

Moderasi Beragama Di Era Digital: Pengaruh Platform Tiktok Dalam Bermoderasi Agama

Maulidinah Rochmatillah^{1*}, Salsa Bila Febrianti², Farisa Dhonan Kaharani³, Olivia Azzahra⁴,
Adhyaksa Syailendra⁵, Erwin Kusumastuti⁶

¹⁻⁶Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Article Info: Accepted: 7 Juni 2024; Approve: 11 Juni 2024; Published: 21 Juni 2024

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh media sosial TikTok terhadap persepsi moderasi beragama di masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan anak muda. Moderasi beragama menjadi isu penting dalam masyarakat plural untuk menjaga kerukunan dan harmoni sosial. TikTok memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi dan sikap masyarakat melalui konten yang tersedia di platformnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei online berupa kuesioner kepada 25 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok. Selain itu, dilakukan kajian pustaka dan analisis isi terhadap sumber-sumber kepustakaan yang relevan. Hasil survei menunjukkan perbedaan pendapat responden tentang pengaruh konten religi di TikTok terhadap persepsi mereka tentang moderasi beragama. Kajian pustaka dan analisis isi mengungkapkan bahwa konten di TikTok mencerminkan pandangan dan nilai-nilai yang beragam terkait moderasi beragama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh TikTok terhadap persepsi moderasi beragama sangat tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi serta interpretasi individu pengguna. Diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi media dan kemampuan mengkritisi konten di platform media sosial seperti TikTok.

Kata Kunci: TikTok, Media Sosial, Moderasi Beragama, Persepsi, Literasi Media.

Abstract: This research explores the influence of social media TikTok on perceptions of religious moderation in society, especially among teenagers and young people. Religious moderation is an important issue in a plural society to maintain social harmony and harmony. TikTok has a significant influence in shaping people's perceptions and attitudes through the content available on its platform. This research uses a quantitative method by collecting data through an online survey in the form of a questionnaire to 25 respondents who are active TikTok users. In addition, a literature review and content analysis of relevant literature sources was carried out. The survey results show differences in respondents' opinions about the influence of religious content on TikTok on their perceptions of religious moderation. Literature review and content analysis reveal that content on TikTok reflects diverse views and values regarding religious moderation. This research concludes that TikTok's influence on perceptions of religious moderation is highly dependent on the type of content consumed as well as the user's individual interpretation. Efforts are needed to increase media literacy and the ability to critique content on social media platforms such as TikTok.

Keywords: TikTok, Social Media, Religious Moderation, Perception, Media Literacy.

Correspondence Author: Maulidinah Rochmatillah

Email: 23082010021@student.upnjatim.ac.id

This is an open access article under the [CC BY SA](#) license



Pendahuluan

Pada era sekarang ini, media sosial memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat, baik dalam konteks hiburan maupun pekerjaan (Huda et al., 2024). Selain itu, media sosial juga menjadi sumber informasi digital bagi masyarakat umum (Kurniawan & Afifi, 2024).

Sebagai contoh, platform media sosial yang populer di kalangan remaja dan anak muda adalah TikTok, platform media sosial yang berasal dari China ini mulai digemari sejak tahun 2020. TikTok memungkinkan penggunaanya untuk membuat dan membagikan video pendek yang berisi informasi maupun sekadar hiburan yang menarik. Namun, di balik kegemaran menggunakan TikTok, ada kekhawatiran bahwa konten yang tersedia di platform ini dapat memengaruhi persepsi masyarakat, terutama terkait dengan moderasi beragama. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh TikTok terhadap persepsi moderasi beragama di masyarakat.

Moderasi beragama pada dasarnya memiliki keterkaitan mengenai cara pandang maupun pemahaman terhadap kepercayaan orang. Moderasi agama merupakan cara pandang, sikap, dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengejawantahkan esensi ajaran agama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan berlandaskan prinsip adil, berimbang, dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan bernegara (Ri, 2019),

Namun, dalam konteks ini bermoderasi agama diletakkan pada posisi netral atau di tengah keragaman keyakinan beragama, yang mana posisi netral ini menjadi posisi yang tidak memihak kepercayaan manapun. Dengan adanya moderasi dapat menciptakan generasi yang memiliki keseimbangan dalam beragama, dalam konteks ini berarti generasi yang ada atau generasi mendatang akan lebih memahami moderasi beragama sehingga tidak akan terjadi sikap melenceng dari pengertian itu sendiri. Sikap moderasi agama juga berkaitan dengan Nasionalisme, adanya pemahaman mengenai moderasi beragama akan menjadikan Nasionalisme bangsa semakin kuat.

