

LAPORAN HASIL PENELITIAN

MEDIA MODERASI BERAGAMA BUKAN MEDIA MASSA:
EVALUASI PENERAPAN JURNALISTIK DAN STRATEGI SITUS MEDIA
MODERASI BERAGAMA PTKIN SUMATERA

LITAPDIMAS 2024

BAB I **PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah

Urgensi moderasi beragama menjadi catatan serius bagi semua pihak. Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) harus komitmen dan konsisten mendiseminaskan nilai-nilai moderasi beragama. Moderasi Beragama adalah salah satu dari tujuh Program Prioritas Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) (Nashrullah 2021). Selain hal itu dilakukan dengan membentuk rumah moderasi beragama, atau unit moderasi beragama yang dinakhkodai oleh seorang kepala/ketua. Saat ini, unit-unit tersebut harus juga memaksimalkan media yang berkontribusi terhadap diseminasi moderasi beragama.

Selain media lama atau media konvensional atau media massa tradisional yang cenderung memerlukan alokasi dana yang tidak murah. Maka, unit moderasi beragama juga dapat memaksimalkan media berbasis internet, atau dikenal dengan media *online* atau media baru alias media siber (Nasrullah 2014). Alasannya, media baru ini cenderung lebih mudah dan murah, efektif dan efisien. Rumus media lama berdasarkan peranti regulasi dan sistem yang kompleks. Sementara rumus media baru berbasis internet ialah keterbukaan dan kemudahan. Keterbukaan internet juga telah memungkinkan masyarakat untuk bersaing dengan para jurnalis dari media lama dalam menciptakan dan menyebarkan informasi politik atau apa saja (Alfian 2022).

Tidak salah, ketika pokja moderasi beragama Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) menginstruksikan agar rumah moderasi beragama di PTKIN memiliki media yang mengusung konten moderasi beragama. Tetapi, apakah cukup dengan membuat portal atau situs atau media daring semata? Hanya posting beberapa atau posting seperlunya, tanpa standarisasi kerja jurnalistik? Apakah cukup dengan menyediakan situs, portal atau media daring dengan berbagai konten berkaitan dengan moderasi beragama, namun hanya berkutat pada penayangan melalui satu media saja? Bukankah, hari ini media lama yang memiliki situs berita daring atau media daring tak luput dengan jebakan media sosial? Misal, media arus utama (*mainstream*) seperti *Harian Kompas* dan *KompasTV* memiliki afiliasi representatif pada media daring *Kompas.com* merasa tidak cukup upaya publikasinya. Sebab tren pembaca sangat dekat dengan media sosial (Saptoyo &

Galih 2022). Akhirnya, *Kompas Gramedia Group* menggarap media sosialnya, hadir lebih menarik dan kreatif melalui kanal *Tiktok*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook* (Meta), *Twitter/X*.

Berdasarkan pengamatan awal penulis, tercatat, sebanyak 49 rumah moderasi beragama di kampus Islam telah memiliki media. Media *online* masing-masing rumah moderasi beragama ternyata beraneka ragam. Semua memiliki nama domain menarik. Tidak hanya berkutat pada sebuah nama yang berafiliasi dengan diksi Islam dan moderat, tetapi juga ada yang menggunakan istilah bahasa daerah, sesuai lokasi rumah beragama masing-masing. Uniknya, ada juga yang situsnya tidak dapat diakses lagi.

Penulis juga mengamati, bahwa media moderasi beragama yang tidak dapat diakses lagi setidaknya ada tujuh situs *web*. Ketujuh situs tersebut terdiri dari satu situs di Sumatera, dua situs di Sulawesi, dan empat situs di Jawa. Dua dari 18 situs atau media moderasi beragama di Sumatera yang tidak dapat diakses adalah [kaffah99.com](#) dari rumah moderasi beragama UIN Raden Intan Lampung, dan [halaugama.com](#) dari rumah moderasi beragama STAIN Sultan Abdurrahman Bintang Kepulauan Riau. [Tanjak.kampusmelayu.ac.id](#) [STAIN Bengkalis Riau](#). Seluruh situs lainnya, masih dapat diakses tentu tampilannya sesuai dengan kreatifitas masing-masing.

Berikutnya, media moderasi beragama berdasarkan masing-masing rumah moderasi beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri di Sumatera, selain UIN Radein Intan Lampung dan STAIN Sultan Abdurrahman Bangka-Belitung, masih eksis. Data dari Pokja Moderasi Beragama Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) khusus pulau Sumatera tentang media moderasi beragama yang masih eksis, tertera pada tabel di bawah ini:

No	Media Moderasi Beragama	Satuan Kerja	Nilai Media
1	<u>Peunutoh.id</u>	UIN Ar-Raniry Banda Aceh	Rapi, mingguan
2	<u>Rahmatan.id</u>	UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Tak dikelola
3	<u>Islamuna.id/</u>	UIN Sumatera Utara Medan	Rapi, Bulanan
4	<u>Togok.id</u>	UIN Imam Bonjol Padang	Rapi, mingguan
5	<u>Dilah.id</u>	UIN Raden Fatah Palembang	Kurang teratur
6	<u>Muslimkaffah.com</u>	UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi	Tk teratur, bulanan
7	<u>Fahimna.id</u>	UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu	Tak teratur, tercampur
8	<u>Syahada.web.id</u>	UIN Sahaa Padangsidimpuan	Rapi, 2 weeks
9	<u>Semangatislam.id</u>	UIN Mahmud Yunus Batusangkar	Rapi, Tak tentu
10	<u>Tawassuth.id</u>	IAIN Malikussaleh Lhokseumawe	Tercampur

11	Ruhama.id	IAIN Langsa	Kurang terkelola
12	Therealsunna.id	IAIN Kerinci	Minim, sekedar
13	Umeakbesamo.id	IAIN Curup	Kurang Rapi
14	Wasathan.com	IAIN Metro	Kurang serius
15	Tudungiman.id	IAIN SAS Babel	Tak rapi
16	Saleum.id	STAIN Dirundeng Meulaboh	Minim
17	Madina.web.id	STAIN Mandailing Natal	Rapi, 2 weeks

Tabel 01. Media Moderasi Beragama di PTKIN se-Sumatera

Pengamatan awal penulis, menjelaskan bahwa [Peunutoh.id](#) berisi tentang informasi tentang kegiatan yang berkaitan dengan UIN Ar-Raniry Aceh. Pada rubrik ‘Rumah Moderasi’ justru tidak dijumpai artikel berkenaan dengan moderasi beragama. Pada rubrik lainnya juga tidak banyak menyajikan artikel berkenaan dengan moderasi beragama, terutama paling tidak mendeskripsikan bagaimana contoh moderasi beragama di Aceh. [Peunutoh.id](#) juga tidak terkoneksi dengan *platform* media sosial lain. Tidak ada di *Instagram*, *Facebook*, apalagi di *Tiktok*.

Berikutnya, [Rahmatan.id](#) milik rumah moderasi beragama UIN Syarif Kasim Riau, justru hanya memuat satu artikel informasi. Satu artikel informasi itu juga hanya menginformasi kegiatan Ma’had tentang sosialisasi moderasi beragama kepada dosen di kampus tersebut. Uniknya, walaupun menfasilitasi pembaca untuk terkoneksi dengan media sosial, tapi itu hanya sebatas simbol, sama sekali tidak dapat tertaut. Padahal jika simbol media sosial yang ada pada media web tersebut dapat diakses, maka memudahkan pembaca membagikan tautan kepada khalayak lain melalui media sosial yang dimiliki. Penulis juga berupaya untuk terkoneksi melalui media sosial *Instagram* juga tidak tertera.

Penulis tertarik dengan situs yang dikembangkan oleh rumah moderasi beragama UIN Imam Bonjol, yaitu [Togok.id](#). [Togok.id](#) menyuguhkan artikel yang cukup bagus. [Togok.id](#) juga terdapat tim redaksi dan profil media. Meskipun, pada profil media ini tidak disebutkan waktu *launching* situs. Namun, jika dilihat dari masa awal menayangkan artikel tentang moderasi beragama dimulai pada awal Januari 20243. [Togok.id](#) hanya menampilkan enam rubrik, keenamnya, antara lain: Kaba, Opini, Kaji, Pesantren, Riset, dan Budaya. Sayangnya, [Togok.id](#) tidak ada di platform media sosial lain.

Beralih ke Palembang, Sumatera Selatan. UIN Raden Fatah Palembang memiliki media moderasi beragama bernama [Dilah.id](#). [Dilah.id](#) menyediakan rubrik Opini, News, Khazanah, Kolom, Tokoh, Tradisi, dan Podcast. [Dilah.id](#) juga

dirintis pada awal tahun 2023. [Dilah.id](#) dengan *tagline*-nya lentera peradaban tidak menyebutkan susunan tim redaksi. Pada rubrik *news*, hanya menayangkan empat berita saja. Keempat artikel tersebut juga terbit berbeda bulan. Nyaris, tidak setiap bulan menerbitkan artikel. Media ini juga tidak berafiliasi dengan platform media sosial lainnya.

Setelah dari Palembang, beralih ke Jambi. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi memiliki media moderasi beragama, bernama [Muslimkaffah.com](#). [Muslimkaffah.com](#) memuat lima berita pada rubrik Berita, dan memuat tiga artikel pada rubrik Artikel. Pada bagian tentang kami juga tidak memuat informasi kapan media [Muslimkaffah.com](#) dirintis. Hanya menyajikan visi dan misi rumah moderasi beragama. Tapi, pada [Muslimkaffah.com](#) telah menyajikan kontak redaksi.

[Fahimna.id](#) merupakan media moderasi beragama di bawah naungan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. [Fahimna.id](#) hanya memuat produk jurnalistik berupa *views*, sementara *news* tidak dimuat. [Fahimna.id](#) tidak memuat kolom informasi profil media dan tim redaksi bahkan kontak personal redaksi. Terdapat delapan rubrik tersaji. Namun, tidak terkoneksi dengan platform media sosial lain. Simbol platform media sosial untuk diikuti tidak dapat tertaut. Tayangan artikel pertama pada pertengahan Maret 2023. Terdeteksi awal, bercampurnya artikel berita yang masuk pada rubrik opini. Harusnya, artikel yang memuat informasi berita pada rubrik khusus *news*. [Fahimna.id](#) berbeda dengan model media sebelumnya, karena tidak ada rubrik khusus *news*.

[Syahada.web.id](#) portal media moderasi beragama UIN SAHA Padang Sidempuan. Tayangan berita perdannya pada 16 Februari 2023. Ada delapan rubrik yang tersaji. Hal unik dari [Syahada.web.id](#) menyajikan rubrik Khutbah dan Psikologi. Namun, kedua rubrik tersebut tidak dapat diakses. Hanya dua rubrik yang terisi, yakni rubrik Berita dan Khazanah Islam. [Syahada.web.id](#) juga tidak terafiliasi dengan platform media sosial. Namun, artikel yang disajikan relevan dengan konten moderasi beragama.

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Sumatera Barat juga memiliki media moderasi beragama. Nama portalnya, [Semangatislam.id](#). [Semangatislam.id](#) paling banyak rubriknya dibanding portal sebelumnya. [Semangatislam.id](#) memiliki 12 rubrik. [Semangatislam.id](#) sama seperti *syahada.web.id* yang menyajikan rubrik Khutbah dan Psikologi. [Semangatislam.id](#) juga tidak memiliki akun media sosial.

Adapun profil, tim redaksi, alamat, dan kontak redaksi tersaji secara lengkap. Minimal, [Semangatislam.id](#) mendekati syarat minimal menjadi situs berita daring atau media *online* yang terdaftar di Dewan Pers, sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Setelah kelompok UIN yang secara garis besar tidak memiliki akun media sosial guna menyebarkan pesan-pesan moderasi beragama yang kreatif. Juga secara keseluruhan masih banyak kelemahan. Penulis berasumsi, bahwa bisa jadi hal ini dipengaruhi oleh umur portal yang seluruhnya belum bergenap satu tahun. Berikutnya, bagaimana dengan deteksi awal pada media moderasi beragama di PTKIN kelompok IAIN (Institut Agama Islam Negeri). Setidaknya ada lima media sebagaimana tertulis pada keterangan Tabel. 01 di atas.

Berawal dari daerah Istimewa Aceh, yakni kampus IAIN Malikussaleh Lhokseumawe. Kampus ini melalui rumah moderasi beragama menggarap medianya bertajuk, [Tawassuth.id](#). Pada [Tawassuth.id](#) menyediakan enam rubrik andalan. Rubrik berita hanya berita enam artikel. Penayangan artikel pertama pada Februari 2023. [Tawassuth.id](#) juga tidak memiliki media sosial. Masih di Aceh, kali ini penulis mengobservasi awal portal media [Ruhama.id](#) dibawah naungan IAIN Langsa. [Ruhama.id](#) lebih menarik dari situs lainnya. [Ruhama.id](#) menerbitkan artikel awalnya pada 10 bulan lalu (sekitar bulan Februari 2023). [Ruhama.id](#) tidak tertaut dengan media sosial lain. Artikel berita dimuat khusus pada rubrik Warta.

Berikut, [Therealsunna.id](#). [Therealsunna.id](#) merupakan portal media moderasi beragama milik IAIN Kerinci. [Therealsunna.id](#) hadir hanya menyajikan empat rubrik. Empat rubrik tersebut, antara lain: Kajian, Khutbah, Perspektif, Warta Umat. Meskipun hanya empat rubrik, namun setidaknya telah terpenuhinya produk jurnalistik. Sebab, memuat *views* dan *news*. [Therealsunna.id](#) terbit pertama kali pada Maret 2023. Namun, postingan terakhir pada Juli 2023. Hanya tiga bulan saja eksis. [Therealsunna.id](#) tidak tertaut dengan media sosial manapun.

[Umeakbesamo.id](#) merupakan nama domain dari media moderasi beragama di bawah bendera kampus IAIN Curup. [Umeakbesamo.id](#) bermakna rumah bersama. [Umeakbesamo.id](#) mengusung *tagline* ‘Mendidik dan Menginspirasi’. Awal tayang artikel pada Maret 2023 dan terakhir tayang Oktober 2023. [Umeakbesamo.id](#) tidak konsisten menayangkan artikel, tidak terpola, apakah harian, mingguan, atau bahkan bulanan. [Umeakbesamo.id](#) sama sekali tidak memiliki media sosial.

