menjadi ruang dakwah yang sangat potensial bagi para dai untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, termasuk pesan moderasi beragama. Moderasi beragama sebagai konsep kunci dalam menjaga keseimbangan, toleransi, serta harmoni antara keberagaman, menjadi kebutuhan penting dalam konteks masyarakat yang plural dan terhubung secara digital. Karena itu, eksplorasi terhadap bagaimana para dai menggunakan Instagram untuk menyuarakan moderasi beragama menjadi isu akademik yang layak ditelaah secara kritis dan mendalam.

Kehadiran para dai di media sosial bukan lagi sekadar proses adaptasi teknologi, tetapi merupakan respons terhadap dinamika sosial-keagamaan yang berkembang. Ruang digital tidak hanya menjadi sarana hiburan atau komunikasi interpersonal, tetapi juga telah menjadi arena pertarungan wacana, termasuk wacana keagamaan (Muhtadin et al., 2024a). Berbagai narasi ekstremisme, intoleransi, dan eksklusivisme keagamaan sering kali menyebar lebih cepat melalui media sosial dibandingkan narasi-narasi moderat. Hal ini mengakibatkan meningkatnya potensi polarisasi sosial, sentimen negatif antar kelompok, bahkan radikalisasi yang mengancam kohesi bangsa. Dalam situasi seperti ini, dai yang memilih jalur dakwah moderat di Instagram memainkan peran strategis sebagai agen penyeimbang, yang tidak hanya menyampaikan ajaran Islam yang ramah dan inklusif, tetapi juga berupaya menetralkan narasi keagamaan yang dapat memicu konflik.

Dalam konteks tersebut, Instagram menawarkan sejumlah keunggulan untuk mempopulerkan moderasi beragama. Platform ini berbasis visual sehingga memungkinkan dai menyampaikan pesan dakwah secara kreatif melalui foto, ilustrasi, infografis, carousel edukatif, video pendek, hingga fitur reels yang digemari generasi muda. Bentuk konten yang ringkas, menarik, dan mudah dibagikan membuat pesan moderasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Selain itu, fitur komentar, direct message, live streaming, dan Instagram Story memungkinkan dai membangun komunikasi dua arah yang lebih personal dengan para pengikutnya (Anwar et al., 2022). Melalui interaksi ini, diskusi mengenai isu moderasi beragama dapat berlangsung secara lebih cair, spontan, dan kontekstual sesuai persoalan sosial yang sedang berkembang.

Penggunaan Instagram sebagai media dakwah moderat tidak terlepas dari tantangan. Sifat algoritmik Instagram yang memprioritaskan konten viral dapat menyulitkan penyebaran konten moderat yang cenderung informatif daripada sensasional. Para dai juga harus berhadapan dengan komentar negatif, misinformasi, misinterpretasi ajaran agama, hingga

serangan verbal dari pihak-pihak yang tidak sepakat dengan narasi moderat (Pratiwi et al., 2021b). Di sisi lain, audiens media sosial kerap memiliki tingkat literasi digital yang beragam, sehingga pesan-pesan dakwah yang kompleks bisa saja dipahami secara keliru. Kondisi ini menuntut para dai untuk tidak hanya kreatif, tetapi juga strategis dalam merancang pesan agar tetap sederhana, akurat, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dengan demikian, moderasi beragama di Instagram bukan sekadar tentang apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan itu dikemas dan dipahami oleh publik.

Dinamika dakwah digital juga dipengaruhi oleh identitas dan kredibilitas dai. Keberhasilan penyebaran moderasi beragama sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan audiens terhadap figur dai itu sendiri. Dai yang memiliki reputasi baik, pemahaman agama yang mendalam, serta kemampuan berkomunikasi yang efektif cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat digital. Sementara itu, dai yang dianggap kontroversial atau tidak konsisten dapat menghadapi resistensi di ruang publik digital (Dianto et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian mengenai penggunaan Instagram oleh dai moderat tidak hanya relevan untuk memahami strategi komunikasi, tetapi juga dapat mengungkap bagaimana otoritas keagamaan dibangun, dinegosiasikan, dan dipertahankan di era digital.

Secara akademik, eksplorasi terhadap tema ini memberikan kontribusi terhadap kajian dakwah digital, moderasi beragama, dan komunikasi keagamaan kontemporer. Banyak penelitian sebelumnya menyoroti fenomena dakwah digital secara umum, tetapi belum banyak yang secara spesifik memfokuskan pada bagaimana para dai di Indonesia mengonstruksi pesan moderasi beragama di Instagram. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi, bentuk konten, interaksi audiens, dan tantangan yang dihadapi dai akan memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik moderasi di ruang digital (Hamdi et al., 2021). Hasil eksplorasi ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi lembaga keagamaan, pemerintah, dan masyarakat dalam merancang program literasi digital keagamaan yang lebih efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana para dai Indonesia mengeksplorasi dan mempraktikkan moderasi beragama melalui Instagram. Fokus penelitian meliputi strategi komunikasi dakwah, bentuk konten yang digunakan, respons audiens, serta hambatan yang dihadapi dalam proses penyebaran pesan moderasi. Dengan menganalisis aktivitas para dai di Instagram, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru mengenai peran media sosial dalam membangun wacana keagamaan yang damai, toleran, dan sesuai dengan nilai-nilai kebangsaan di era digital.

METHODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi eksploratif, karena tujuan utama penelitian adalah memahami secara mendalam bagaimana para dai di Indonesia mengembangkan, mengemas, dan mendistribusikan pesan moderasi beragama melalui platform Instagram (Mudjiyanto, 2018). Pendekatan ini dipilih untuk menangkap makna, strategi komunikasi, serta dinamika interaksi yang tidak dapat diukur melalui angka, tetapi perlu dianalisis melalui makna yang muncul dari konten, narasi, dan respons audiens (Kulsum et al., 2021). Metode kualitatif memungkinkan peneliti melihat fenomena dakwah digital secara holistik, termasuk konteks sosial yang melingkari aktivitas para dai dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan yang moderat.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik: analisis konten digital, observasi non-partisipan, dan wawancara mendalam semi-terstruktur. Pertama, analisis konten dilakukan terhadap postingan, video reel, carousel edukatif, caption, serta interaksi komentar pada akun Instagram para dai terpilih yang aktif menyuarakan moderasi beragama. Teknik ini berguna untuk mengurai pola pesan, tema dakwah, strategi visual, dan penggunaan fitur Instagram sebagai media penyampaian dakwah moderat. Kedua, observasi non-partisipan dilakukan dengan cara memantau aktivitas akun-akun tersebut selama periode tertentu untuk melihat frekuensi unggahan, respons publik, dinamika diskusi, dan bentuk-bentuk engagement yang muncul secara organik. Ketiga, wawancara mendalam dilakukan dengan dai atau pengelola akun yang bersedia menjadi informan, untuk menggali lebih jauh motivasi, pertimbangan strategi, tantangan, serta tujuan dakwah digital yang mereka jalankan (Widayanti & Ernawati, 2022).

Pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih dai yang memenuhi kriteria: aktif menyampaikan pesan moderasi beragama, memiliki jumlah pengikut signifikan, menggunakan fitur Instagram secara konsisten, dan menghasilkan konten dakwah yang relevan dengan tema penelitian (Rohmah et al., 2024). Dengan teknik ini, peneliti dapat memastikan subjek yang dipilih benar-benar representatif dalam menggambarkan praktik dakwah moderat di media sosial. Selain itu, komentator audiens yang terlibat dalam diskusi terkait moderasi juga dijadikan bagian dari unit analisis untuk memahami persepsi publik.

Proses analisis data dilakukan melalui model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data melibatkan proses memilah informasi penting dari temuan lapangan, sedangkan penyajian data dilakukan dengan menyusun pola-pola makna, kategori tematik, dan hubungan antarvariabel. Selanjutnya, kesimpulan ditarik secara induktif untuk menghasilkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana moderasi beragama dikonstruksi, diproduksi, dan disebarakan melalui platform Instagram oleh para dai. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, sehingga keabsahan temuan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Juliandarini et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Dakwah Moderat di Instagram

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah moderat yang dilakukan para dai di Instagram pada dasarnya bertumpu pada tiga aspek utama: pengemasan pesan, pemilihan format konten, dan pengelolaan interaksi dengan audiens (Oktarina & Annur, 2021). Ketiganya bekerja secara simultan untuk membangun narasi keagamaan yang lebih seimbang, ramah, dan inklusif. Para dai tidak hanya bertindak sebagai penyampai ajaran agama, tetapi juga sebagai komunikator budaya digital yang memahami karakteristik platform, perilaku pengguna, serta algoritma Instagram yang menentukan jangkauan sebuah pesan. Dalam konteks inilah dakwah moderat menjadi sebuah strategi komunikasi yang bukan saja berbicara tentang isi pesan, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut dapat diterima, dipahami, dan berdampak pada audiens yang heterogen.

Pertama, dari sisi pengemasan pesan, para dai menerapkan pendekatan *soft preaching* yaitu penyampaian pesan keagamaan secara lembut, reflektif, dan tidak menggurui. Pesan moderasi beragama lebih sering dipresentasikan dalam bentuk nasihat moral, hikmah, motivasi spiritual, hingga penjelasan kontekstual tentang toleransi, keberagaman, dan hidup berdampingan dalam masyarakat plural. Gaya bahasa yang digunakan cenderung sederhana, tidak menggunakan istilah-istilah syariat yang berat, serta menonjolkan aspek humanistik Islam. Hal ini dilakukan untuk memastikan pesan dapat dipahami oleh pengguna Instagram yang memiliki latar belakang pendidikan dan tingkat literasi keagamaan berbeda-beda. Dalam beberapa unggahan, para dai bahkan secara eksplisit mengaitkan pesan moderasi dengan realitas keseharian seperti hubungan sosial, lingkungan kerja, perbedaan pilihan politik, hingga kehidupan berkeluarga (Pratiwi et al., 2021c). Tujuannya untuk menunjukkan bahwa moderasi bukan konsep abstrak, tetapi nilai praktis yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kedua, pemilihan format konten merupakan strategi penting dalam mempertahankan relevansi dakwah moderat di Instagram. Dai-dai moderat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan Instagram seperti *carousel*, reels, caption panjang, dan infografis. Konten *carousel* banyak digunakan untuk menyajikan materi edukatif yang membutuhkan penjelasan bertahap, misalnya tentang batasan toleransi, prinsip wasathiyah, atau cara merespons perbedaan pendapat secara bijak. Sementara itu, fitur reels menjadi alat efektif untuk menarik perhatian audiens karena sifatnya yang singkat, dinamis, dan mudah viral. Para dai biasanya memotong cuplikan ceramah 15–30 detik yang berisi pesan inti tentang moderasi, misalnya imbauan untuk tidak mudah mengkafirkan, menghindari ujaran kebencian, atau menguatkan sikap empati antar sesama (Wibowo & Nurjanah, 2021). Sedangkan infografis digunakan untuk menyederhanakan konsep-konsep seperti radikalisme, ekstremisme, dan pentingnya tasamuh, sehingga lebih mudah dicerna oleh pengguna muda yang terbiasa dengan informasi visual.