Moderasi beragama menjadi isu penting dalam masyarakat yang plural dan beragam. Moderasi beragama mengacu pada sikap toleran, terbuka, dan menghargai perbedaan dalam kehidupan beragama. Sebaliknya, radikalisme dan ekstremisme keagamaan dapat memicu konflik, perpecahan, dan intoleransi di masyarakat (Fahri & Zainuri, 2019). Oleh karena itu, mempromosikan moderasi beragama menjadi penting untuk menjaga kerukunan dan harmoni sosial. Media sosial seperti TikTok memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk persepsi dan sikap masyarakat, terutama generasi muda. Konten yang tersedia di TikTok, baik itu video, komentar, maupun interaksi antar pengguna, dapat memengaruhi cara pandang individu terhadap isu-isu sosial dan keagamaan. Oleh karena itu, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial TikTok terhadap persepsi moderasi beragama di masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan anak muda penting untuk memahami bagaimana TikTok dapat memengaruhi persepsi moderasi beragama, baik dalam arah yang positif maupun negative.

Kajian Teori

1. Media Sosial

Istilah media sosial ramai dikenal sebagai media komunikasi yang universal dan dapat menjangkau hampir seluruh kawasan. Pada dasarnya media sosial digunakan untuk berinteraksi secara daring baik dalam negeri maupun luar negeri (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Pada media sosial, tiap-tiap individu memberikan kontribusi nya dalam bersosial media, seperti menjadi pelaku interaksi, pemberi informasi, maupun penerima informasi. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan dari proses social (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (Pujiono, 2021).

Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain (Hayes., et al 2015).

Dari beberapa definisi media sosial menurut para ahli tersebut peneliti menyimpulkan media sosial adalah media yang digunakan untuk saling terhubung dari satu pengguna ke pengguna lainnya secara luas, baik untuk berbagai informasi, menyebarkan hiburan, maupun berdiskusi mengenai suatu masalah. Dan untuk berbagi informasi harus terkoneksi ke jaringan internet.

2. Tiktok

Jika dibandingkan dengan Instragram dan YouTube, TikTok merupakan aplikasi yang menghasilkan paling banyak konten atau video (Harriger et al., 2023; Iqbal, 2021). TikTok sendiri memiliki peminat lebih banyak dalam konteks short video dibandingkan dengan Instragram maupun YouTube, pada dasarnya TikTok memiliki fitur-fitur yang lebih menarik dan update dibandingkan platform lain. Fitur yang cenderung praktis dan mudah digunakan tersebut menjadikan TikTok lebih mudah digunakan bagi seluruh kalangan (Jerasa & Boffone, 2021).

Sebagai contoh, fitur di TikTok dapat membuat video musik berdurasi 60 detik hingga 10 menit yang dapat diubah dengan berbagai filter fitur dan musik latar yang diinginkan. Bahkan pengguna TikTok Indonesia menempati urutan keempat, di belakang WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Di Indonesia, 63,1% penduduk menggunakan Tiktok, naik 38,7% dari tahun sebelumnya (Riyanto, 2022). Manfaat tiktok sendiri dapat digunakan untuk membuat video

pendek yang dapat digunakan sebagai berbagai macam hal, seperti penyebaran informasi, konten hiburan, konten memasak, hingga media komunikasi mendunia.