[Wasathan.com](#) berasal dari rumah moderasi beragama IAIN Metro Lampung. Rubrik yang ada sedikit dan tidak lengkap. [Wasathan.com](#) pertama menerbitkan artikel berita pada 16 Maret 2023. Sama seperti media di atas, [Wasathan.com](#) tidak memiliki akun media sosial.

Penulis terkejut saat mengakses [Tanjak.kampusmelayu.ac.id](#). Pasalnya, [Tanjak.kampusmelayu.ac.id](#) berdiri bukan di bawah bendera Rumah atau Pusat Moderasi Beragama STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri) Bengkalis Riau. [Tanjak.kampusmelayu.ac.id](#) ternyata di bawah naungan Program Studi Hukum Keluarga Islam Jurusan Syariah STAIN Bengkalis Riau. Berarti, tidak termasuk dalam media moderasi beragama. Sebab itu, penulis sematkan huruf bewarna merah pada Tabel 01 di atas.

Kembali ke ujung barat Sumatera, di Aceh ada kampus STAIN Dirundeng Meulaboh. Rumah Moderasi Beragama mempunyai media berita [Saleum.id](#). [Saleum.id](#) memiliki enam rubrik penting. Uniknya, tersaji artikel rubrik kisah teladan, meskipun masih satu artikel. Adapun berita yang dimuat masih berjumlah enam artikel. [Saleum.id](#) tayang perdana pada 10 Januari 2023. [Saleum.id](#) tidak memiliki akun media sosial lain. Namun, [Saleum.id](#) tidak mengelabui pihak lain, pasalnya [Saleum.id](#) memang menaungi Rumah Moderasi Beragama. Tidak seperti [Tanjak.kampusmelayu.ac.id](#). Terakhir, [Madina.web.id](#) yang merupakan media moderasi beragama di STAIN Mandailing Natal, Sumatera Utara. Berbeda dengan situs lainnya, [Madina.web.id](#) menghadirkan rubrik ‘konsultasi’. Meskipun, pada rubrik tersebut kosong. [Madina.web.id](#) tidak memiliki akun media sosial. Tampilan media masih belum rapi.

Tersaji secara konkret, bahwa tidak satupun media moderasi beragama di PTKIN Sumatera yang tampil elegan. Juga tidak satupun media yang tertaut dengan media sosial. Realitas hari ini, pengguna media sosial dengan platform *Tiktok*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp* masih menguasai panggung bertukar informasi khalayak. Pengguna internet di Indoenesia mencapai 180 juta. Ratusan juta di antara pengguna aktif media sosial papan atas seperti *tiktok* dan *instagram*. Beberapa *platform* media sosial justru telah dalam satu *holding company*. Misal, *Instagram* dan *facebook*, serta *Whatsapp* berada genggaman perusahaan sama. Sehingga, ketika pengguna menayangan sesuatu bisa tertaut satu sama lain.

Whatsapps tertaut dengan *Facebook*. Begitu juga *Instagram* tertaut dengan *Facebook*.

Tren pengguna media sosial yang semakin meningkat telah menggeser prospek bisnis media. Media massa cetak dan elektronik sedang *vis a vis* dengan tren informasi melalui media sosial. Hal ini juga adanya kecenderungan menurun secara drastis jumlah pembaca berita melalui situs atau berita daring atau media *online* di Indonesia. Hal itu berdasarkan hasil survei *Rueters Institute* bertajuk *Digital News Report*, hasilnya 89% masyarakat menjadikan media daring sebagai rujukan utama mengonsumsi berita pada 2021, turun di angka 88 % di tahun 2022, dan turun bebas di angka 84 % di tahun 2023. Menyusul posisi berikutnya adalah sumber berita dan informasi dari media sosial, fluktuatif. Tapi antara media daring dengan media sosial tetap menjadi rujukan utama masyarakat Indonesia dalam memperoleh informasi dan berita (Annur 2023).

Kerja-kerja jurnalistik terutama pada media arus utama (*mainstream*) yang super ketat akan kalah dengan media baru yang cepat saji (Musyaffa, 2020). Kecenderungan warga-*net* mendapatkan informasi justru diperoleh dari akun media sosial yang tidak tersandarisasi oleh dewan pers. Alasan mengapa warga-*net* cenderung menggandrungi media sosial, sebab lebih interaktif. Interaktif selain di media sosial juga ada di media *online*. Warga-*net* sebagai sebutan khalayak media baru, dapat berinteraksi secara mudah, media baru atau media siber memberikan ruang interaksi antar sesama khalayak dan juga peluang berinteraksi dengan pihak media. Bentuk interaksinya, antara lain komentar khalayak (Nasrullah, 2020). Contoh, warganet Bengkulu cenderung mendapatkan informasi dari akun *Bengkuluinfo* baik melalui saluran *Instagram* maupun *Facebook*. Warganet semakin tidak menyukai untuk akses portal atau situs media. Lihat saja, bagaimana anda ketika mendapatkan tautan berita melalui Grup *Whatsapps*, anda lebih banyak cukup membaca judul berita atau *headline*. Kini, kita memasuki era cepat saji dalam hal informasi. Tampilannya juga kreatif dan elegan. *Bengkuluinfo* merupakan realitas dari entitas jurnalisme warga saat ini yang sedang digandrungi. Keberadaannya telah mengubah banyak paradigma tentang jurnalisme lama.

Akhirnya, media massa yang telah terakreditasi atau tervalidasi dewan pers, berbondong mengubah strateginya. Pemenuhan konten melalui situs atau media *online*, tidak lagi menjadi prioritas utama. Strategi yang mereka ubah ialah dengan

cara memenuhi beranda akun media sosial mereka dengan berita terkini. Pekerjaan mereka bertambah. Ada divisi khusus tentang *content creator*. Contoh, *Tribbunbengkulu.com* memiliki tim kreasi dalam divisi *content creator*. Tim ini memproduksi konten menarik yang berasal dari tayangan portal *tribbunbengkulu.com*. Ini strategi yang mendekatkan media dengan warganet. Khusus di Bengkulu, saat ini sudah beralih, berita di situs juga ditayangkan di akun media sosial. Maka, strategi inilah yang mesti digunakan oleh Rumah Moderasi Beragama.

Konsistensi dan komitmen dibutuhkan dalam menggarap media moderasi beragama. Dari daftar media yang diverifikasi oleh Pokja Moderasi Beragama Kemenag RI saja ada satu yang tidak relevan. Belum lagi, ada dua situs yang tak dapat diakses kembali. Situs yang masih eksis juga sama sekali tidak teratur dalam menerbitkan produk jurnalistiknya secara periodik. Ada yang setiap bulan. Ada juga yang hanya tiga bulan tayang. Konten artikel juga masih dijumpai adanya *self plagiarism*, bahwa konten artikel berasal dari situs berita daring lain. Namun, tidak dicantumkan dalam artikel sumber asli berita.

Temuan awal penulis, bahwa strategi usang media moderasi beragama harus segera di-*upgrade*, beradaptasi dengan tren warganet yang semakin hari cenderung memperoleh informasi dari *platform* media sosial. Pemenuhan standarisasi jurnalistik sesuai dengan ketentuan perundangan-undangan dan Pedoman Pemberitaan Media Siber harus segera dipenuhi. Konsistensi dan komitmen memproduksi konten jurnalistik juga harus terlaksana secara periodik. Faktor-faktor pendukung dan penghambat segera diidentifikasi dan dicariakan solusi konkret. Dua hal yang digarisbawahi, yakni mutu produk jurnalistik dan managemen diseminasi. Oleh sebab itu, ini menjadi kegelisahan akademik bagi penulis, dan menorehkan kegelisahan melalui penelitian berjudul Eksistensi Media Moderasi Beragama: Strategi dan Evaluasi.

Jelas bahwa tidak ada sama sekali yang membahas atau meneliti tentang bagaimana eksistensi media moderasi beragama yang selama ini dirintis oleh 49 PTKIN di Indonesia. Alasannya, karena memang seluruh media *daring* yang dirintis masih belum genap satu tahun. Hanya apa yang telah dikemukakan oleh Hefni, bahwa Kemenag RI perlu berkampanye di ruang digital terkait diseminasi moderasi beragama(Hefni 2020). 49 Media moderasi beragama saat ini bagian dari

situs web, yang eskpansi di ruang digital. Namun, itu saja tentu tidak cukup, perlu ada strategi menguatkan prinsip jurnalistik hingga strategi untuk eskpansi melalui berbagai kanal media sosial yang semestinya. Hal inilah yang memantik penulis untuk melakukan kajian penelitian yang baru dan tidak pernah ada sebelumnya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, jelas bahwa fokus penelitian ini pada bagaimana evaluasi keberadaan situs moderasi beragama yang digagas dan dirintis oleh masing-masing Rumah Moderasi Beragama di PTKIN Sumatera. Termasuk, mengevaluasi penerapan kerja jurnalistik pada media moderasi beragama di PTKIN Sumatera, karena situs yang ada mengklaim sebagai Sindikasi Media Moderasi Beragama. Selain itu juga mengevaluasi strategi penyebaran konten moderasi beragama yang diterapkan selama ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, jelas bahwa penulis berupaya mengungkap beberapa hal, melalui rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keberadaan media moderasi beragama di PTKIN se-Sumatera, dan keterkaitan dengan Sindikasi Media Moderasi Beragama?
2. Bagaimana penerapan jurnalisme pada situs media moderasi beragama di PTKIN Sumatera?
3. Bagaimana strategi penyebaran konten pada Situs Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera melalui *Platform* Media Sosial?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian dan rumusan masalah di atas, maka, penelitian ini bertujuan;

1. Untuk mengevaluasi keberadaan media moderasi beragama di PTKIN se-Sumatera, dan keterkaitan dengan Sindikasi Media Moderasi Beragama?
2. Untuk memantau penerapan Jurnalistik pada situs media moderasi beragama di PTKIN Sumatera?
3. Untuk mengetahui strategi penyebaran konten pada Situs Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera melalui *Platform* Media Sosial?

E. Manfaat Hasil Penelitian

Sebagaimana poin-poin sub judul di atas, maka diperoleh dua manfaat penelitian. Adapun dua manfaat hasil penelitian tersebut ada dua, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun penjabarannya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis.

Adapun manfaat teoritis, bahwa hasil penelitian ini menambah khasanah keilmuan pada bidang jurnalistik, ilmu media, komunikasi massa, dan moderasi beragama.

2. Manfaat Praktis.

Adapun manfaat praktis yang dapat diterapkan yakni, merekomendasikan gagasan, saran, kritik bagi pusat atau rumah moderasi beragama di PTKIN Sumatera, agar memperbaiki sistem tata kelola dan strategi penyebaran/diseminasi produk yang dihasilkan dalam situs moderasi beragama dan sindikasi media moderasi beragama.

F. Kajian Terdahulu yang Relevan (*Litelature Review*)

Tiga kata kunci yang penulis input di mesin pencarian canggih *google cendekia*. Tiga kata kunci tersebut yakni ‘Media Moderasi Beragama’. Diperoleh beberapa kajian relevan dengan apa yang menjadi kegelisahan akademik bagi penulis. Setidaknya ada beberapa klaster terkait erat dengan penelitian ini. *Pertama*, kluster strategi kampanye moderasi beragama oleh semua pihak melalui platform media sosial apapun. *Kedua*, kluster strategi penyebaran moderasi beragama pada platform tertentu. Ada platform *facebook*. Ada yang menggunakan *instagram*. Ada yang menggunakan *tiktok*. Ada juga yang melalui *youtube*. *Ketiga*, kluster yang membagikan nilai moderasi beragama melalui kanal situs pribadi atau blog. *Keempat*, kluster strategi penyebaran moderasi beragama melalui media massa cetak. *Kelima*, Kluster strategi kampanye moderasi beragama melalui kanal media massa daring atau media *online*.

Pertama, kluster strategi kampanye moderasi beragama oleh semua pihak melalui platform media sosial apapun. Pada kluster ini pernah dikaji oleh (Hardiyanto 2023), menurutnya Kaum milenial berkampanye moderasi beragama di dunia maya. Milenial beraksi secara empirik di lapangan, lalu ekspos kegiatan di media sosial. Kontennya dapat berupa program podcast di kanal *Youtube* dan *Instagram*. Media Sosial merupakan wadah efektif dalam melakukan sosialisasi moderasi beragama dengan pedoman dari al-Qur'an dan ajaran Islam (Rohman 2023). Usaha *mainstreaming* yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi Keagamaan Islam melalui media sosial dalam menghadapi isu-isu keagamaan yang moderat merupakan salah satu bentuk tekad untuk menyebarkan pengetahuan hakiki mengenai agama Islam. Dapat berupa *meme* (Lazulfa 2023), sebelum acara webinar

peserta masih kurang paham mengenai moderasi beragama di media sosial. Namun setelah acara berlangsung, peserta sudah memhami tentang pentingnya moderasi beragama di media sosial (Rahmawati, 2023).