Penggunaan estetika visual menjadi salah satu kunci keberhasilan penyebaran dakwah moderat. Desain konten sengaja dibuat dengan warna lembut, tipografi yang jelas, serta ilustrasi humanis agar pesan tampak bersahabat dan tidak mengintimidasi. Hal ini sejalan dengan karakter pengguna Instagram yang cenderung tertarik pada visual yang rapi, bersih, dan emosional (Purwani et al., 2025). Dengan menampilkan estetika visual yang baik, para dai tidak hanya berhasil menarik perhatian, tetapi juga memperkuat citra dakwah moderat sebagai narasi keagamaan yang elegan, santun, dan berkelas.

Ketiga, pengelolaan interaksi dengan audiens menjadi faktor kunci dalam efektivitas dakwah moderat. Instagram memiliki karakteristik komunikasi dua arah, sehingga para dai dituntut aktif merespons komentar, memberikan klarifikasi, hingga mengarahkan diskusi agar tetap sehat dan tidak menimbulkan konflik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dai moderat biasanya menggunakan pendekatan *dialogic communication*, yaitu komunikasi yang menekankan keterbukaan, penghargaan terhadap pendapat audiens, dan upaya membangun pemahaman bersama. Ketika menghadapi komentar bernada keras atau provokatif, para dai umumnya menyikapinya dengan balasan yang tenang, informatif, dan tetap menjaga etika (Albana, 2022a). Pendekatan ini bukan hanya meredakan ketegangan, tetapi juga menjadi contoh nyata praktik moderasi dalam ruang digital.

Strategi lain yang juga ditemukan adalah penggunaan *Q&A session* yang dilakukan melalui fitur Instagram Story. Melalui sesi tanya jawab ini, audiens bebas mengajukan pertanyaan terkait isu keagamaan, termasuk masalah perbedaan pendapat, tradisi lokal, dan

kehidupan modern. Jawaban dai biasanya diarahkan pada perspektif wasathiyah untuk menghindari sikap ekstrem dalam menyikapi persoalan agama. Kehadiran sesi ini menunjukkan bahwa dakwah moderat bukan hanya komunikasi satu arah tetapi juga upaya membangun literasi keagamaan melalui dialog yang manusiawi.

Strategi komunikasi ini tidak lepas dari tantangan. Para dai harus berhadapan dengan algoritma Instagram yang sering kali memprioritaskan konten hiburan atau konten kontroversial. Pesan moderat yang cenderung edukatif kadang kurang mendapatkan perhatian dibandingkan konten yang provokatif. Selain itu, narasi moderat sering dituduh "lunak", "tidak tegas", atau bahkan berseberangan dengan kelompok tertentu yang berpandangan konservatif. Tantangan lainnya adalah kapasitas audiens dalam memahami pesan (Maulidna et al., 2025). Tingkat literasi digital yang rendah membuat sebagian pengguna salah menafsirkan pesan, sehingga menimbulkan perdebatan panjang dan tidak produktif di kolom komentar.

Strategi komunikasi dakwah moderat di Instagram tetap menunjukkan keberhasilan signifikan. Penyajian konten yang kreatif, bahasa yang humanis, serta pengelolaan interaksi yang dialogis terbukti mampu memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat citra Islam yang teduh dan ramah di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa moderasi beragama dapat dipraktikkan secara efektif pada platform media sosial apabila didukung oleh strategi komunikasi yang terencana, kontekstual, dan adaptif terhadap kultur digital masyarakat modern.

Bentuk dan Format Konten Moderasi Beragama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk dan format konten yang digunakan para dai dalam menyebarkan moderasi beragama di Instagram sangat beragam, kreatif, dan disesuaikan dengan karakteristik platform yang berbasis visual. Variasi konten ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai strategi untuk menyesuaikan diri dengan preferensi pengguna Instagram yang cenderung menyukai informasi singkat, estetik, dan mudah dibagikan (Hidayah, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa moderasi beragama tidak hanya dipahami sebagai substansi ajaran, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang memerlukan adaptasi terhadap perkembangan budaya digital.

Pertama, jenis konten yang paling dominan digunakan adalah video pendek, terutama melalui fitur Reels yang menjadi salah satu format paling populer di Instagram. Video-video ini biasanya berdurasi 15–60 detik, berisi potongan ceramah, nasihat singkat, atau penjelasan

reflektif tentang toleransi, saling menghargai, dan pentingnya menjaga keseimbangan beragama. Para dai memanfaatkan format video pendek karena sifatnya yang cepat menarik perhatian, mudah viral, dan didukung oleh algoritma Instagram yang cenderung memprioritaskan reels di beranda pengguna. Video-video tersebut sering kali menampilkan ekspresi ramah, nada suara lembut, serta penyampaian pesan yang menenangkan, sehingga menciptakan atmosfer dakwah yang sejuk dan ramah bagi audiens (Pratiwi et al., 2021d). Dalam konteks moderasi beragama, video pendek terbukti efektif untuk menyampaikan pesan inti tanpa membutuhkan penjelasan panjang, sehingga sesuai dengan pola konsumsi informasi generasi digital yang mengutamakan kecepatan dan visual.