Dari definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa TikTok adalah aplikasi media sosial yang digunakan untuk membuat video pendek yang mana video tersebut nantinya dijadikan media untuk terhubung dengan pengguna lainnya. Selain itu di dalamnya terdapat banyak fitur menarik yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna untuk membuat video sesuai yang diinginkan. Dalam konteks bermoderasi agama sendiri, TikTok dapat menjadi sarana yang tepat dan seharusnya dapat memudahkan penggunaannya untuk menggunakannya sebagai sarana informasi bermoderasi berdasarkan ketersediaan fitur yang ada dan memadai serta target penonton yang cukup banyak.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Untuk metode kuantitatif, dilakukan dengan pengumpulan data secara online melalui pengisian kuesioner oleh responden yang kami buat. Penelitian ini melibatkan 25 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok. Survei ini bertujuan untuk mengukur persepsi responden tentang moderasi beragama sebelum dan setelah menggunakan TikTok. Selain pengumpulan data melalui kuesioner, penelitian ini juga difokuskan pada kajian pustaka. Kajian pustaka melibatkan berbagai pencarian data dari berbagai sumber kepustakaan seperti jurnal ilmiah, buku, majalah, koran, dan dokumen lainnya. Namun, dalam penelitian kali ini peneliti memfokuskan kajian ilmiah berdasarkan sumber jurnal ilmiah secara online yang kemudian diolah menjadi serangkaian informasi yang runtut. Tujuan dari penelitian kepustakaan yaitu untuk memperoleh data dan informasi yang relevan, objektif, dan komprehensif terkait topik yang diteliti.

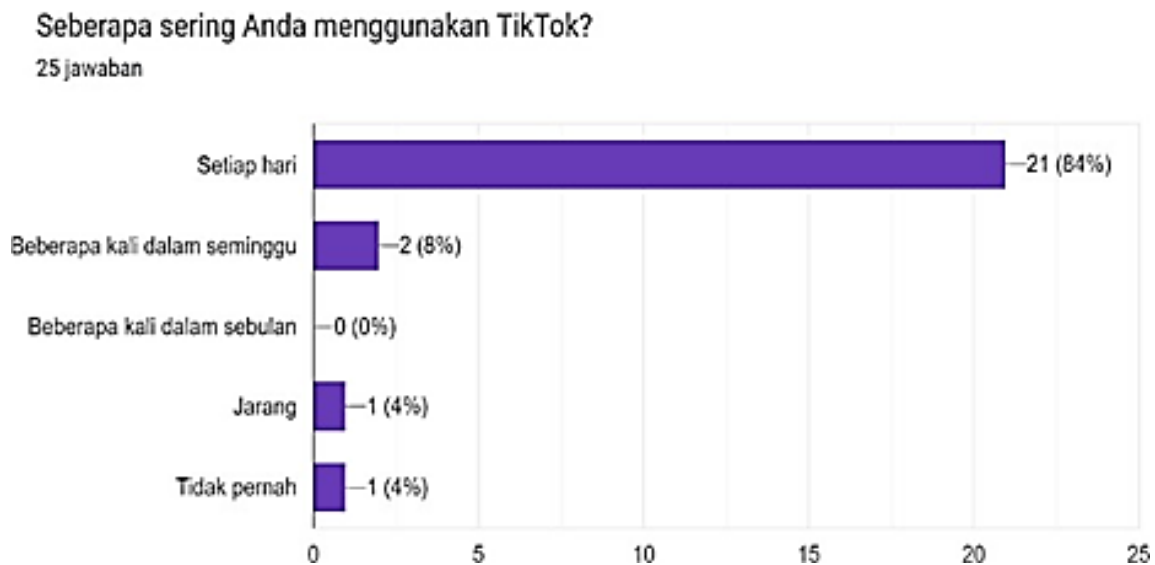
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian isi (content analysis). Kajian isi memungkinkan analisis mendetail berdasarkan sumber-sumber cetak seperti jurnal, buku, dan ebook. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi tema, pola, dan makna yang terkandung dalam teks yang dianalisis, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang moderasi beragama dalam konteks penggunaan TikTok. Secara keseluruhan, penelitian ini menggabungkan metode pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner dengan kajian pustaka yang mendalam, serta analisis isi untuk memberikan wawasan yang komprehensif tentang pengaruh TikTok terhadap persepsi moderasi beragama pengguna aktifnya.

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil

Survei online melalui pengisian kuesioner yang melibatkan 25 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok dilakukan untuk mengukur persepsi mereka tentang moderasi beragama

sebelum dan setelah menggunakan platform tersebut. Responden yang mengisi kuesioner cenderung berusia 19 tahun dan terdiri dari jumlah laki-laki lebih besar yaitu 56% sedangkan perempuan 44%. Kuesioner yang digunakan mencakup pertanyaan-pertanyaan seperti frekuensi penggunaan TikTok, durasi waktu yang dihabiskan di aplikasi tersebut setiap hari, jenis konten yang paling sering ditonton, serta pendapat mereka tentang pengaruh konten religi di TikTok terhadap pandangan mereka tentang moderasi beragama. Berikut disajikan grafik setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.