Ada banyak konten yang dapat memicu konflik agama di media sosial, seperti hoaks, ujaran kebencian, dan informasi yang tidak benar tentang agama. Oleh karena itu, pemahaman moderasi beragama dapat membantu orang untuk mencegah konflik antar kelompok agama, menghindari radikalisme, dan membangun hubungan yang harmonis antarumat beragama di media sosial. (Saumantri 2023), secara konseptual moderasi dalam beragama merupakan sikap tengah, tidak sekuler dan non-religius. Tren moderasi beragama melalui pencarian *google* melalui kata kunci "Moderasi Beragama" (di atas 3,4 juta), "Moderasi Islam" (di atas 3,7 juta) lebih tinggi "wasathiyah" (di atas 182 ribu), sedangkan "Moderasi" (5,7 juta). Melalui *google trends* hasil pencarian moderasi beragama (32%), moderasi Islam (5%) wasathiyah (kurang 1%), sedangkan moderasi (48%), berupa pesan moderasi beragama dapat disampaikan dalam bentuk poster, spanduk, baliho, pidato, dan iklan diskusi. Sedangkan strategi pesan kampanye moderasi beragama dengan menghadirkan Islam sebagai agama yang humanis, mengubah paradigma dari *qabilah* menjadi *ummah*, merevitalisasi Islam kaffah (Thadi 2023), E-Dakwah pada masa Pandemi Covid19 dilakukan melalui media sosial Facebook, Youtube, dan Tiktok. Hal itu dapat memberikan kemudahan bagi mad'u untuk mengakses materi moderasi beragama tanpa terikat ruang dan waktu. Namun, pada penelitian ini, mad'u tak dapat secara langsung bertanya kepada da'i tentang materi moderasi beragama, sehingga *feedback* kurang optimal (Sari 2023). Generasi Z merupakan kelompok paling dominan menggunakan media sosial. Mereka mampu membuat konten kreatif. Mereka konsisten berdakwah secara digital tentang moderasi beragama (Azisi 2023)

Konstruksi sosial moderasi beragama di Indonesia adalah hasil dari konstruksi sosial media digital yang bernuansa ide Islam moderat terutama di media sosial *Twitter*, *Instagram*, dan *Facebook*. Kepada lembaga pemerintahan dan pihak terkait untuk memaksimalkan ruang media sosial secara kreatif, inovatif, dan solutif dalam kampanye moderasi beragama di Indonesia (Wibisono 2023). Beberapa tokoh agama dan pemerintah melakukan kampanye moderasi beragama melalui kanal *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Tiktok* (Koswara 2023). Literasi media sosial menjadi salah satu upaya yang penting dilaksanakan guna membantu

masyarakat dalam memilih dan memilih setiap informasi yang mereka dapatkan diantara gencarnya informasi yang masuk, agar tidak terjebak dalam kubangan lumpur informasi yang kurang tepat di dunia maya sekaligus sebagai upaya untuk menangkal narasi kebencian. (Burhanuddin 2021). Kampanye moderasi beragama untuk kalangan anak muda melalui media sosial. Media sosial adalah media paling dekat dengan anak muda, tempat menyuarakan wacana tandingan terhadap pesan radikal, ruang tuntunan sekaligus tontonan yang gampang diakses (Elvinaro 2021). setiap masyarakat Indonesia harus ikut serta menggaungkan moderasi beragama dimedia sosial yang dimiliki semaksimal mungkin, karena media sosial efektif digunakan dalam mengkikis paham konservatif dan menumbuh kembangkan paham beragama yang moderat (Saragih 2021). bimbingan literasi media yang dilakukan oleh PPM-PIN IAIN Surakarta dapat menumbuhkan kesadaran toleransi dan keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat. Selain itu PPM-PIN mampu mencetak duta lisan yang bertugas untuk mengapanyekan Islam yang ramah dan santun baik melalui media sosial maupun secara langsung (Kurniawati 2021).

Kedua, kluster strategi penyebaran moderasi beragama pada platform tertentu. Ada platform *facebook*. bentuk kampanye moderasi beragama di Facebook harus bersifat ideologically-oriented (berorientasi pada perubahan sikap, perilaku dan pandangan publik). Kedua, Pesan kampanye harus informatif dan persuasif (didasari data dan fakta) serta dapat mempengaruhi pengguna Facebook lainnya untuk ikut membuat kampanye (social campaign) tentang moderasi beragama. Pesan kampanye moderasi beragama di Facebook tidak mesti harus berisi tulisan, dapat juga berupa gambar (animasi) ilustratif atau video edukasi berdurasi pendek (Wibowo 2019). Ada yang menggunakan *instagram*. Mahasiswa banyak menggunakan *Instagam* sebagai platform medsos paling banyak digunakan dikalangan mereka. Kampanye moderasi beragama dilakukan dengan penyampaian pesan secara baik (Fitri 2023), Kampanye moderasi beragama dapat dilakukan pada dua paltform media sosial yang populer saat ini, yakni Instagram dan Tiktok (Septi 2021). Ada yang menggunakan *tiktok* (Alfi 2023), . Ada juga yang melalui *youtube*, tayangan @nussaofficial pada Episode Toleransi memuat pesan moderasi beragama dengan menonjolkan pilar kerukunan, anti kekerasan dan kearifan lokal melalui toleransi. Tayangan @nussaofficial pada Episode Toleransi memuat pesan moderasi beragama dengan menonjolkan pilar kerukunan, anti kekerasan dan kearifan lokal melalui toleransi. (Fitri 2022), strategi daninovasi LABSPA TV

dalam kampanye moderasi beragama di kalangan anak muda memberi pengaruh yang cukup signifikan dalam menghadirkan tema moderasi beragama di ruang publik secara umum dan generasi muda Aceh dalam segmen yang lebih khusus. Dengan slogan berbeda dalam persaudaraan dan bersaudara dalam perbedaan, LABPSA TV hadir sebagai solusi untuk anak muda menebaran benih-benih untuk menyeimbangkan perbedaan (Aini 2022).

Ketiga, kluster yang membagikan nilai moderasi beragama melalui kanal situs pribadi atau blog. blog interaktif sudah teruji kelayakannya untuk digunakan sebagai media kampanye moderasi beragama berbasis literasi digital bagi kaum milenial. (Ambarita 2021). *Keempat*. kluster strategi penyebaran moderasi beragama melalui media massa cetak. Banyak media pers yang memberitakan tentang moderasi beragama di Sumatera Utara. Tetapi di zaman yang maju seperti sekarang ini, pemberitaan moderasi beragama lebih banyak terjadi di media online daripada di media cetak. Hal ini karena segmen pembaca dan pengguna media sosial lebih banyak daripada media cetak (Zuhriah). Media cetak Koran Republika berperan mengkonstruksi berita narasi konsepsi moderasi Islam Indonesia perspektif Kementerian Agama sehingga menjadi sajian informasi dan opini publik. Setelah dianalisis, bahwa konsepsi moderasi Islam Indonesia meliputi: (1) Islam yang *rahmatan lil-alamin*; (2) Islam yang mengedepankan keterbukaan, persaudaraan, dan kemaslahatan; (3) Islam yang bertumpu pada sikap toleransi, keadilan, dan keseimbangan; (4) Islam yang dipahami secara komprehensif; (5) Islam yang bukan radikal atau ekstrem (Rohman 2020)..

Kelima, Kluster strategi kampanye moderasi beragama melalui kanal media massa daring atau media *online, framing* yang dibangun oleh Republika Online adalah moderat dan sejalan dengan moderat dengan mengembangkan toleransi dan membangun nasionalisme kebangsaan. Pada akhirnya berita moderasi beragama di media Republika Online merupakan teks yang multtafsir. Berita tersebut dapat ditafsirkan sendiri dengan cara yang berbeda sesuai dengan konteks ideologi yang berbeda oleh setiap pembaca berita (Sunaryanto 2022). Konsepsi moderasi antar umat beragama digambarkan dalam tujuh dimensi moderasi beragama yang dilengkapi dengan indikatornya yaitu; moderasi dalam aspek teologi, ibadah, muamalah, hukum, penciptaan manusia dan alam semesta, pemerintahan dan kuliner. Tujuh dimensi moderasi tersebut sangat relevan dengan konteks masyarakat Indonesia yang plural, heterogen serta multietnis (Miftahuddin 2020),

Apa yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dalam mengarusutamakan moderasi beragama dalam ruang digital merupakan bentuk kesadaran yang menemukan relevansinya seiring isu-isu keagamaan di media sosial yang beredar luas dengan liar. Kepercayaan terhadap nilai moderasi dan kebersamaan kemudian lenyap dimakan oleh narasi keagamaan yang tendensius dan menonjolkan fanatismen kebenaran (Hefni 2020).

Jelas bahwa tidak ada sama sekali yang membahas atau meneliti tentang bagaimana eksistensi media moderasi beragama yang selama ini dirintis oleh 49 PTKIN di Indonesia. Alasannya, karena memang seluruh media *daring* yang dirintis masih belum genap satu tahun. Hanya apa yang telah dikemukakan oleh Hefni, bahwa Kemenag RI perlu berkampanye di ruang digital. 49 Media moderasi beragama saat ini bagian dari situs web, yang eskpansi di ruang digital. Namun, itu saja tentu tidak cukup, perlu ada strategi menguatkan prinsip jurnalistik hingga strategi untuk eskpansi melalui berbagai kanal media sosial yang semestinya. Hal inilah yang memantik penulis untuk melakukan kajian penelitian yang baru dan tidak pernah ada sebelumnya.

BAB II **KAJIAN TEORI**

A. Media dalam perspektif Komunikasi Massa

Media dalam perspektif Komunikasi Massa dapat didapatkan dari pengertian komunikasi massa itu sendiri. Mulyana mengistilahkan komunikasi massa, sebab komunikasi massa bermakna komunikasi menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Mulyana menambahkan, bahwa pesan-pesan pada komunikasi massa yang bermedium media bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas. Meskipun, khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembagalah yang menentukan agendanya (Mulyana, 2011).

Janowis (1960) menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dimana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen. Adapun media massa merupakan organisasi yang memiliki teknologi yang memungkinkan terjadinya komunikasi komunikasi massa. Media massa juga dapat dimanfaatkan untuk tujuan orang perorangan (individu) atau organisasi. Media massa yang membawa pesan-pesan publik kepada masyarakat luas juga dapat memuat pesan-pesan pribadi (personal), seperti ucapan terima kasih, ucapan selamat atau duka cita yang sifatnya pribadi (Morissan, 2010).

Terkait dengan eksistensi media moderasi beragama pada PTKIN di Sumatera, maka dalam perspektif komunikasi massa yang relevan adalah teori agenda setting. Disminasi moderasi beragama melalui media online masing-masing rumah moderasi beragama pada PTKIN di Sumatera sangat tergantung dari agenda masing-masing. Apalagi tidak ada agenda lainnya, seperti politik, ekonomi, hukum. Hanya berkutat pada bagaimana indikator moderasi beragama dapat disebarluaskan melalui media yang dirintis. Oleh sebab itu, penting bagi penulis untuk menjabarkan teori agenda setting.

Menurut Everet Rogers dan James Dearing, agenda setting merupakan proses linear yang terdiri atas tiga tahap, terdiri atas agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Penetapan agenda media (media agenda), yaitu penentuan prioritas

isu oleh media massa. Adapun agenda publik, yaitu media agenda dalam cara tertentu akan memengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang menjadi pikiran publik maka interaksi tersebut akan menghasilkan agenda publik. Selanjutnya, agenda kebijakan berupa agenda publik akan berinteraksi sedemikian rupa dengan apa yang dinilai penting oleh pengambil kebijakan, yaitu pemerintah, dan interaksi tersebut akan menghasilkan agenda kebijakan (Morissan 2010). *Agenda-Setting* diperkenalkan oleh McCombs dan DL Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* tahun 1992, berjudul *the Agenda Setting Function of Mass Media*. Asumsi dasar teori *Agenda-Setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh sebab itu, jika media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan ang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum (Bungin 2006).

Komunikasi massa memiliki peran dan fungsi signifikan. Burhan Bungin menyebutkan fungsi komunikasi massa terdiri dari lima hal. *Pertama*, fungsi pengawasan. Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. *Kedua*, fungsi *social learning*. Media massa melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat di mana komunikasi massa itu berlangsung. *Ketiga*, fungsi penyampaian informasi. Media massa menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. *Keempat*, fungsi transformasi budaya. Media massa menjadi pusat proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung media massa. *Kelima*, hiburan. Komunikasi massa digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa (Bungin, 2006).

B. Media *Online* di Indonesia

Diskursus mengenai media *online* di Indonesia, terlebih dahulu mengenal esensi dari media *online* itu sendiri. Nasrullah dalam literasinya menyebutkan bahwa media *online* merupakan sinonim dari media virtual, *e-media*, *network media*, media baru, dan media *web* (Nasrullah 2014). Nasrullah cenderung atau familiar dengan

term, ‘media siber’. Media siber atau media *online* berbasis pada jaringan Internet merupakan bentuk paradigma baru dari media (Nurudin 2007).

Setelah era media massa tradisional atau konvensional, kini tak lagi dapat dihindari, orang-orang sudah memasuki era informasi berbasis digital. Bahkan, adanya media *online* menjadi pelengkap media tradisional. Di sisi lain, *media online* dapat menggantikan peran dan fungsi media tradisional atau konvensional saat ini. Terlebih, pandemi telah mendorong percepatan revolusi industri di segala bidang. Prasetyo berpendapat, bahwa ketika kehadiran media baru, media *online*, atau media siber tidak secara tiba-tiba menyebabkan media lama mati. Terdapat konvergensi media, satu sama lain akan saling melengkapi, melebur dan menemukan bentukan inovasi adaptatif (Prasetyo 2010). Pernyataan ini disandarkan pada pernyataan Lievrouw dan Livingstone dalam literasinya, menyebutkan bahwa;

“New media have not replaced older media. Rather, people’s information and communication environment have become ever more individualized and commoditized, integrating print, audio, still and moving image, broadcasting, telecommunication, computing and other mode and channel of communication and information sharing.” (Lievrouw & Livingstone 2006).

Selain para tokoh ilmuan di atas, keberadaan *Internet* yang banyak mengubah paradigam konsumsi dan produksi media disampaikan oleh John Vivian. John Vivian menyebut keberadaan media baru seperti Internet dapat melampaui pola penyebaran pesan media tradisional atau media konvensional (John 2008). Eksistensi Internet telah dan sedang mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan secara *real time*. Tentu, saat ini menjadi realitas yang terus tumbuh dan berkembang di masyarakat, masyarakat cenderung hobi dengan berita dan informasi cepat saji. Dengan adanya Internet, kapanpun dan dimanapun, saat *gadget* yang mereka miliki terhubung dengan jaringan Internet, maka sebuah informasi yang diinginkan mudah didapat. Dengan adanya Internet, seseorang justru lebih merasa terpuaskan dalam hal mendapatkan informasi atau berita yang diinginkan.