Kedua, konten dalam bentuk carousel edukatif menjadi pilihan utama untuk menjelaskan konsep-konsep moderasi beragama yang membutuhkan penjelasan lebih mendalam. Carousel memungkinkan dai menampilkan beberapa slide dalam satu unggahan, sehingga konten dapat disusun secara sistematis dan bertahap. Misalnya, slide pertama berisi definisi singkat moderasi beragama, slide berikutnya berisi prinsip-prinsipnya seperti tawasuth (tengah), tawazun (seimbang), tasamuh (toleran), dan i'tidal (adil), sementara slide akhir menampilkan contoh aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan cara ini, pengguna dapat menggulir konten seperti membaca modul mini yang ringkas namun padat makna. Selain itu, carousel membantu audiens memahami hubungan antaride dan memberikan struktur visual yang rapi bagi narasi moderat (Yusnawati et al., 2021). Banyak dai juga memanfaatkan warna pastel, ikon ilustratif, dan tipografi modern agar carousel tampak menarik dan mudah dicerna.

Ketiga, infografis digunakan sebagai konten yang bertujuan menyederhanakan isu-isu yang dianggap sensitif atau kompleks, seperti fenomena radikalisme, intoleransi, ujaran kebencian, atau salah kaprah dalam memahami perbedaan mazhab. Infografis dibuat dengan bahasa yang netral dan tidak memihak agar pesan moderasi tetap inklusif dan tidak memicu konflik baru. Beberapa dai juga menyertakan kutipan ayat atau hadis dalam desain visual infografis, tetapi tetap ditampilkan secara elegan dan tidak berlebihan. Infografis ini tidak hanya membantu meningkatkan literasi keagamaan audiens, tetapi juga menjadi alat penting dalam memperkuat narasi bahwa Islam mendorong keseimbangan dan kedamaian (Mustakimah & Waehama, 2023). Kekuatan utama infografis adalah kemampuannya menyampaikan banyak informasi dalam waktu singkat melalui teks singkat dan simbol visual, sesuai dengan karakter pengguna Instagram yang cenderung *scanning* daripada membaca panjang.

Keempat, format caption panjang juga menjadi bagian penting dari strategi konten moderasi beragama. Caption digunakan ketika dai ingin memberikan penjelasan lebih komprehensif tentang isu tertentu, seperti bagaimana menyikapi perbedaan mazhab, pentingnya dialog antaragama, atau peran muslim sebagai agen perdamaian. Caption panjang memberikan ruang bagi dai untuk menjelaskan perspektif mereka dengan lebih argumentatif, sekaligus memberikan konteks agar pesan tidak ditafsirkan secara salah. Meski demikian, caption panjang di Instagram tidak selalu mudah dikonsumsi oleh audiens; oleh karena itu, dai sering mengimbangi antara konten visual yang menarik dan narasi mendalam yang disampaikan melalui teks deskriptif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa moderasi beragama membutuhkan keseimbangan antara pendekatan visual dan pendekatan naratif untuk menghasilkan pemahaman yang utuh.

Kelima, para dai juga memanfaatkan Instagram Story sebagai media dakwah moderat yang bersifat spontan dan interaktif. Story digunakan untuk memberikan refleksi harian, membagikan kutipan pendek tentang toleransi, atau mengunggah potongan video dakwah yang sifatnya responsif terhadap isu terkini. Salah satu format yang paling populer adalah fitur *Q&A* di Story, di mana dai menjawab pertanyaan audiens terkait isu-isu moderasi seperti perbedaan pandangan keagamaan, batas toleransi dalam Islam, hingga hubungan antara agama dan budaya lokal. Melalui fitur ini, dakwah moderat tampil dalam bentuk dialog langsung yang humanis dan persuasif (Wibisono, 2022). Story bersifat temporer, sehingga memungkinkan dai mengunggah konten secara lebih personal tanpa tekanan kuratorial sebagaimana unggahan feed.

Keenam, beberapa dai juga menggunakan konten kolaboratif atau *collab post* bersama tokoh agama lain atau lembaga keagamaan untuk memperluas jangkauan pesan moderasi. Kolaborasi ini membantu memperkuat jaringan dakwah dan menampilkan pesan moderat sebagai narasi bersama, bukan hanya agenda satu figur. Cara ini dinilai efektif dalam menormalisasi moderasi beragama sebagai arus utama dalam diskursus keagamaan digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa keberagaman format konten ini tidak hanya sebatas estetika digital, tetapi juga memiliki dampak strategis pada keberhasilan dakwah moderat. Variasi konten membantu menjangkau audiens dengan preferensi berbeda, memperluas daya sebar pesan, serta menciptakan ruang dakwah yang adaptif terhadap dinamika sosial. Dengan demikian, bentuk dan format konten di Instagram memainkan peran penting dalam memastikan

bahwa pesan moderasi beragama tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dipahami, diterima, dan diaplikasikan oleh masyarakat digital.