Gambar 1. Pertanyaan Pertama



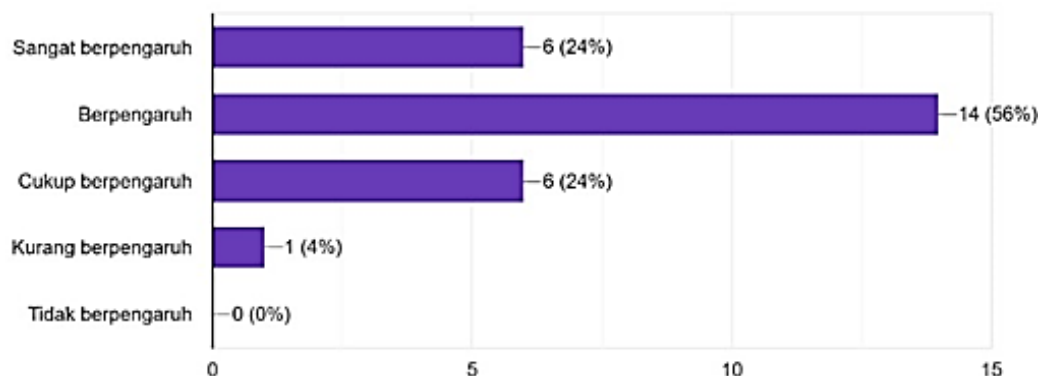
Gambar 2. Pertanyaan Kedua



Gambar 3. Pertanyaan ketiga

Menurut anda apakah konten religi di TikTok berpengaruh terhadap pandangan anda tentang moderasi beragama?

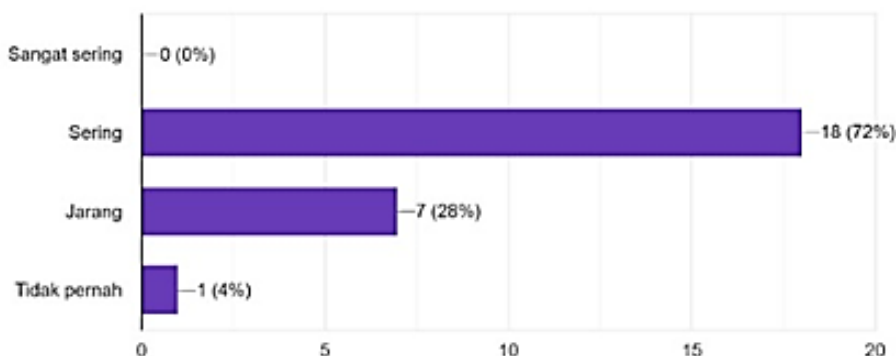
25 jawaban



Gambar 4. Pertanyaan Keempat

Seberapa sering anda melihat konten tentang moderasi beragama di TikTok?

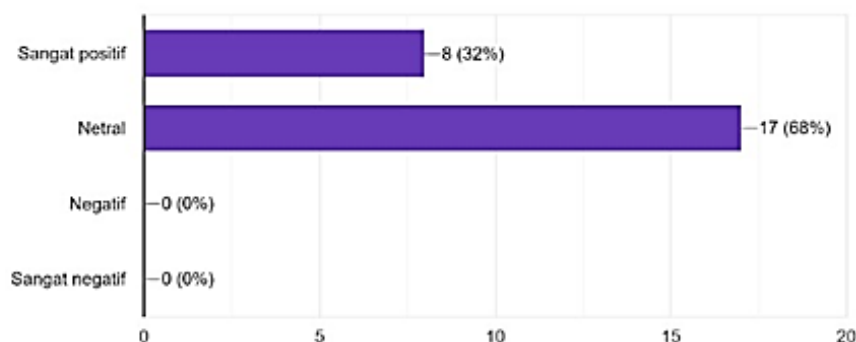
25 jawaban



Gambar 5. Pertanyaan Kelima

Bagaimana pendapat anda tentang peran TikTok dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama?