Realita ini tentu berbeda dengan sifat media lama. Sebagaimana sajian berita pada media lama lebih bersifat umum dan disesuaikan dengan kepentingan media itu sendiri. Pada media *mainstream* misalnya, peran redaksional menjadi penentu, berita mana saja yang didahulukan, dikurangi, bahkan dihilangkan. Namun, jika berita melalui media baru, justru cenderung lebih terbuka untuk dikonsumsi oleh publik. Hanya melalui mesin pencari seperti *Google* dan sejenisnya, lalu memasukkan kata

kunci atau hal yang diinginkan oleh *reader*, maka dengan hitungan detik tampil, dan pembaca dapat langsung menikmati dengan memilih artikel yang diinginkan. Sebagaimana diungkapkan oleh Iik Novianto, bahwa Internet menjadi pilihan alternatif pencarian informasi bagi mahasiswa selain perpustakaan. Tentu, menurutnya, sebelum adanya Internet manusia dihadapkan dengan berbagai hal yang menyulitkan mereka memperoleh informasi (Iik Novianto 2012).

Tampaknya, media baru berhasil dalam hal memadukan segala unsur dari jenis-jenis media lama. Tidak hanya mampu menghadirkan pesan berbentuk teks, namun audio, visual, bahkan audio-visual dapat dipadukan dalam satu halaman. Bentuknya seperti multimedia. Ada banyak teori berbicara tentang multimedia. Pranata meringkas definisi tersebut dari berbagai perseptif. McComick memaknai multimedia merupakan kombinasi dari tiga elemen desain pesan yaitu suara, gambar dan teks (Pranata 2005). Sebagaimana terjadi pada situs berita nasional. Misalnya, jika kita mengakses situs *Kompas.com* atau situs lainnya, maka tersaji beberapa topik berita. Saat *viewer* mengakses salah satu artikel yang tersaji dari *Kompas.com*, maka terpampanglah beberapa unsur didalamnya, misalnya judul berita, titi mangsa, isi, dan dibagian bawah teks berita terlampir video yang berkaitan dengan topik pemberitaan. Biasanya, video terlampir, diadopsi dari penggalan berita yang berasal dari media tradisional. Dalam konteks ini, *Kompas.com* mengambil petikan video berita dari Kompas TV. Dengan demikian, *Kompas.com* merupakan salah satu realitas dimana keterpaduan semua jenis-jenis media. Keterpaduan ini biasa dikenal dengan istilah ‘Konvergensi Media’. Jan Van Dijk menegaskan bahwa konvergensi media itu bentuk integrasi dari tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium (Dijk 2006). Nasrullah dalam literasinya, mengungkapkan perihalnya terkait konvergensi media, bahwa dalam tataran praktis, hal itu dapat terjadi melalui berbagai level; *pertama*, level struktural seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telefon dan komputer. *Kedua*, level transportasi seperti *web tv* yang menggunakan kabel atau satelit. *Ketiga*, level manajemen seperti perusahaan telefon yang juga memanfaatkan jaringan telefon untuk TV berlangganan. *Keempat*, level pelayanan seperti penyatuhan layanan informasi dan komunikasi di Internet. *Kelima*, level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara, maupun gambar (Nasrullah 2014).

Kehadiran media siber begitu memengaruhi kehidupan masyarakat informasi saat ini. Apalagi terpadunya situs berita nasional dengan media sosial. Berbagai jenis

media sosial yang ada dan cenderung digandrungi oleh masyarakat pada umumnya, seperti; *Facebook*, *Twitter*, *What'sApp*, *Blackberry Massanger*, dan sebagainya. Dan dari media sosial itu pula, tanpa disadari menjadi penggerak pasar situs berita nasional pada umumnya. Realitanya, acapkali seseorang *netizen* mendapatkan artikel atau informasi penting, lalu dengan sengaja membagikan kepada komunitasnya atau kepada *netizen* lainnya. Hal itu dilakukan dengan sangat mudah, hanya menyalin tautan dari situs berita tertentu. Dengan demikian, semua pihak diuntungkan dengan hal ini, khalayak juga cukup mudah untuk menyalin referensi yang mereka dapat dari situs berita. Hal ini berarti ada keterlibatan khalayak aktif dalam tataran praktis. Keterkaitan hubungan yang secara tidak langsung saling memberikan kontribusi antara situs berita nasional dengan berbagai jenis media sosial. Misalnya, bagaimana akun *Twitter*, seperti @korantempo digunakan oleh redaksi *Koran Tempo* untuk mempromosikan berita, atau akun stasiun televisi *KompasTV* di *Youtube* yang juga digunakan sebagai media untuk menyiarluarkan rekaman program televisi (Nasrullah 2010).

Oleh karenanya, beberapa jenis media *online* tersebut yang relevan dengan penelitian ini adalah ‘Situs’ (*Web Site*). Jika melalui pendekatan representatif ala Stuart Hall, maka situs sebagai bentuk representasi (cermin) dari suatu institusi media ataupun non-media (Fakhruroji 2011).¹ Nasrullah memberikan contoh tentang situs seperti www.kompas.com merupakan situs berita milik Kompas Gramedia Group atau www.uinjkt.ac.id sebagai situs milik perguruan tinggi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta (Nasrullah 2014). Namun, pada perkembangannya, secara spesifik, media *online* yang sepenuhnya memuat berita fakta dan peristiwa dikenal dengan istilah ‘Situs Berita Daring’. Istilah tersebut muncul dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, saat pengumuman situs berita atau media daring *Republika.co.id* mendapatkan penghargaan sebagai media berita daring atas penggunaan Bahasa Indonesia terbaik di tahun 2021 (Liechtiana 2021). Hal ini lagi-lagi relevan dengan apa yang dikemukakan Nasrullah.

Dari paparan tersebut terdapat beberapa poin menarik, antara lain; *Pertama*, bahwa media *online* merupakan representasi dari media mainstream utamanya yang berbentuk situs. *Kedua*, media *online* berupaya menyatukan berbagai macam bentuk pesan dengan menitikberatkan pada konsep multimedia dan konvergensi media.

¹Moch. Fakhruroji. *Islam Digital, Ekspresi Islam di Internet*, (Bandung: Sajad Publishing, 2011), hlm, 110.

C. Media Sosial

Media sosial itu bagian dari media siber atau media baru atau media *online*. Media sosial tidak sama dengan media massa. Media massa *online* atau daring bagian dari media *online* atau media baru. Ini merupakan pemahaman dasar bagi siapa saja. Sebab, masih tidak sedikit yang memahami dengan benar ketentuan ini. Media sosial merupakan bentuk *platform* media yang menghubungkan individu atau pihak satu dengan individu lain dalam satu medium yang sama. Bentuk media sosial berupa *platform* digital sosial, seperti: Grup Meta (*Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*), *Twitter*, *Youtube*, dan *Tiktok*.

Tidak sedikit perbedaan pandangan dari ilmuan tentang bagaimana mendefinisikan media sosial. Namun, salah satu definisi ini dapat mengantarkan pembaca memahami arti media sosial secara sederhana. Media sosial ialah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah 2015).

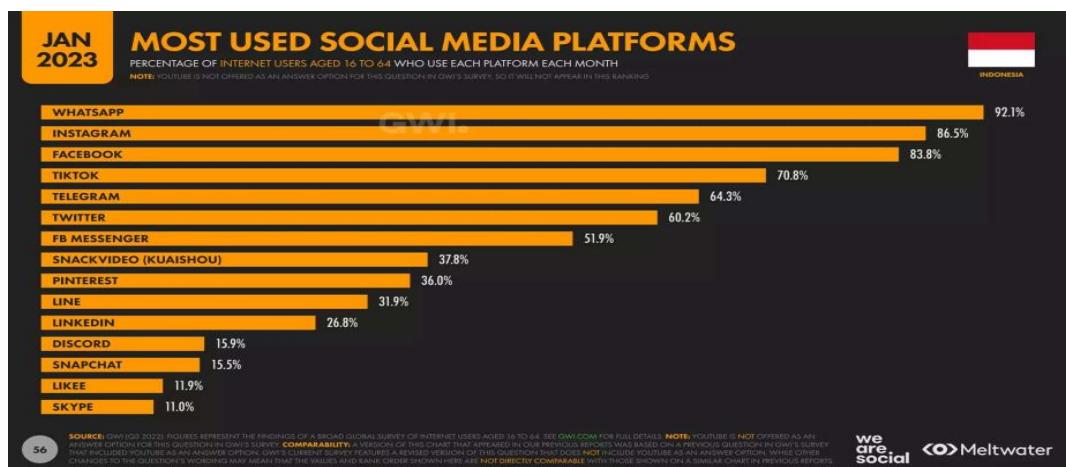
Jumlah pengguna aktif internet dan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Survei dari lembaga *We Are Social*, pada 2015, pengguna aktif internet mencapai 38 juta pengguna. Pada tahun 2023, menjadi 212,9 juta pengguna internet, dan 167 juta pengguna aktif media sosial (60% dari populasi). Lihat gambar 01 di bawah ini:



Gambar 1: Data pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia 2023.

Sementara, orang Indonesia lebih cenderung mengakses media sosial percakapan, *platform Whatsapp*. Disusul *platform* berikutnya secara berurutan, yakni

Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, FB Massanger, dll. Pembaca dapat menyimak gambar 02 di bawah ini:



Gambar 2: Media Sosial paling populer di Indonesia 2023

D. Moderasi Beragama

Sembilan kata kunci moderasi beragama. Adapun sembilan kata kunci tersebut, antara lain: kemanusiaan, kemaslahatan umum, adil, berimbang, taat konstitusi, komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan penghormatan kepada tradisi. Kemenag RI telah meluncurkan konsep moderasi beragama, melalui modul penguatan moderasi beragama tahun 2020-2024. Terkait hal ini, kemenag ri berlandaskan pada acuan perundang-undangan yang berlaku. Ketentuan dasarnya tentu pada pasal 29 ayat (2) UUD 1945, bahwa negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Landasan yuridis lainnya, yakni Pasal 22 ayat (2) dalam UU Nomor 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, bahwa setiap orang bebas memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Landasan berikutnya yakni Pasal 2 Peraturan Presiden No 83 tahun 2015 tentang Kementerian Agama, bahwa Kemenag mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama untuk membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Berikutnya, terdapat klausul pada lampiran III, dalam Perpres No. 18 Tahun 2020 tentang RPJMN 2020-2024, bahwa program prioritas memperkuat moderasi beragama yang bertujuan untuk mengukuhkan toleransi, kerukuran dan harmoni sosial, menjadi tanggung jawab Kemenag RI. Terakhir, berdasarkan Peraturan Menteri Agama (PMA) No. 18 tahun 2020 tentang Renstra (Rencana Strategis) Kementerian Agama

2020-2024, tersebut bahwa, kementerian agama yang profesional dan andal dalam membangun masyarakat yang saleh, moderat, cerdas, dan unggul untuk mewujudkan Indonesia Maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berdasarkan gotong royong (Modul Penguatan Moderasi Beragama. 2020).

Pada modul yang sama, selain landasan yuridis tentang pentingnya moderasi beragama, juga disebutkan tentang pengertian moderasi beragama. Moderasi beragama merupakan perekat antara semangat beragama dan komitmen berbangsa. Di Indonesia, beragama pada hakikatnya adalah berindonesia dan ber-Indonesia itu pada hakikatnya beragama. Penguatan moderasi beragama pada dasarnya adalah menghadirkan negara sebagai rumah bersama yang adil dan ramah bagi bangsa Indonesia untuk menjalani kehidupan beragama yang rukun, damai, dan makmur. Adapun secara harfian, moderasi menurut Bahasa Indonesia bermakna pengurangan kekerasan dan penghindaran keekstriman. Moderasi dalam bahasa latin, bermakna ke-sedang-an (tidak berlebihan dan tidak kekurangan). Moderasi dalam bahasa Inggris, *core* (inti, esensi), *standard* (Etika). Adapun dalam bahasa Arab, moderasi itu *wasath* atau *wasathiyyah*, yang memiliki pandangan makna dengan kata *tawassuth* (tengah-tengah), *i'tidal* (adil), dan *tawazun* (berimbang). Secara terminologi, menurut kemenag ri, moderasi merupakan cara pandang, sikap, dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengejawantahkan esensi ajaran agama – yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan umum – berlandaskan prinsip adil, berimbang, dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan berbangsa.

Setidaknya ada empat indikator utama untuk mengukur keberhasilan moderasi beragama. Keempatnya, antara lain: komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan penerimaan terhadap tradisi. Dalam memperkuat muatan moderasi beragama terdapat beberapa pesan dasar yang perlu terus digaungkan. Setidaknya ada tujuh pesan dasarnya, yakni: memajukan kehidupan umat manusia, menjunjung tinggi keadaban mulia, menghormati harkat martabat kemanusiaan, memperkuat nilai moderat, mewujudkan perdamaian, menghargai kemajemukan, dan menaati komitmen berbangsa. Pada konteks ini, kemenag telah mengukur dan memasang target terhadap indek indikator kinerja pada penguatan moderasi beragama pada tahun 2024. Pada tahun 2019, indeks kesalehan umat beragama sebesar 83,56 persen, target pada 2024 meningkat menjadi 86,08 persen. Ada hal yang diharapkan yakni kualitas pemahaman dan pengamalan ajaran agama para umat beragama melalui

kepedulian sosial, relasi antar manusia, melestarikan lingkungan, etika dan budi pekerti, serta kepatuhan terhadap negara dan pemerintah. Lalu, pada 2019, indeks penerimaan umat beragama atas keragaman budaya masih nihil. Namun, pada 2024, targetnya diangka 76,00. Harapannya, keselarasan relasi agama dan budaya melalui sikap akomodatif umat beragama terhadap budaya dan penurunan konflik bernaluansa agama. Berikutnya, pada 2019, indeks kerukunan umat beragama pada angka 73,83, dan pada 2024 mendatang mencapai angka 75,80. Harapannya, dapat menggambarkan realitas kerukunan umat beragama dalam hubungannya dengan pembangunan kehidupan sosial keagamaan melalui sikap toleransi, kesetaraan, dan kerjasama antar umat beragama.