Interaksi Audiens dan Respons Publik

Interaksi audiens dan respons publik terhadap konten moderasi beragama yang disebarkan para dai di Instagram menunjukkan pola yang kompleks, dinamis, dan dipengaruhi oleh faktor algoritmik, karakteristik audiens, serta gaya komunikasi yang digunakan oleh para pendakwah. Dalam konteks dakwah moderat, interaksi tidak hanya dipahami sebagai jumlah like, komentar, atau share, tetapi juga sebagai bentuk keterlibatan substantif yang menunjukkan bagaimana audiens menginternalisasi, mengafirmasi, atau bahkan menegosiasikan pesan moderasi tersebut. Pada tingkat tertentu, respons publik dapat mencerminkan kesiapan masyarakat untuk menerima narasi Islam yang inklusif, namun pada saat bersamaan juga mengungkapkan adanya segmen audiens yang masih terjebak pada pola pikir eksklusif, tekstualis, atau intoleran (Arsana et al., 2023). Karena itu, analisis interaksi audiens menjadi penting untuk melihat sejauh mana pesan moderat benar-benar menyentuh kebutuhan spiritual dan intelektual masyarakat digital.

Dari pengamatan terhadap sejumlah akun dai di Instagram, terlihat bahwa konten moderasi beragama cenderung memperoleh respons positif ketika dikemas dalam format yang ringan, mudah dipahami, dan menggunakan bahasa emosional yang menenangkan (Effendi et al., 2022). Misalnya, unggahan berupa kutipan singkat tentang pentingnya menghargai perbedaan atau video pendek berisi ajakan berdialog secara santun sering kali memancing komentar apresiatif seperti “MasyaAllah, sangat menyejukkan,” atau “Terima kasih ustaz, saya butuh nasihat ini.” Interaksi positif semacam ini menunjukkan dua hal. Pertama, ada kebutuhan nyata di kalangan masyarakat terhadap narasi keberagaman yang ramah dan menenangkan, terutama di tengah arus polarisasi digital. Kedua, bentuk penyampaian yang relevan dengan kultur media sosial terbukti lebih efektif dibandingkan dakwah formalistik yang kaku. Dengan kata lain, publik merespons moderasi bukan hanya karena substansi pesannya, tetapi juga karena bentuk penyajiannya yang sesuai dengan karakter platform Instagram yang cepat, visual, dan estetik.

Respons publik tidak selalu linear dengan pesan yang disampaikan. Pada beberapa unggahan, terutama yang menyentuh isu sensitif seperti toleransi antaragama, hubungan mayoritas-minoritas, atau kritik terhadap sikap ekstrem, dai sering kali menerima komentar negatif atau penolakan implisit. Komentar seperti “Hati-hati ustaz, jangan terlalu liberal,” atau

“Ini ajaran siapa? Tidak ada dalam sunnah,” menunjukkan bahwa sebagian audiens masih memiliki resistensi terhadap wacana moderasi beragama. Fenomena ini mengindikasikan bahwa media sosial juga menjadi ruang kontestasi wacana, di mana setiap pesan dakwah diuji oleh keragaman pengetahuan, pengalaman, dan latar ideologis pengguna. Para dai moderat sering kali membalas respons semacam ini dengan pendekatan argumentatif, menggunakan dalil yang komprehensif untuk menjelaskan landasan moderasi (Albana, 2022b). Strategi tersebut cukup efektif untuk meredakan ketegangan, sekaligus menjadi edukasi publik mengenai pentingnya memahami agama secara proporsional.

Tingkat interaksi audiens juga menunjukkan bahwa pesan moderasi beragama cenderung lebih diterima oleh kelompok usia muda yang aktif di Instagram. Mereka memberikan bentuk respons berupa komentar reflektif seperti “Saya baru paham maksud ayat ini,” atau “Terima kasih sudah mengingatkan untuk tidak mudah menghakimi orang lain.” Generasi muda memiliki keterbukaan terhadap wacana baru, termasuk narasi moderat yang sering kali dianggap lebih relevan dengan kehidupan sosial mereka (Arenggoasih & Wijayanti, 2020). Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi para dai untuk memperkuat kampanye moderasi beragama melalui pendekatan digital, sebab publik muda merupakan kelompok yang paling rentan terpapar radikalisme daring, namun sekaligus paling mudah menerima pesan alternatif jika disampaikan dengan gaya yang tepat. Keberhasilan para dai moderat dalam menjangkau kelompok ini menjadi salah satu capaian strategis dakwah digital.

Respons publik yang terlihat dari fitur *story*, *DM* (direct message), dan *polling* di Instagram juga memperkaya pemahaman mengenai interaksi audiens. Banyak pengguna yang mengirimkan pertanyaan pribadi, meminta nasihat, atau mengungkapkan pengalaman mereka dalam menghadapi perbedaan di lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran dai di media sosial tidak sekadar menjadi penyampai pesan satu arah, tetapi juga menjadi figur rujukan spiritual yang dekat dan mudah diakses. Interaksi privat ini sering kali memunculkan kebutuhan edukasi lanjutan, yang kemudian direspons oleh para dai melalui konten klarifikasi atau serial video yang membahas isu tertentu secara lebih mendalam (Muhtadin et al., 2024b). Bentuk respons demikian menunjukkan bahwa dakwah moderat memiliki resonansi emosional yang kuat, sekaligus menegaskan bahwa keberhasilan pesan moderasi tidak hanya diukur dari viralitas, tetapi dari kedalaman komunikasi antarpengguna.