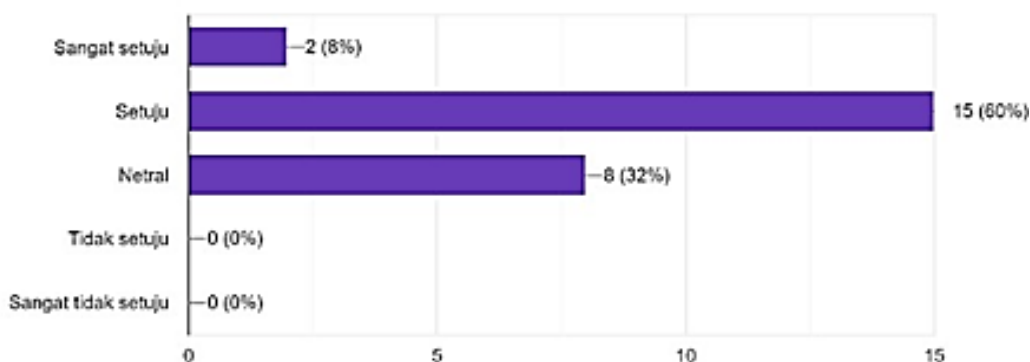
25 jawaban



Gambar 6. Pertanyaan Keenam

Apakah anda merasa lebih terbuka terhadap pandangan keagamaan yang moderat setelah menonton konten di TikTok?

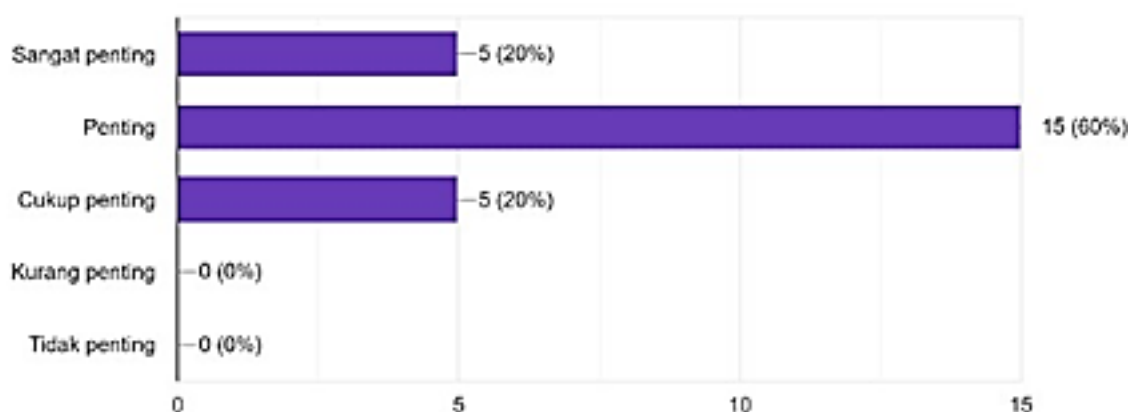
25 jawaban



Gambar 7. Pertanyaan Ketujuh

Seberapa penting anda merasa bahwa moderasi beragama dibahas diplatform seperti TikTok?

25 jawaban



Gambar 8. Pertanyaan Kedelapan

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghabiskan waktu yang signifikan di TikTok setiap harinya dan sering terpapar dengan konten religi. Meskipun demikian, terdapat perbedaan pendapat di antara responden mengenai sejauh mana konten religi di TikTok memengaruhi persepsi mereka tentang moderasi beragama. Beberapa responden merasa bahwa konten tersebut memberikan perspektif yang lebih moderat dan inklusif, sementara responden lain merasa bahwa konten religi di TikTok justru cenderung mempromosikan pandangan yang lebih ekstrem dan kurang toleran.

Selain survei, penelitian ini juga melibatkan kajian pustaka yang ekstensif terhadap sumber-sumber kepustakaan seperti jurnal ilmiah, buku, dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Kajian ini memberikan konteks teoritis dan empiris yang kuat untuk memahami hubungan antara media sosial dan persepsi moderasi beragama.