Adapun strategi penguatan moderasi beragama perlu terus diupayakan dalam berbagai hal. *Pertama*, penyiaran agama. Hal ini berupa pengembangan penyiaran agama untuk perdamaian dan kemaslahatan umat. *Kedua*, sistem pendidikan. Perlu terus adanya penguatan sistem pendidikan yang berperspektif moderasi beragama mencakup pengembangan kurikulum, materi dan proses pengajaran, pendidikan guru dan tenaga kependidikan, dan rekrutmen guru. *Ketiga*, pengelolaan rumah ibadat. Pengelolaan rumah ibadat sebagai pusat syiar agama yang toleran. *Keempat*, pengelolaan ruang publik. Pemanfaatan ruang publik untuk pertukaran ide dan gagasan di kalangan pelajar, mahasiswa, dan pemuda lintas budaya, lintas agama, dan lintas suku bangsa. *Kelima*, pesantren dan satuan pendidikan keagamaan lainnya. penguatan peran pesantren dan satuan pendidikan keagamaan lainnya dalam mengembangkan moderasi beragama melalui peningkatan pemahaman dan pengamalan ajaran agama untuk kemaslahatan.

BAB III **METODE PENELITIAN**

A. Alasan Menggunakan Metode Kualitatif

Penulis memiliki alasan penggunaan metode kualitatif pada penelitian berjudul “Eksistensi Media Moderasi Beragama: Strategi dan Evaluasi” pada tahun 2024. Beberapa alasan tidak dapat diteliti dengan gejala yang tampak. Perlu ada upaya untuk menggali informasi di balik gejala yang timbul. Secara ringkas, berikut ulasanya.

Pertama, mengevaluasi adanya situs sindikasi moderasi beragama di Aceh dan Sumatera Utara (Sumut) yang bagus dalam tata tampilan berita, namun disisi lain PTKIN yang ada di Lampung justru tidak aktif, atau tidak dikelola dengan baik. *Kedua*, dari pendekatan kualitatif, peneliti juga akan mengetahui bagaimana kronologi berdirinya situs media moderasi beragam di kampus PTKIN di sumatera. Mendeskripsikan bagaimana proses awal hingga saat ini tentang terbitnya atau muncul situs moderasi beragama.

Ketiga, untuk menggali alasan dibalik adanya performa pengelolaan situs yang baik di Aceh dan Sumut, dan menggali alasan dibalik tata kelola yang tidak baik di Lampung. Dalam hal ini, akan diperoleh apakah ada faktor kemampuan sumber daya manusia, faktor kemampuan sumber daya fasilitas dan dana. *Ketiga*, melalui penelitian kualitatif, maka yang diharapkan oleh peneliti nantinya adalah masalah-masalah krusial apa saja yang dirasakan oleh pengelola situs berita sindikasi media moderasi beragama. Segala keluhan akan dapat diketahui dengan menggali lebih dalam kepada informan.

Keempat, penulis juga akan mendalami informasi terkait alasan dibalik tidak adanya upaya penyebaran informasi dari situs berita media moderasi beragama yang dikelola masing-masing PTKIN di sumatera dengan memaksimalkan berbagai platform media sosial. Maka, bisa saja dari masalah ini akan terlihat paradigma para pemangku kepentingan yang terkait dengan moderasi beragam di lingungan kampus. *Kelima*, penulis juga akan mengembangkan teori tentang manajemen penerbitan pers, kejurnalistikan, dan ilmu media dari segala gejala yang ditimbulkan dari fenomena sindikasi media moderasi beragama.

Keenam, dari pendekatan kualitatif, peneliti juga akan mengetahui bagaimana kronologi berdirinya situs media moderasi beragam di kampus PTKIN di sumatera.

Mendeskripsikan bagaimana proses awal hingga saat ini tentang terbitnya atau muncul situs moderasi beragama.

B. Tempat Penelitian

Setidaknya ada empat tempat penelitian yang berhasil penulis lakukan. Keempat tempat penelitian tersebut, antara lain:

1. Pusat Kerohanian dan Moderasi Beragama (PKMB) UIN Ar-Raniry, Kota Banda Aceh, Aceh

Lokasinya ada di Kota Banda Aceh, Aceh. UIN Ar-Raniry hanya satu kampus, sehingga memudahkan mobilisasi penulis dalam mewawancari informan. Rumah Moderasi Beragama ada dalam gedung Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UIN Ar-Raniry, Aceh. Penulis menggali informasi tentang *peunutoh.id*.

2. Pusat Moderasi Beragama dan *Wahdatul Ulum* UIN-SU, Medan

Lokasi ada di Kampus I (Program Sarjana) UIN-SU Medan, satu gedung dengan LPPM UIN-SU Medan. UIN-SU Medan ini memiliki empat kampus berbeda. Penulis berhasil mewawancari kepala pusat di Kampus II (Program Pascasarjana). Sementara, untuk mengambil SPPD dan menyerahkan surat dinas luar ke Kampus IV (Rektorat). Jarak antar kampus cukup jauh semua. Melalui tempat ini, penulis memperdalam informasi, dan mendapatkan data tentang *Islamuna.id*.

3. Pusat Rumah Moderasi Beragama (RMB) UIN Imam Bonjol, Padang, Sumatera Barat.

RMB UIN Imam Bonjol merupakan rumah bagi media rintisan yang mengusung tema-tema terkait moderasi beragama. Maka, muncullah *togok.id*. Pada akhir Desember 2023, terpantau masih tampil eksis dan cukup menarik. Namun, belakang, situs *togok.id* tidak dapat diakses seperti biasanya.

4. Pusat Moderasi Beragama UIN Raden Intan Lampung (RIL)

PMB UIN RIL awalnya mendaftarkan nama domain media moderasi beragama dalam sindikasi media moderasi beragama pusat. Adapun nama domainnya kaffah99.com. Namun, dari sejak observasi awal yang dilakukan penulis dari November-Desember 2023 hingga saat ini (Juli 2024), situs tidak dapat diakses.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian ini ditentukan dengan kriteria-kriteria tertentu, artinya menggunakan teknik purposive sampling. Namun, ketika di lapangan, ada tempat justru informan penelitian dilakukan dengan teknik snowball sampling. Sebelum ke lokasi tempat penelitian, penulis menggunakan teknik purposive sampling, sampel data ditentukan di awal atas pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sebab, penulis menganggap informan yang telah ditetapkan sejak awal dapat menjawab, karena dianggap paling mengetahui apa yang sedang diinginkan oleh peneliti. Pada konteks ini, peneliti memutuskan untuk menemui dan mewawancara secara langsung Kepala atau Ketua Rumah/Pusat Moderasi Beragama di tempat lokasi penelitian. Namun, ternyata di lokasi lain, jumlah sampel atau informan bertambah lagi, sehingga teknik sampelnya menggunakan random sampling, terutama yang terjadi di RMB UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, Aceh.

Adapun Informan Penelitian dengan teknik *purposive sampling*, antara lain:

1. Kepala Pusat Moderasi Beragama dan *Wahdatul Ulum* UIN-SU Medan, Prof. Dr. Phil. Zainul Fuad, MA.
2. Kepala Pusat Kerohanian dan Moderasi Beragama (PKMB) UIN Ar-Raniry, Aceh, Drs. Saifuddin A Rasyid,
3. Kepala Rumah Moderasi Beragama (RMB) UIN Imam Bonjol, Padang, Sumatera Barat, Muhammad Taufiq, M. Si.
4. Kepala Pusat Moderasi Beragama (PMB) UIN Raden Intan Lampung (RIL), Riski Gunawan, M. Pd.I

Dari empat informan dengan teknik *purposive sampling*, terdapat dua informan yang diperoleh dari teknik *snowball sampling*. Namun, ini hanya terjadi di lokasi penelitian UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, Aceh. Dua informan tersebut, yakni:

1. Manager Program dan Kerjasama PKMB UIN Ar-Raniry, Aceh Dr. Rahmad Syah Putra.
2. Tim Teknisi Situs Media *Peunutoh.id* PKMB UIN Ar-Raniry, Arkin Kisaran.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data diambil dari berbagai sumber. Ada data primer yang berasal dari informan. Ada juga data sekunder yang diperoleh dari informan yang dianggap dapat memberikan informasi awal dan didukung dengan dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian.

Data tersebut diperoleh melalui tiga cara, yakni melalui observasi dengan melihat produk yang ditampilkan dalam situs media moderasi beragama di setiap PTKIN Sumatera. Lalu, melalui wawancara terstruktur, yakni penulis menyiapkan instrumen wawancara, serta merekam proses wawancara dengan aplikasi perekam di *smartphone* yang penulis miliki. Selain direkam, sebagian besar hasil wawancara ditulis pada buku dan kertas. Selain dengan observasi dan wawancara. Penulis juga berhasil mengumpulkan beberapa dokumen penting, seperti laporan tahunan rumah moderasi beragama di Aceh dan juga buku tentang induk sindikasi media beragama, namanya Arina.id.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Data yang terkumpul direduksi, lalu dikelompokkan dalam kategori-kategori. Kemudian data disajikan dalam bentuk uraian klaster, atau tabel, grafik dan lain-lain. Selanjutnya, data dapat disimpulkan. Tentu data-data yang ada didukung dengan bukti valid sehingga menghasilkan kesimpulan yang kredibel.

F. Rencana Pengujian Keabsahan Data

Penulis melakukan peningkatan ketekunan dalam megudi keabsahan data. Penulis juga melakukan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek yang Diteliti

1. Rumah Moderasi Beragama UIN Ar-Raniry, Banda Aceh dan Situs *Peunutoh.id*

Peunutoh.id berisi tentang informasi tentang kegiatan yang berkaitan dengan UIN Ar-Raniry Aceh. Pada rubrik ‘Rumah Moderasi’ justru tidak dijumpai artikel berkenaan dengan moderasi beragama. Pada rubrik lainnya juga tidak banyak menyajikan artikel berkenaan dengan moderasi beragama, terutama paling tidak mendeskripsikan bagaimana contoh moderasi beragama di Aceh. *Peunutoh.id* juga tidak terkoneksi dengan *platform* media sosial lain. Tidak ada di *Instragram*, *Facebook*, apalagi di *Tiktok*.

2. Rumah Moderasi Beragama UIN-SU, Medan dan Situs *Islamuna.id*

Islamuna.id merupakan situs yang berisi konten moderasi beragama di bawah pengelolaan Rumah Moderasi Beragama UIN-SU, Medan. Namun, sangat disayangkan, saat ini tidak dapat diakses. Sebelumnya, pada akhir Desember 2023, situs ini dapat diakses. Situs *Islamuna.id* berisi informasi kegiatan seputar kegiatan moderasi beragama yang diselenggarakan oleh UIN-SU. Selain itu, situs juga memuat informasi yang berasal dari kegiatan moderasi beragama dari Dirjen Moderasi Beragama di Kementerian Agama RI di Jakarta.

3. Rumah Moderasi Beragama UIN Imam Bonjol, Padang dan Situs *Togok.id*

Situs yang dikembangkan oleh rumah moderasi beragama UIN Imam Bonjol, yaitu *Togok.id*. *Togok.id* menyuguhkan artikel yang cukup bagus. *Togok.id* juga terdapat tim redaksi dan profil media. Meskipun, pada profil media ini tidak disebutkan waktu *lounching* situs. Namun, jika dilihat dari masa awal menayangkan artikel tentang moderasi beragama dimulai pada awal Januari 20243. *Togok.id* hanya menampilkan enam rubrik, keenamnya, antara lain: Kaba, Opini, Kaji, Pesantren, Riset, dan Budaya. Sayangnya, *Togok.id* tidak ada di platform media sosial lain.

4. Rumah Moderasi Beragama UIN Raden Intan, Lampung dan Situs *Kaffah99.com*

Sebagaimana penulis kemukakan pada Bab I Pendahuluan, bawah tiga dari 18 situs atau media moderasi beragama di Sumatera yang tidak dapat diakses adalah *kaffah99.com* dari rumah moderasi beragama UIN Raden Intan Lampung, dan *halaugama.com* dari rumah moderasi beragama STAIN Sultan Abdurrahman Bintang Kepulauan Riau. *Tanjak.kampusmelayu.ac.id STAIN Bengkalis Riau.*

B. Hasil Penelitian

1. Evaluasi Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera dan Keterkaitan dengan Sindikasi Media Moderasi Beragama Kemenag Pusat

a. Situs Moderasi Beragama PTKIN Sumatera dan Afiliasinya pada *Arina.id*

Situs moderasi beragama PTKIN Sumatera merupakan bagian dari jejaring atau sindikasi Media Moderasi Beragama yang digagas oleh Kementerian Agama RI Pusat di Jakarta. Hal ini atas dasar pengakuan pengurus rumah moderasi beragama yang mengonfirmasi hal tersebut. Sebagaimana Ketua Rumah Moderasi Beragama UIN Imam Bonjol, Padang, Muhammad Taufiq saat diwawancara, menyebut:

*“Ditahun 2022 sudah memiliki media yang terkait dengan Sindikasi yang dimiliki kemenag (ARINA) dan RBM UIN IB memiliki media moderasi bernama *togok.id* yang berisi kegiatan moderasi, informasi, artikel dan opini. *togok.id* telah tersindikasi dengan Arina miliki Kementerian Agama dan telah terakreditasi Baik. Perkembangannya hari ini telah berjalan dengan baik dan dapat menjadi sarana dalam penyebaran moderasi beragama”.*

Hal senada juga diakui oleh Kepala Pusat Moderasi Beragama dan *Wahdatul Ulum* UIN-SU Medan Prof. Dr. Phil. Zainul Fuad, MA, yang kerap disapa Prof. Fuad. Menurutnya, situs *Islamuna.id* hadir atas perintah langsung Menteri Agama. Ia juga menegaskan bahwa situs media moderasi beragama *Islamuna.id* menjadi bagian dari *Arina.id*. Prof Fuad menerangkan bahwa *Arina.id* memayungi segala situs media moderasi beragama yang ada di setiap kampus. Sehingga, menurutnya, situs *Islamuna.id* tertaut atau bermuara atau terafiliasi pada *Arina.id*.