Respons publik juga dapat berfungsi sebagai mekanisme *feedback* bagi para dai untuk mengevaluasi strategi komunikasi mereka. Misalnya, jika unggahan tertentu memicu

perdebatan panjang, dai dapat mengidentifikasi titik masalah yang perlu diperjelas. Jika terdapat kesalahpahaman besar di antara audiens, hal itu dapat menjadi indikator bahwa konten perlu diperkuat dengan konteks tambahan. Dengan demikian, interaksi tidak hanya bersifat responsif tetapi juga konstruktif. Audiens pada akhirnya menjadi mitra dalam membangun ekosistem dakwah moderat, bukan sekadar konsumen pasif.

Interaksi audiens dan respons publik menunjukkan bahwa kampanye moderasi beragama di Instagram menghadirkan peluang dan tantangan sekaligus. Di satu sisi, banyak pengguna yang merespons positif dan merasa tercerahkan oleh pesan damai yang disampaikan. Di sisi lain, resistensi dari sebagian audiens memperlihatkan masih kuatnya pengaruh narasi keagamaan eksklusif di ruang digital. Namun dinamika ini merupakan bagian dari proses panjang membangun budaya keberagamaan yang inklusif. Selama para dai mampu mempertahankan konsistensi, kesabaran, dan keluwesan komunikasi, interaksi audiens akan terus berkembang ke arah yang lebih matang dan konstruktif. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi medium penyebaran pesan, tetapi juga arena dialektika yang memperkuat pemahaman publik tentang nilai-nilai moderasi dalam Islam.

Tantangan dan Peluang Moderasi Beragama di Era Dakwah Digital

Moderasi beragama di era dakwah digital menghadapi dinamika yang semakin kompleks. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi keagamaan, dari yang awalnya bersifat hierarkis dan berpusat pada otoritas ulama, menjadi lebih horizontal, cair, dan terbuka bagi siapapun untuk berbicara tentang agama. Perubahan ini menghadirkan peluang besar bagi para dai moderat untuk menyebarkan pesan Islam yang damai, toleran, dan inklusif (Humairoh & Kholifah, 2025). Namun demikian, perubahan tersebut sekaligus melahirkan tantangan struktural, kultural, dan teknis yang menuntut adaptasi serius dari para penggiat dakwah. Era digital menjadikan dakwah moderat sebagai sebuah proses yang tidak hanya berkaitan dengan kompetensi keilmuan, tetapi juga kemampuan membangun strategi komunikasi, pengelolaan konten, hingga pemahaman mendalam tentang perilaku audiens di ruang digital.

Salah satu tantangan utama dalam mempromosikan moderasi beragama di media sosial adalah kompetisi narasi yang sangat ketat. Ruang digital dipenuhi oleh berbagai macam actor dari dai moderat, konservatif, hingga kelompok ekstrem yang semuanya memperebutkan perhatian publik. Konten radikal atau provokatif biasanya lebih cepat viral karena memanfaatkan emosi kemarahan, kebencian, dan rasa identitas yang mengakar. Sebaliknya,

pesan moderasi yang mengedepankan keseimbangan, dialog, dan rasionalitas sering kali tidak memperoleh atensi sebesar itu. Akibatnya, para dai moderat harus berhadapan dengan mekanisme algoritmik yang cenderung mengangkat konten bernuansa sensasional daripada edukatif. Hal ini menjadi tantangan serius karena algoritma Instagram atau TikTok bekerja berdasarkan *engagement*, bukan kebenaran atau nilai moral kontennya. Dengan demikian, keberhasilan dakwah moderat ditentukan oleh kemampuan dai untuk menyeimbangkan substansi pesan dengan kreativitas penyajian agar tetap relevan dan menarik bagi publik.

Selain tantangan algoritma dan kompetisi wacana, moderasi beragama juga berhadapan dengan fragmentasi pengetahuan audiens. Pengguna media sosial berasal dari beragam latar belakang budaya, tingkat pendidikan, dan pemahaman agama. Beberapa pengguna memiliki kecenderungan literasi agama yang baik, sehingga mudah menerima pesan moderat yang argumentatif dan berbasis dalil (Sidiq & Wijaya, 2025). Namun sebagian lainnya lebih suka pada konten yang bersifat praktis, motivatif, atau emosional, sehingga pesan moderat yang terlalu akademis dianggap membosankan atau sulit dipahami. Fragmentasi ini menuntut dai untuk tidak hanya memahami substansi agama, tetapi juga keterampilan *audience segmentation*, yaitu kemampuan mengidentifikasi gaya komunikasi yang cocok untuk kelompok audiens tertentu. Misalnya, generasi muda mungkin lebih tertarik pada konten video edukatif berdurasi singkat yang dikemas secara estetik, sementara kelompok dewasa lebih mengapresiasi penjelasan panjang yang berbasis kitab klasik. Kesalahan dalam memetakan kebutuhan audiens dapat membuat pesan moderasi tidak efektif atau bahkan salah dipahami.