Melalui pendekatan analisis isi (content analysis), peneliti mengidentifikasi tema, pola, dan makna yang terkandung dalam teks-teks yang dianalisis. Analisis ini mengungkapkan bahwa konten di TikTok terkadang mencerminkan pandangan dan nilai-nilai yang beragam terkait dengan moderasi beragama, baik yang mendukung toleransi dan inklusivitas maupun yang mempromosikan pandangan yang lebih ekstrem.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi moderasi beragama di masyarakat, terutama di kalangan remaja dan anak muda yang menjadi pengguna utama platform ini. Namun, pengaruh tersebut sangat tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi oleh pengguna serta interpretasi mereka terhadap konten tersebut. Temuan ini menyoroti pentingnya literasi media dan kemampuan untuk mengkritisi konten yang tersedia di platform media sosial seperti TikTok.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, melalui metode survei online yang melibatkan 25 responden, penelitian ini berhasil mengumpulkan data yang mencerminkan pandangan dan kebiasaan pengguna TikTok terkait konten religi. Selain itu, penelitian ini memperkuat temuan dengan kajian pustaka yang ekstensif dan analisis isi (content analysis).

Sebagian besar responden berusia 19 tahun, dengan komposisi gender yang sedikit lebih banyak laki-laki (56%) dibandingkan perempuan (44%). Profil demografis ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda, terutama remaja, adalah pengguna utama TikTok, sejalan dengan tren penggunaan media sosial di kalangan generasi muda.

Responden dilaporkan menghabiskan waktu yang signifikan di TikTok setiap harinya, menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan dengan platform tersebut. Frekuensi penggunaan

dan durasi waktu yang dihabiskan mengindikasikan bahwa TikTok memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari pengguna, terutama dalam hal konsumsi konten.

Sebagian besar responden sering terpapar dengan konten religi di TikTok. Namun, terdapat variasi pendapat mengenai pengaruh konten tersebut terhadap pandangan mereka tentang moderasi beragama. Beberapa responden merasa bahwa konten religi di TikTok memberikan perspektif yang lebih moderat dan inklusif, mendorong toleransi dan pengertian antarumat beragama. Sebaliknya, ada juga responden yang merasa bahwa konten religi di TikTok cenderung mempromosikan pandangan yang lebih ekstrem dan kurang toleran, yang dapat mengarah pada polarisasi dan konflik.

Melalui pendekatan analisis isi, peneliti menemukan tema dan pola yang menunjukkan bahwa konten di TikTok mencerminkan pandangan yang beragam terkait moderasi beragama. Ini mencakup konten yang mendukung toleransi dan inklusivitas serta konten yang mempromosikan pandangan ekstrem. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok sebagai platform media sosial dapat menjadi ruang bagi berbagai perspektif, baik yang positif maupun negatif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa TikTok memiliki potensi yang besar dalam memengaruhi persepsi moderasi beragama di kalangan penggunanya, terutama remaja dan anak muda. Survei yang dilakukan menunjukkan adanya perbedaan pendapat di antara responden mengenai sejauh mana konten religi di TikTok memengaruhi persepsi mereka tentang moderasi beragama. Kajian pustaka dan analisis isi mengungkapkan bahwa konten di TikTok mencerminkan pandangan dan nilai-nilai yang beragam, baik yang mendukung toleransi maupun yang mempromosikan pandangan ekstrem terkait moderasi beragama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh TikTok terhadap persepsi moderasi beragama sangat tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi serta interpretasi individu pengguna. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi media dan kemampuan mengkritisi konten di platform media sosial seperti TikTok. Penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk memahami dengan lebih mendalam dampak TikTok terhadap persepsi moderasi beragama di berbagai kelompok masyarakat dan budaya yang berbeda.

Referensi

- Fahri, M., & Zainuri, A. (2019). Moderasi beragama di Indonesia. *Intizar*, 25(2), 95–100.
- Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, 44, 222–226.

- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 69–81.
- Iqbal, M. (2021). TikTok revenue and usage statistics (2021). *Business of Apps*, 1(1). https://uploads2.craft.co/uploads/operating_source/document/982548/57cb7f410c237c8e.pdf
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219–226. <https://doi.org/10.1002/jaal.1199>
- Kurniawan, D., & Afifi, A. A. (2024). Moderasi Beragama: Menangkal Islamophobia Melalui Revitalisasi Media Sosial. *AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilization and Learning Societies*, 5, 25–34.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Ri, T. P. K. A. (2019). Moderasi beragama. *Jakarta: Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama RI*. https://balitbangdiklat.kemenag.go.id/upload/files/Moderasi_Beragama_di_Tengah_Isu_Kontemporer.pdf