“Arena itulah sindikasi yang diharapkan, Arena.id, itu media moderasi beragamanya kemenag (Kementerian Agama RI). Jangan salah, itulah

yang memayumi kami. Jadi arena.id, jadi yang islammunah.id termasuk ke komunikasi ini harus bermuara (afiliasi) disitu Iya, bermuara aja disitu”.

Prof. Fuad juga menjelaskan bahwa pihaknya diundang untuk turut hadir pada acara *Launching* situs *Arina.id*. Situs tersebut diluncurkan pada pertengahan 2023. Pihaknya, mengatakan:

“Jadi kami itu dibuat workshop (Diakannya kegiatan Workshop-red), dipanggil semuanya (Para pengurus Rumah Moderasi Beragama-red). Arena ini didukung oleh menteri langsung. Menteri langsung yang membacking ini iya, iya pak acaranya cukup bewah kemarin launching Arina.id itu di hotel”.

Lebih parahnya lagi, RMB UIN RIL yang memiliki pagu anggaran tiga hingga empat miliar di tahun 2024. Namun, tidak sama sekali menyentuh program eksistensi situs yang pernah didaftarkan dalam sindikasi media moderasi beragama kemenag RI. Dalam data yang berhasil dihimpun oleh penulis, nama situs yang didaftarkan yakni kaffah99.com. Namun, sangat disayangkan, hal dari sejak awal RMB UIN RIL tidak atau belum konsentrasi dalam pengelolaan situs media kaffah99.com.

Observasi penulis menunjukkan keterangan agak berbeda. Situs media modersi beragama yang tersindikasi oleh *arina.id* ternyata hanya beberapa saja. Pada situs *arina.id* hanya ada *togok.id*, situs media moderasi beragama yang dimiliki RMB UIN Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat. Sebagaimana tertera pada **Gambar 3** di bawah ini.



Gambar 3. Jaringan Media (Sindikasi) Moderasi Beragama di Situs Web *Arina.id*

Berdasarkan Gambar 3 di atas, jelas bahwa situs *Islamuna.id* milik UIN SU Medan, *Peunutoh.id* milik UIN Ar-Raniry Aceh, *Kaffah99.com* milik UIN RIL tidak tertera pada situs sindikasi media moderasi beragama yang dikelola oleh Pokja Moderasi Beragama Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI.

Berdasarkan keterangan dari Ketua RMB UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, perintah adanya pembuatan situs media moderasi beragama berawal

dari intruksi Menteri Agama RI melalui Sekretaris Jenderal (Sekjen) Kemenag RI. Kemudian, Sekjen Kemenag membentuk Pokja Moderasi Beragama yang saat ini dilimpahkan ke Prof. Dr. Ahmad Zainul Hamdi, M.Ag, yang akrab disapa Ahmad Inung. Instruksi rintisan media moderasi beragama di setiap PTKIN dimulai sejak 2022. Setahun kemudian, pada 2023 terdapat rapat koordinasi sekaligus peluncuran sindikasi media moderasi beragama. Setidaknya, hingga 2024 awal, semua situs bisa diakses, namun, belakangan sudah tidak dapat diakses, termasuk *Togok.id*. Di Sumatera, situs yang masih eksis itu *fahimna.org* terafiliasi dengan RMB UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. *Fahimna.org* awalnya bernama *fahimna.id*. *Fahimna.id* sudah tidak dapat diakses karena sudah selesai masa aktivasinya. RMB kemudian menginisiasi dengan nama domaian *fahimna.org*. *Fahimna.org* diafiliasikan dengan situs *fatayatbengkulu.org*.

b. Keberadaan Situs Media Moderasi beragama di PTKIN Sumatera dan Evaluasi oleh Tim *Arina.id*

Pola kegiatan media moderasi beragama yang ada di PTKIN Sumatera pada dasarnya tidak dapat terhindar dari pengawasan dan evaluasi tim pengelola *Arina.id*. Selain, situs-situs yang ada, tertaut langsung dengan *Arina.id*, situs tersebut hadir juga bagian dari program Kemenag pusat. Sebagaimana, Prof Fuad jelaskan bahwa penentuan kualitas konten sudah ideal atau tidak, hal itu akan dikoreksi oleh tim *Arina.id*.

*“Jadi itu (*Arina.id-red*) sebenarnya, induk kami, yang menilai seluruh media-media itu orang-orang *Arina.id*. Jadi maunya seperti apa, media kita itu, mereka menawarkan (*menyarankan-red*) baik dari tampilannya, kemudian isinya, kemudian apalagi ya ya tampilan dan isinya lah yang selalu mereka kritisi gitu”.*

Adapun *Togok.id* selain mengandalkan evaluasi dari pusat. Pihaknya, juga melakukan evaluasi internal. Mereka menggelar rapat internal antar pengelola. Sebagaimana pengakuan Muhammad Taufik, “*kita mengadakan rapat internal terkait perkembangan organisasi*”.

c. Kerja Tim Pengelola Situs Media Moderasi Beragama di PTKIN Sumatera

Pusat atau rumah moderasi beragama di lingkungan PTKIN Sumatera tidak dapat mengelola secara pribadi. Melainkan, mereka membutuhkan tim yang terdiri dari orang-orang dengan kompetensi sesuai bidang yang

dibutuhkan dalam pengelolaan situs media moderasi beragama. Oleh karenanya, para kepala pusat suka tidak suka harus mempersiapkan tim pengelolaan situs media moderasi beragama. Apalagi situs media memiliki sifat yang *realtime* (kecepatan dan ketepatan waktu). Maka, butuh waktu yang tidak terlalu lama untuk mempublikasikan sebuah konten. Para kepala pusat ternyata melakukan hal yang sama, yakni menyiapkan tim pengelola yang dirasa mampu. Mampu membuat dan mengelola tanpa menginduk pada *website* kampus. Hal tersebut diakui oleh Prof. Fuad, ia mengatakan:

Banyak pengelola yang ditegur (oleh tim Arina.id-red) juga ini kok lambat sekali. Akhirnya saya percepat, saya siapkan tim-tim itu. (Saya sampaikan ke tim-red) tolong siapkan media buat website dan syaratnya tidak boleh website kampus, (menginduk pada hosting website kampus-red) harus terpisah.

Prof. Fuad menjelaskan juga, bahwa tim yang terbentuk berasal dari internal kampus dan lintas sektoral. Selain itu juga terdapat tim dari luar atau eksternal kampus. Adapun tim redaksi yang menyuplai konten berasal dari orang-orang di pusat moderasi beragama. Syarat untuk menggawai tim ini harus mempunyai kemampuan dalam membuat artikel atau berita. Penulisnya juga beragam, ada yang secara usia masih muda, ada juga yang sudah dewasa. Namun, Prof. Fuad saat ini merasa krisis tim redaksi. Alasannya, mereka telah dipindah ke struktural lainnya. Strategi di masa depan yang hendak Prof Fuad lakukan adalah merekrut mahasiswa sebagai *volunteers* atau relawan yang bertugas dalam keredaksian.

“..dia harus pintar apa namanya..... membuat berita tapi belakangan ini agak susah orangnya, sudah mutasi ke sana kemari jadi saya agak kesulitan dan ke depan saya akan coba melalui mahasiswa. Jadi mahasiswa ini kita suruh menulis, membuat karya-karya, feature-feature yang terkait dengan moderasi beragama nanti kita akan beri apresiasi lah, (diberikan uang)insentif”.

Jika tim *Islamuna.id* masih akan memperbaiki *crew*, maka *Togok.id* sudah mempersiapkan tim layaknya media berita pada umumnya. Sudah ada struktur organisasi media paling sederhana, seperti: Pemimpin Redaksi (*Pemred*), redaktur, dan anggota/pewarta. Anggota penulisnya juga memiliki perhatian lebih pada dunia Moderasi Beragama. Serta kerap diundang untuk mengikuti pelatihan dan *workshop*. Sebagaimana Muhammad Taufik sampaikan,

“Pengelolaan togok.id yaitu telah memiliki struktur keorganisasian layaknya media online lainnya, yaitu pimred, direktur, anggota. togok.id juga merekrut anggota untuk menjadi penulis yang concern dalam dunia moderasi beragama bahkan yang menjadi pimpinan umum dalam togok.id ini adalah wadek 3 dakwah UIN IB. Para pengelola togok.id ini juga dikirim kebeberapa kegiatan dalam penguatan moderasi beragama”.

Cerita dari PKMB UIN Aceh sedikit berbeda. Tim pengelola situs *peunutoh.id* justru berupaya untuk menggelar pelatihan khusus jurnalisme dan tata kelola situs bagi tim pengelola. Namun, hal itu masih terkendala proposal yang batal akibat ranah pelatihan media dan jurnalisme menjadi domain pranata hubungan masyarakat (humas). Sebagaimana Rahmad Syah Putra kemukakan;

“Karena kemarin kita baru upgrade (situs pkmb) kan? Karena ada informasi-informasi Yang belum ini ya Baik Kalau ini kayak pelatihan-pelatihan timnya gitu? ah kemarin kita udah ketahui unsur dalam RKKL perubahan. Untuk pelatihan cuma belum disetujui, ini karena kebetulan kemarin beradu beradu pak ya (terbentuk dengan unit humas), beradu apa namanya karena sudah diusulkan juga oleh humas sehingga kan gak boleh nih sama judul (kegiatan/program) nah sekarang kita pending (tunda), kita dulu nanti katanya”.

Lalu, untuk kontributor artikel atau informasi berasal dari tim inti PKMB UIN Aceh. Mereka antara lain, ketua PKMB, manager program dan kerjasama, dan para relawan yang terdiri dari unsur mahasiswa. Sebagaimana disampaikan oleh Rahmad Syah Putra kepada penulis, *“ya dari kita penulisnya dari kita dan bapak langsung sebagai pemimpinnya karena tuntutan iku begitu kan”*.

Di Aceh ini, penulis menemukan alur berbeda dari kampus-kampus lainnya. Awal mula munculnya situs *peunutoh.id* justru muncul dari inisiatif Rektor UIN Ar-Raniry secara langsung. Menurut pengakuan Ketua PKMB Drs. Saifuddin Zuhri, surat perintah penerbitan dan pengelolaan situs *peunutoh.id* langsung dari rektor. Surat dari kementerian langsung ke rektor, kemudian rektor menunjuk orang kepercayaannya yang ahli di bidang media, bernama Arkin Kisaran. Selanjutnya, Arkin Kisaran yang mengemas informasi untuk dipublikasikan di akun situs *peunutoh.id*. Hal ini berdasarkan keterangan dari Saifuddin Zuhri, mengatakan:

“Jadi ini dari pusat, pusat suratnya diterima sama pihak rektorat, pihak rektorat dalam hal ini. Pak Rektor menugaskan Pak Arkin ini Pak ya, Pak Arkin, Arkin siapa namanya Pak? Arkin Kisarang.”

d. Nama Domain Situs Media Tidak Boleh Terafiliasi dengan Situs Resmi Kampus: Indikasi Politis dan Ketidakjelasan Pendanaan.

Penulis mengutip petikan hasil wawancara dengan Prof. Fuad, “*tolong siapkan media buat website dan syaratnya tidak boleh website kampus, (menginduk pada hosting website kampus-red) harus terpisah*”. Jelas, bahwa ada syarat mutlak untuk tidak mengambil dari domain *website* resmi kampus.

Namun, ketika ditanyakan perihal alasan harus terpisah dari domain *website* kampus, Prof. Fuad berasumsi adanya muatan unsur politis. Unsur politis berarti harus tidak terafiliasi dengan domain kampus. Penegasan tidak terafiliasi dengan kampus dapat dilihat dari penamaan domain situs media moderasi beragama yang seluruhnya menggunakan istilah-istilah yang tidak terafiliasi dengan nama masing-masing kampus. Menurut Prof. Fuad, ketika ada muatan politis maka harus terpisah dengan hal-hal terkait kampus. Karena, eksistensi media kampus harus lebih inklusif. Keterpisahan dengan domain kampus juga agar tidak ada upaya intervensi dari pimpinan kampus secara struktural.

“...itu Kita kan membuat website Website ini bukan dibawah UIN Legalitasnya apa? Website UIN sudah ada Jadi ketika kami tampilkan website-website sebelumnya itu di bawah UIN, nggak boleh Dia harus mandiri Nah jadi anggaran yang mau dikeluarkan itu anggaran UIN Dikeluarkan untuk dikeluar, nggak boleh Makanya pandai-pandai mensweep jadinya kan Makanya RKK-RKL kami itu nggak RKK-RKL yang sesungguhnya”.....

Prof Fuad juga mengungkapkan bahwa karena dalam rekrutmen tidak hanya melibatkan pihak internal kampus, tetapi juga melibatkan pihak eksternal. Jika dikaitkan dengan urusan finansial atau pendanaan, maka Prof Fuad mengalami dua kendala. Dua kendalanya yakni karena tidak boleh mengambil domain situs web resmi kampus, maka pengadaan situs menjadi tidak gratis. Oleh karenanya, butuh dana yang tidak sedikit untuk membuat situs media. Selain perlu biaya atau dana untuk pengadaan situs. Juga ternyata perlu dana atau biaya untuk tim pengelola, baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Hal ini disampaikan Prof Fuad saat diwawancarai, menyebut:

“Tim website-nya itu ya anak-anak yang saya ambil dari dalam, itu juga dari lintas struktural. Ada juga yang dari luar ada, cuman ya saya bayar lah..... yang dari luar juga ada orang IT memang, murni luar, ya saya

sewa-lah untuk memperbaiki. Jadi ada dua ini Pak, satu IT dari dalam, dua IT dari luar”.

Terkait suplai dana untuk pengadaan, pembayaran teknisi, dan-lain, Prof Fuad sempat menggunakan alokasi dana DIPA yang jumlahnya terbatas. Namun, itu masih bersifat ‘Gelondongan’, bukan per item kegiatan atau program. Jadi, tidak secara spesifik mengatasnamakan pengadaan program peluncuran dan tata kelola situs media moderasi beragama.