Tantangan berikutnya adalah resistensi ideologis dari sebagian masyarakat digital. Moderasi beragama sering kali dipersepsikan sebagai agenda politik, upaya liberalisasi agama, atau strategi pemerintah untuk melemahkan identitas Islam. Akibatnya, narasi moderasi sering ditolak oleh kelompok tertentu dengan tuduhan sebagai ajaran Barat atau pemikiran tidak murni. Resistensi semacam ini terlihat dalam kolom komentar, DM, atau bahkan laporan terhadap konten dai moderat. Tidak jarang, dakwah moderat diserang dengan retorika tekstualis, ayat-ayat yang dipahami secara literal, atau kutipan ulama tertentu yang dipakai untuk menyudutkan pesan toleransi (Amin, 2025). Di sinilah pentingnya kemampuan dai untuk mengemas pesan moderat dengan landasan teologis yang kuat, argumentasi yang komprehensif, dan gaya komunikasi yang empatik sehingga dapat meredam kecurigaan dan membuka ruang dialog yang lebih sehat.

Meskipun menghadapi tantangan serius, dakwah moderasi beragama di era digital juga menawarkan peluang yang sangat besar. Pertama, media sosial memungkinkan penyebaran pesan moderat dengan jangkauan yang lebih luas, cepat, dan murah. Seorang dai dapat menjangkau jutaan audiens hanya melalui satu konten yang mendapatkan *engagement* tinggi. Hal ini membuka peluang perluasan wacana moderat yang sebelumnya sulit dilakukan melalui dakwah konvensional yang terbatas pada ruang fisik. Kedua, interaksi dua arah yang memungkinkan audiens memberikan pertanyaan, komentar, atau berbagi pengalaman pribadi dapat memperkuat hubungan emosional antara dai dan pengikutnya. Kedekatan semacam ini menciptakan persepsi bahwa dai bukan hanya figur otoritatif, tetapi juga sahabat spiritual yang dapat diakses kapan saja. Hubungan ini memperkuat kepercayaan publik dan memudahkan internalisasi nilai-nilai moderasi.

Peluang lainnya muncul dari karakteristik generasi digital yang cenderung terbuka terhadap ide-ide baru, termasuk wacana keberagaman yang lebih fleksibel. Generasi muda yang tumbuh dalam lingkungan multikultural dan multiperspektif cenderung mencari narasi keagamaan yang kompatibel dengan kehidupan sosial mereka yang beragam. Mereka lebih mudah menerima ajakan berdialog, sikap inklusif, atau pesan anti-ekstremisme jika disampaikan dengan gaya komunikasi yang kreatif dan tidak menggurui. Kondisi ini memberikan ruang yang luas bagi para dai moderat untuk memperkuat pesan mereka melalui konten visual, storytelling, animasi, atau narasi motivatif yang dekat dengan keseharian anak muda. Dengan kata lain, era digital menyediakan panggung yang sangat potensial bagi pengarusutamaan moderasi beragama jika dimanfaatkan secara optimal.

Era dakwah digital memberikan peluang bagi penguatan kolaborasi antardai, lembaga keagamaan, dan komunitas kreatif. Kolaborasi semacam ini dapat memperkaya produksi konten, memperluas jangkauan audiens, dan menciptakan kampanye bersama yang menguatkan citra moderat Islam di ruang publik. Misalnya, kolaborasi antara dai dan ilustrator dapat menghasilkan konten visual yang lebih menarik, sementara kerja sama dengan influencer dapat memperluas penerimaan publik terhadap pesan moderasi. Pola kolaboratif ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak lagi bersifat individual, tetapi semakin menjadi ekosistem kreatif yang menghubungkan banyak aktor dengan peran masing-masing.

Tantangan dan peluang moderasi beragama di era dakwah digital harus dipahami sebagai dua sisi mata uang yang saling berkaitan. Tantangan memberikan dorongan bagi para dai untuk meningkatkan kapasitas dan kreativitas mereka, sementara peluang membuka ruang

bagi penguatan wacana moderat. Keberhasilan dakwah moderat akan bergantung pada kemampuan para dai memanfaatkan peluang sambil mengelola tantangan yang muncul. Pada akhirnya, dakwah digital bukan hanya persoalan teknologi, tetapi juga proses membangun peradaban dialogis yang mencerminkan nilai-nilai Islam yang damai, adil, dan inklusif.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai moderasi beragama di era dakwah digital melalui media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan bahwa platform digital memiliki peran strategis dalam memperkuat penyebaran nilai-nilai Islam yang damai, toleran, dan inklusif. Para dai moderat mampu memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti unggahan carousel, reels, story, dan siaran langsung untuk menyampaikan pesan yang relevan dan mudah diakses oleh generasi digital. Interaksi audiens yang tinggi, baik melalui komentar, *direct message*, maupun partisipasi dalam fitur interaktif, menunjukkan adanya kebutuhan publik terhadap narasi keberagamaan yang sejuk dan menenangkan. Namun demikian, dakwah moderat juga menghadapi tantangan signifikan, terutama dari kompetisi wacana dengan kelompok ekstrem, resistensi ideologis, dan mekanisme algoritma yang lebih mengutamakan konten sensasional.