Prof. Fuad mengakui bahwa persoalan pendanaan atau anggaran merupakan hal berat. Di satu sisi, situs harus tetap ada dan tetap eksis. Namun, di sisi lain justru tidak ditopang dengan anggaran yang jelas. Prof Fuad mengakui bahwa pihak perencanaan dan keuangan UIN kesulitan menganggarkan keberlangsungan situs media ketika nama medianya saja tidak terkait dengan kampus. Hal ini, menurut Prof Fuad menegaskan asumsi, bahwa keberadaan situs media moderasi beragama hanyalah instrumen yang bersifat politis, sebab figur Menteri Agama. Sebagaimana Prof Fuad sampaikan,

“Persoalan anggaran Anggaran itu juga berat loh Karena bagaimana menganggarkan uang negara, uang UIN yang berasmi UIN disuruh untuk website keluarjadi kan mereka ini, ya saya membacanya secara politis bagaimana mempertahankan status buruh menteri agama dengan profil yang pluralis”, ungkapnya.”

Bahkan, terkait dana operasional saja, Prof Fuad kerap menggunakan dana pribadi. Dana pribadi dipergunakan untuk memberikan uang transportasi kepada tim pengelola. Besaranya juga beragama, kisaran ratusan ribu rupiah. Hal ini seharusnya juga menjadi perhatian bagian Perencanaan dan Keuangan, agar lebih peduli dengan kebutuhan pusat moderasi beragama. Hal ini diungkapkan Prof. Fuad, ia mengatakan:

“ga banyak lah, orang kasih 200 saya tolong kembalikan ini kasih dia 100, 200 Iya, setiap minta tolong. jadi masalah Di dalam perencanaan kami juga mengkritisi Kita membuat website, ya kan? Tapi website itu bukan website UIN Ini saya buka, saya terserah aja lah ya bahayanya nanti ini Saya sudah sampaikan juga waktu di Rapat Koordinasi”.

Terkait pendanaan, sebenarnya RMB UIN RIL yang secara finansial paling banyak pagunya. Berdasarkan dokumen penting yang penulis dapatkan, pagu anggaran 2024 khusus untuk RMB UIN RIL saja 3,3 miliar rupiah. Namun, tidak ada sama sekali ada alokasi khusus pengembangan dan tata kelola situs media moderasi beragama yang pernah didaftarkan mereka ke Sindikasi Media

Moderasi Beragama pusat. Nama domain situs yang didaftarkan ialah kaffah99.com. Pada anggaran 2023 ada program bertajuk *Workshop Penguanan Moderasi Beragama Lanjutan: Penguanan Sindikasi Media*, dengan dana 280,8 juta rupiah. Namun, itu ternyata tidak berimplikasi pada pengaktifan situs kaffah99.com, sebagaimana telah terdaftar pada Sindikasi Media Moderasi Beragama.

Selanjutnya, jika dari PTKIN lain masih berkutat dengan domain sama. Maka, UIN Ar-Raniry Banda Aceh justru telah menyiapkan domain situs media sendiri. Seperti diketahui, Manager Program dan Kerjasama PKMB UIN Ar-Raniry, Aceh Dr. Rahmad Syah Putra menjelaskan bahwa untuk saat ini pihaknya masih mengelola situs media *peunutuh.id*. Namun, menurutnya, ketika situs media tersebut tidak lagi digunakan, maka sudah ada nama domain sendiri yakni *pkmb.ar-raniry.ac.id*.

“kalau kita PKMB tetap, walaupun misalnya nanti orang yang gak ada lagi, PKMB kan memang di bawah domainnya UIN kan, aman, karena kan PKMB ada (disitus) araniri, ade ac.id jadi ada sup (bagian) nya aja kan.baik Tapi itu (situs peunutoh.id) memang belum efektif juga”.

PKMB UIN Ar-Raniry Aceh juga mengeluhkan tentang persoalan pendanaan. Tidak hanya persoalan kegiatan pelatihan jurnalisme yang terbentur dengan program kerja pranata humas, tetapi juga pendanaan lain mengalami hambatan. Terlebih masalah pendanaan situs media *peunutoh.id*. Alasannya, lagi-lagi karena persoalan anggaran yang dibatasi oleh pihak perencanaan dan keuangan. Pengakuan ini juga terkonfirmasi oleh RMB lainnya seperti di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dan RMB di IAIN Curup.

PKMB UIN Ar-Raniry Aceh mengakui bahwa terkait pengelolaan situs *peunutoh.id* salah satu altenatifnya ialah mengandalkan dana saving kegiatan jika ada. Tidak hanya di UIN Ar-Raniry, hampir di seluruh PTKIN Sumatera mengalami hal tersebut, kecuali UIN RIL. UIN RIL mengalokasikan anggaran tiap tahun lebih dari tiga miliar khusus untuk kegiatan RMB.

Terkait keluhan alokasi anggaran disampaikan oleh Rahmad, mengatakan:

Dimana-mana PTKN Mereka ini kan kadang-kadang kan karena namanya akademisi ini kan lurus ya Tidak mengkaji kebijakan itu Kadang-kadang bisa disiasati ke dalam kebijakan lain Nah kalau ke-win ini kan itu caranya Memang gak bisa, gak tau kita mau amplah dimana..... Karena

bukan domennya, domen win Tapi itulah disiasati ke yang lain Sehingga ini bisa jalan Misalkan saving dari kegiatan apa Nah di tempat lain kan gak jalan, ya begini, karena mereka katakan ini tidak boleh Kalau bisa ya ada sendiri di RKKL itu.

2. Penerapan Jurnalisme pada Situs Media Moderasi Beragama di PTKIN Sumatera

a. Indikasi Situs Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera bukan Media Berita: Tidak Terpenuhinya Legal Formal, bias unsur Kerja Pers.

Situs media moderasi beragama di PTKIN Sumatera disinyalir ilegal. Selain ilegal juga tidak layak disebut sebagai Situs Media Berita. Sehingga, dari temuan ini, penulis dapat menyimpulkan, bahwa Sindikasi Jejaring Media Moderasi Beragama adalah klaim sepihak dari rumah moderasi beragama. Situs-situs yang saat ini adalah tidak lain hanya situs web komunitas yang tidak berlandaskan pada aturan dan perilaku jurnalistik. Sehingga, tidak perlu ada prinsip jurnalistik, tidak perlu ada Kode Etik Jurnalistik. Kecuali, dalam waktu yang tidak terlalu lama, situs media moderasi beragama ini mendaftarkan diri ke Dewan Pers sebagai situs berita khusus tentang moderasi beragama.

Prof. Fuad dalam keterangannya menyebutkan bahwa perintah pusat untuk segera merintis situs moderasi beragama dan selanjutnya disebut sebagai bagian dari jejaring *Arina.id* adalah bentuk ketergesa-gesaan. Alasannya, secara operasional hingga saat ini belum ada izin tertulis dari dewan pers terkait kegiatan jurnalistik. Artinya, hingga saat ini Dewan Pers selaku otorita memberikan dan atau mencabut izin pers bisa jadi tidak mengetahui keberadaan sindikasi media moderasi beragama. Prof. Fuad, mengatakan:

“Pusat ini Arina.id ya terlalu menggebu-gebu kali Menyuruh kami, sementara legalitas kami ga ada Ini kan yang namanya publikasi media kan harus ada izin juga semua harus ada izin Dewan Pers”.

Di UIN Aceh, hadirnya tenaga ahli yang paham dan miliki kompetensi dalam hal jurnalistik ternyata berimplikasi terhadap produk yang disajikan. Selain sudah dijelaskan oleh ketua PKMB UIN Ar-Raniry Aceh, juga pentingnya kompetensi ternyata dikonfirmasi oleh Tim Teknisi situs media *Peunutoh.id* Arkin Kisaran. Arkin Kisaran mengakui memiliki kompetensi dalam hal jurnalisme. Selain memang saat ini, beliau sebagai bagian dari praktisi jurnalis, ia juga pewarta saat sejak menjadi aktivis di Pengurus Besar

Himpunan Mahasiswa Islam (PB-HMI). Kemampuan jurnalisme ternyata dapat memberikan kontribusi pada pengelolaan *Peunutoh.id*.

b. Media Moderasi Beragama bukan Media Massa, Hanya Beberapa Konten dalam gaya Jurnalistik: Jurnalisme atau Jurnalisme Warga

Pada temuan penelitian poin ini terkait dengan poin sebelumnya. Karena pengelola bukan profesional ahli pada bidang media. Maka, penulis berkesimpulan bahwa selama ini media moderasi beragama merupakan media jurnalisme warga (*citizen journalism*). Ini menyangkut pada pengertian bahwa setiap warga dapat membuat informasi dan menyebarkannya tanpa ada kerja dan prinsip serta etika profesi jurnalistik sesungguhnya. Sementara, produk jurnalisme harus berasal dari pekerja media yang secara profesi menekuni pada bidang pemberitaan dan media.

Prof. Fuad mengakui bahwa pihaknya selain tidak mengantongin izin operasional media, juga pihaknya selama ini tidak memiliki kartu pers. Karena kartu wartawan itu dapat dikeluarkan ketika yang bersangkutan lulus ujian kewartawanan. Meskipun, Prof Fuad memiliki kemampuan dalam menulis berita dengan prinsip dan unsur jurnalistik yang cukup piawai. Hal ini, karena Prof Fuad telah terlatih menulis sejak duduk di bangku pelajar/mahasiswa. “Saya dari sejak kuliah udah menulis jurnalistik”, tuturnya. Namun, status Prof Fuad sebagai akademisi bukan sebagai praktisi jurnalis. Prof Fuad pun menyebutkan, “*kita nggak sampai ke situ Kalaupun terkait dengan legalitas itu Arina aja yang akan meng-tack handle*”.

3. Strategi Pengelola Media Moderasi Beragama dalam Mendesiminaskan Informasi yang telah Diunggah, dan Cara Penyebarannya melalui Media Sosial

a. Penyebaran Konten Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera Kurang Variatif, Monoton, dan Pasif: Belum Ada Strategi Penyebaran melalui Media Sosial.

Berdasarkan observasi penulis di akhir Desember 2023, situs media moderasi beragama yang telah didaftarkan dan terafiliasi dengan *arina.id* masih kurang variatif, terkesan monoton, dan terkesan pasif. Indikasi kurang variatif terlihat dari sisi penayangan konten. Seharusnya, kontennya berisi informasi

dan artikel cepat saji. Sehingga situs kaya dengan informasi seputar moderasi beragama. Produk jurnalistik tidak hanya melulu berita, tetapi juga opini. Bahkan, ada hiburan, karikatur, sastra, dan sebagainya.

Adapun indikasi monoton, karena informasi disebar hanya melalui penayangan media saja. Tanpa disertai dengan upaya penyebaran melalui platform media sosial. Padahal, perubahan pola konsumsi informasi saat ini sudah berubah. Orang sudah tidak lagi berkutat pada apa yang disajikan pada situs media. Tetapi, orang mendapatkan informasi melalui platform media sosial. Angka pengguna media sosial sangat tinggi.

Sedangkan indikasi pasif, yakni situs media sudah tidak aktif lagi. *Peunutoh.id*, *Togok.id* dan *Islamuna.id* sudah tidak dapat diakses lagi. Karena ini tentu berkaitan erat dengan pendanaan. Prof Fuad mengonfirmasi jika untuk keberlanjutan situs masih menunggu selesainya beliau menunaikan ibadah haji. Seharusnya, jika situs media memang suatu saat akan diorbitkan sebagai media yang memperoleh legalisasi, maka harusnya lebih sering menayangkan artikel informasi, opini, dan karya tulis lainnya. Selain itu, indikasi pasif juga karena tim pengelola tidak juga menyebarkan informasi melalui media sosial resmi. Semestinya, media *peunutoh.id* juga ada di platform media sosial. Maka, jika demikian, harusnya ada di *Instagram* dengan nama misalnya @*peunutoh_Aceh*, @*islamuna_melan*, dan lainnya. Jelasnya, nama akun media sosial tetap tidak meninggalkan nama domain aslinya.

b. Akun Media Sosial Bukan Representasi Media Terdaftar di Sindikasi Media Moderasi Beragama. Di Sumatera Mereka Memiliki Saluran Sendiri.

Berdasarkan data yang diperoleh dari dokumen penting milik RMB UIN RIL, ada satu mata anggaran yang menarik. Mata anggaran tersebut terkait erat dengan strategi penyebaran moderasi beragama melalui konten digital. Namun, sayangnya tidak terafiliasi dengan *kaffah99.com*. Dari dokumen tersebut, menerangkan bahwa pada rancangan anggaran 2022 terdapat dua mata anggaran relevan dengan penyebaran moderasi beragama secara digital, yakni: kajian series moderasi beragama (43 juta rupiah), dan pojok moderasi podcast (10,3 juta rupiah). Lalu, anggaran 2023, terdapat program *Workshop Penguatan Moderasi Beragama Lanjutan: Penguatan Sindikasi Media* (280,8 juta rupiah),

dan Kajian Virtual Series (33 juta rupiah). Namun, untuk anggaran 2024 sama sekali tidak ada program yang terkait erat dengan media moderasi beragama.

Namun jelas, bahwa meskipun RMB UIN RIL tidak mengeksplorasi kaffah99.com. untuk diaktifkan dan dikelola sebagai wadah informasi moderasi beragama di Lampung. Akan tetapi, sudah ada upaya pemanfaatan media sosial lainnya, terlihat dari program yang disajikan seperti kajian virtual series biasanya pakai media zoom dan medsos lain. Lalu, juga ada podcas moderasi beragama yang biasanya memanfaatkan platform *Youtube*.