Peluang dakwah moderat di ruang digital sangat besar. Karakteristik pengguna media sosial yang terbuka, kreatif, dan responsif memungkinkan para dai untuk memperluas pengaruh dan membangun hubungan spiritual yang lebih dekat dengan audiens. Dengan strategi komunikasi yang tepat, pemahaman teologis yang mendalam, dan kemampuan beradaptasi dengan dinamika platform digital, moderasi beragama dapat menjadi arus utama dalam ekosistem dakwah modern. Dengan demikian, dakwah digital bukan hanya sarana penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga instrumen penting dalam membangun harmoni sosial dan memperkuat nilai-nilai kebangsaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albana, H. (2022a). Kontestasi Narasi Moderasi Beragama di Instagram. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 14–27.
- Albana, H. (2022b). Kontestasi Narasi Moderasi Beragama di Instagram. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 14–27.

- Amin, M. S. (2025). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi keislaman di Ruang Digital. *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 3(1), 148–158.
- Anwar, A. S., Leo, K., Ruswandi, U., & Erihadiana, M. (2022). Internalisasi nilai-nilai moderasi beragama abad 21 melalui media sosial. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 3044–3052.
- Arenggoasih, W., & Wijayanti, C. R. (2020). Pesan kementerian agama dalam moderasi melalui media sosial instagram. *Jurnal Jurnalisa*, 6(1).
- Arsana, I. N. A., Purnawati, N. W., Handoko, H., & Evriani, Y. (2023). Sikap Moderasi Beragama Dalam Menggunakan Media Sosial. *Widya Katambung*, 14(2), 132–138.
- Dianto, I., Fikri, S., Siregar, M. H., Efendi, E., & Dalimunthe, T. (2025). Moderasi Beragama Dan Literasi Keagamaan: Respon Siswa Madrasah Terhadap Isu Radikalisme Dan Intoleransi. *Marsialapari: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 194–217.
- Effendi, D. I., Lukman, D., & Rustandi, R. (2022). *Dakwah digital berbasis moderasi beragama*. Yayasan Lidzikri. <https://digilib.uinsgd.ac.id/50378/>
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. (2021). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1–15.
- Hidayah, I. (2023). Navigasi Ruang Digital: Peran Guru dalam Kampanye Moderasi Beragama melalui Media Sosial. *Journal of Education Research*, 4(4), 2439–2451.
- Humairoh, A. N., & Kholifah, A. (2025). Tantangan dan Peluang Moderasi Beragama di Tengah Masyarakat Digital. *Nexus: Journal of Cross-Disciplinary Insights*, 1(2), 74–88.
- Juliandarini, J., Sudira, P., & Mutohhari, F. (2023). Perubahan Sikap Selama Transisi Pembelajaran: Studi Eksploratif pada Pendidikan Vokasional. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 8(1), 105–119.
- Kulsum, U., Subhan, A., & Darajat, D. M. (2021). Praktik Dakwah Online di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ Khalidbasalamahofficial). *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 1(1), 40–65.

- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian eksploratif komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 65–74.
- Muhtadin, A. F., Syaputra, A. H., Shafwan, M. R., Jenuri, J., & Nurjaman, A. R. (2024a). Meningkatkan Moderasi Beragama Melalui Dakwah Digital. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 28(1), 1–12.
- Muhtadin, A. F., Syaputra, A. H., Shafwan, M. R., Jenuri, J., & Nurjaman, A. R. (2024b). Meningkatkan Moderasi Beragama Melalui Dakwah Digital. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 28(1), 1–12.
- Mustakimah, L., & Waehama, M. R. (2023). Wacana Moderasi Beragama Dalam Akun Instagram@ mubadalah. Id. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 3(1), 149–158.
- Oktarina, P., & Annur, S. (2021). Implementasi Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Satu Lembar Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di Sekolah Dasar Negeri 145 Ogan Komering Ulu. *Muaddib: Islamic Education Journal*, 4(1), 29–36.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021a). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83–94.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021b). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83–94.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021c). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83–94.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021d). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83–94.

- Purwani, D. A., Antin, T., Pratiwi, F. D., Puspitasari, N., & Nusa, L. (2025). Coloring the visual communication of social media instagram within diverse religious madzhabs. *Jurnal Komunikasi, 19*(2), 35–58.
- Rohmah, F., Jannah, S. R., & Wazis, K. (2024). Komunikasi Dakwah Digital dalam Penguatan Moderasi Beragama. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), 24*(2), 130–148.
- Sidiq, K., & Wijaya, T. (2025). Islamisasi dan Moderasi Islam di Indonesia: Jejak Sejarah dan Tantangan Zaman. *Edu Pustaka: Journal of Education and Religious Studies, 2*(1). <https://journal.pustakainstitute.com/edupustaka/article/view/35>
- Wibisono, I. (2022). Kampanye Moderasi Beragama di Instagram: Studi Narasi Lukman Hakim Saifuddin dan Yaqut Cholil Qoumas. *International Conference on Cultures & Languages, 1*(1), 120–131. <https://conferences.uinsaid.ac.id/iccl/paper/view/104>
- Wibowo, R. W., & Nurjanah, A. S. (2021). Aktualisasi Moderasi Beragama Abad 21 Melalui Media Sosial. *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 11*(2), 55–62.
- Widayanti, D., & Ernawati, F. (2022). Implementasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama dalam Pembelajaran PAI di SDN 1 Pule Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri Tahun Pelajaran 2022/2023. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK), 4*(6), 11780–11798.
- Yusnawati, Y., Wira, A., & Afriwardi, A. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Di Instagram. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan, 15*(1), 01–09.