C. Pembahasan

Penulis membahas atau mendiskursuskan hasil penelitian ini dalam tiga kategori besar. *Pertama*, penulis membahas tentang evaluasi keberadaan situs Media Moderasi Beragama (MMB) PTKIN Sumatera dan keterkaitan pada Sindikasi MMB Kemenag Pusat. *Kedua*, penulisnya selanjutnya mendiskursuskan penelitian dengan merelasikan dengan penerapan kerja jurnalistik. *Ketiga*, penulisnya mengakhiri pembahasan dengan diskursus temuan penelitian yang dikorelasikan dengan strategi penyebaran informasi atau berita melalui berbagai cara. Penulis menjabarkan mulai dari poin *pertama*, sebagaimana penulis jabarkan berikutkkkkkt ini:

1. Evaluasi Media Moderasi Beragama PTKIN Sumatera dan Keterkaitan dengan Sindikasi Media Moderasi Beragama Kemenag Pusat

Pada diskursus pertama ini, penulis menitikberatkan pada empat temuan utama. *Pertama*, terkait eksistensi situs MMB PTKIN Sumatera. Pada diskursus tersebut ditegaskan bagaimana muncul situs MMB PTKIN Sumatera. Lalu, bagaimana keterkaitan MMB yang ada dengan Sindikasi MMB Kemenag pusat. *Kedua*, mengevaluasi keberadaan MMB yang telah ada. *Ketiga*, bagaimana kerja tim selama ini. *Keempat*, gambaran tentang larangan menggunakan domain di bawah naungan situs *web* resmi kampus masing-masing.

a. Situs MMB PTKIN Sumatera dan Afiliasinya pada *Arina.id*

Situs MMB PTKIN Sumatera merupakan bagian dari jejaring media di bawah naungan *Arina.id*. *Arina.id* merupakan MMB yang dikelolah di bawah bendera Kemeng Pusat. Lebih tepatnya, bentuk kerja nyata dari Pokja (Kelompok Kerja) Moderasi Beragama Sekretaris Jendral Kemenag. Saat itu, Sekjen Kemenag masih Prof Nizar. Melalui Ahmad Inung, maka terkonseplah ide Sindikasi MMB di lingkungan kemenang. Terbentuklah 49 situs MMB

se-Indonesia. Sementara itu, di Sumatera ada sekitar 20 Situs MMB yang terdaftar dalam pokja tersebut.

Berdasarkan temuan penelitian, perintah agar setiap RMB di PTKIN memiliki situs MMB tertuang dalam surat resmi yang dikeluarkan pada 2022. Berdasarkan pengakuan para informan, pembuatan situs MMB memiliki persyaratan tertentu. Setidaknya, dalam rekaman penulis, ada beberapa syarat, di antaranya: nama domain situs boleh disadur dari bahasa daerah – menunjukkan entitas dan identitas lokal masing-masing daerah, atau boleh menggunakan bahasa asing (misal, bahasa Arab). Lalu, syarat lain ialah nama domain tidak boleh di bawah domain situs web resmi kampus masing-masing.

Setelah terbentuk nama domain atau situs MMB PTKIN Sumatera. Selanjutnya, setiap RMB mendaftarkan nama MMB ke pokja. Berdasarkan dokumen yang ada, memang tidak ada satupun nama situs yang terafiliasi dengan kampus masing-masing. Ada yang namanya disadur dari bahasa daerah. Ada juga yang namanya di sadur dari bahasa asing (Arab). Setiap RMB memiliki kreatifitas masing-masing. Hal yang perlu digarisbawahi ialah tidak satupun situs yang berada di bawah naungan situs resmi kampus (*ac.id*). Namun, belakangan situs yang didaftarkan sudah tidak aktif lagi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada situs yang telah berubah namanya, dari semula (*dot_id*), menjadi (*dot_org*). Hal ini terjadi pada situs MMB dari RMB UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Semula *fahimna.id* berubah menjadi *fahimna.org* dan di bawah domain web *fatayatnubengkulu.org*.

Selain situs MMB PTKIN Sumatera tidak aktif lagi. Juga yang menjadi catatan lain adalah, tidak semua situs yang didaftarkan terafiliasi dengan *arina.id*. Dari 20 situs yang ada di Sumatera, hanya ada *Togok.id*, situs MMB dari PMB UIN Imam Bonjol, Padang, Sumatera Barat. Sebagaimana Gambar 4 Jaringan Media di Situs *Arina.id* di Bawah ini:



Gambar 4 Jaringan Media di Situs *Arina.id*

Jadi, secara legal format, melalui dokumen surat-menyurat, memang 20 situs MMB PTKIN Sumatera itu terdaftar dalam Jejaring Sindikasi MMB Kemenag Pusat. Namun, saat ini mayoritas punah, ada yang bermetamorfosa dalam bentuk lain, ada juga yang lahir tanpa terdaftar. Logikanya, jika situs terdaftar itu aktif dan terafiliasi dengan MMB Pusat, dapat dipastikan juga tercantum dalam Gambar 4 tersebut.

- b. Evaluasi oleh Tim *Arina.id* pada Situs Media Moderasi Beragama (MMB) PTKIN Sumatera.

Jika penulis meninjau dari hasil penelitian di atas, tergambar bahwa selama ini Situs MMB Kemenag Pusat lebih cenderung mengevaluasi produk yang dikerjakan oleh tim MMB PTKIN Sumatera. Hal itu bukan hal yang salah, tapi juga bukan hal yang tepat apalagi sempurna. Pasalnya, ada aspek lain yang tidak kalah urgen, yakni aspek tata kelola yang menyangkut Sumber Daya Manusia (SDM), Sumber Daya Fasilitas (SDF), Sumber Daya Dana (SDD).

Apa yang telah dilakukan oleh tim *arina.id* dalam tinjauan media, sebenarnya lebih mengarah pada redaksional. Tim *arina.id* sebagai perpanjangan tangan dari Pokja Moderasi Beragama harus bisa mengevaluasi secara menyeluruh. Apa saja faktor pendukung pengelola MMB PTKIN Sumatera. Apa saja faktor penghambatnya. Lebih jelasnya, ketika mengevaluasi, setidaknya menggunakan ukuran instrumen yang mendekati layak bahkan sempurna. Misal, ukuran evaluasi berdasarkan analisis *Strength, Weakness, Oppourtunity, Threatment* (SWOT).

Ketika ukuran evaluasi oleh tim pusat tidak melulu masalah produk. Penulis berasumsi masalah dan keluhan yang dihadapi di daerah akan diketahui. Misal, terkait kendala operasional. Para pengelola membutuhkan dana. Sementara, sumber dana belum diketahui secara pasti. Mereka bahkan menggunakan dana sisa dari kegiatan lainnya. Evaluasi seperti ini harus diketahui dan dipecahkan bersama. Sebenarnya, penulis menganggap adanya MMB di PTKIN Sumatera secara khusus akan berimplikasi terhadap pengembangan potensi akademik dan non akademik oleh *Civitas Academica*. Mereka yang terdiri dari mahasiswa, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan akan ada ruang mengeksplorasi dirinya dalam hal pengembangan potensi kewartawanan, penulis, editor, dan lain sebagainya. Keberadaan MMB PTKIN Sumatera secara khusus dan seluruh Indonesia secara umum justru bisa menjadi prototipe dan distingsi dari kampus PTU

(Perguruan Tinggi Umum). PTU sepertinya belum menggarap hal-hal seperti ini. MMB PTKIN Sumatera jika dikelola dengan baik, bahkan bisa menjadi wadah bagi mahasiswa untuk proses magang, yang mendukung kurikulum Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM). Bagi mahasiswa pada program studi tertentu, bisa jadi menjadi salah satu labolatorium mereka. Misal, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang secara teoritis dan praktis dituntut untuk bisa mengatur dan mengelola media massa, terkhusus MMB.

c. Kerja Tim Pengelola Situs Media Moderasi Beragama di PTKIN Sumatera

Pada bagian ini tertuju pada evaluasi kinerja tim pengelola situs MMB PTKIN Sumatera. Berdasarkan hasil penelitian terkait poin ini, menyimpulkan bahwa tidak semua RMB PTKIN Sumatera yang menerapkan kerja tim layaknya tim redaksional media profesional. Mereka masih menggunakan tim apa adanya. Bahkan ada yang masih mengandalkan teknisi dari luar. Ada juga yang memaksimalkan potensi mahasiswa untuk dijadikan bagian dari tim *volunteer*.

Ada juga RMB PTKIN Sumatera yang justru baru akan menggaet mahasiswa untuk menjadi bagian dari tim pengelola. Alasannya, tidak lain dan tidak bukan, ialah adanya pengaruh kuasa. Gap antara dosen dan mahasiswa berpeluang adanya penguatan pada pengaruh kuasa. Dosen punya kuasa atas mahasiswa. Sementara, mahasiswa bisa jadi menjadikan sebagai sebuah peluang untuk menggali pengalaman. Selain itu, alasan efisiensi anggaran, sebab anggaran terbatas dan anggaran bersifat pribadi, menjadi alasan untuk melibatkan mahasiswa.

Padahal, semestinya, tim kerja yang mengawangi MMB PTKIN Sumatera, itu harus dan wajib dari orang-orang dengan tingkat kredibilitas dalam hal jurnalistik dan pengelolaan media dengan baik. Tim kerja yang ada tidak hanya redaksional, tetapi ada tim usaha, bahkan ada tim kreatif. Ini minimal ada pada setiap media, adanya tim redaksi, tim usaha, dan tim kreatif.

Jika melihat dari dokumen yang penulis dapatkan dari RMB UIN Imam Bonjol, Padang, Sumatera Barat, jelas bahwa tidak tergambar tiga divisi yang mestinya harus ada pada sebuah media. Gambaran pengurusnya, di antaranya: *founder* (pendiri), tim redaksi, redaktur bahasa, dan ilustrator. Sementara itu,

tim redaksi sendiri tidak jelas siapa yang menjadi pemimpin redaksi, siapa yang menjadi redaktur bidang, sekretaris redaksi, pewarta/penulis, dan lain-lain. Artinya, gambaran strurnya belum ideal sebagaimana gambaran struktur yang ada pada media massa. Apalagi, dalam tim redaksi *togok.id* belum tergambar tim usaha, tim kreatif, dan lain-lain.

Secara teoritis, setiap media itu harus memiliki setidaknya konsep Ekonomi Politik Media. Diskursus ini sudah sangat familiar dikalangan akademisi ilmu komunikasi. Ekonomi Politik Media dicetuskan oleh Vincent Moscow. Moscow menyebutkan, bahwa dalam media setidaknya punya tiga hal, yakni: Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturisasi. Komodifikasi berkaitan dengan produk dan animo pembaca (*viewers*). Spasialisasi berkaitan dengan ekonomi dan usaha media. Strukturisasi berkaitan dengan rutinitas kegiatan, dan personalisasi tim media. Spasialisasi terdiri dari spasialisasi vertikal dan spasialisasi horizontal. Spasialisasi Vertikal merupakan cabang dan ranting bidang usaha yang serupa. Spasialisasi Horizontal merupakan cabang atau ranting bidang usaha yang tidak serupa (tidak sama-sama dalam produk jurnalistik).

Gambaran dari teori Moscow tentang Ekonomi Politik Media diterapkan oleh media massa nasional dan jaringannya. Media massa nasional seperti Kompas itu sudah ideal sesuai dengan teori Moscow ini. Spasialisasi vertikal, Kompas memiliki group *Tribun*, *Kompas TV*, *Harian Kompas*, *Radio*, *dll*. Sementara itu, spasialisasi horizontalnya antara lain Hotel Santika, Toko Buku Gramedia, dan lain-lain. Diskursus ini berkaitan dengan temuan hasil penelitian pada poin evaluasi butir terakhir.

- d. Nama Domain Situs Media Tidak Boleh Terafiliasi dengan Situs Resmi Kampus: Indikasi Politis dan Ketidakjelasan Pendanaan

Beberapa informan mensinyalir adanya unsur politis jelang pemilu. Selain itu, juga adanya ketidakjelasan dana. Sehingga, hal itu menyulitkan banyak pihak. Disisi lain, hal demikian juga tidak mungkin dapat merilis situs dan bahkan merawat tanpa suplai dana dari keuangan negara. Akhirnya, suka tidak suka, mereka mengambil alternatif dari sisa dana kegiatan, atau bahkan dari uang pribadi.

Kondisi demikian tidak manusia, sebab mereka para pejabat dan pengelola tidak memiliki dana operasional yang besar seperti pejabat teras.

Tunjangan jabatan yang melekat bukan merupakan dana operasional. Jumlahnya juga tidak seberapa. Di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu saja ketua RMB hanya diberi tunjangan jabatan hanya Rp.950 ribu per bulan. Angka tunjangan ini tidak seberapa dibanding tingkat inflasi yang cenderung naik. Bahkan, sudah lama tidak ada peningkatan dana tunjangan jabatan. Pejabat tinggi negara memiliki dana operasional yang besar, dengan dana itu bisa saja digunakan untuk membuat dan mendirikan situs berita. Namun, tentu sesuai dengan aturan terkait dengan keuangan, agar terpenuhinya unsur legal formal. Hal demikian, juga tidak menjerumuskan seseorang pada pelanggaran aturan yang bermuara di pengadilan.

Saat ini, semua situs dalam posisi tidak ada yang aktif. Sebab, para pengelola dan pimpinan RMB tidak memiliki alokasi dana perawatan teknis. Itu sebabnya, seharusnya para pejabat pemangku kepentingan, benar-benar memikirkan manajemen resiko segala kemungkinan-kemungkinan terjadi.

Apa hasilnya, ketika semua situs sudah mati. Artinya, hanya akan menjadi cerita dan artefak yang tertimbun dalam tanah yang dalam. Akan ditemukan dan menjadi situs, ketika itu kembali diaktifkan. Sementara, untuk mengaktifkan perlu dukungan dana yang tidak sedikit.

Uniknya, RMB UIN Bengkulu memiliki strategi baru yakni dengan mendompleng pada situs yang sudah lama dirintis oleh organisasi kepemudaan seperti Fatayat Bengkulu. Jadi, apapun kegiatan dan penyebaran nilai-nilai universal moderasi beragama dapat disebar melalui situs berita kemitraan organisasi kepemudaan atau organisasi kemasyarakatan. Tidak salah, itu solusi terbaik saat ini.

BAB V **PENUTUP**

A. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan beberapa poin penting, antara lain:

1. Evaluasi Media MMB-PTKIN Sumatera dengan Sindikasi MMB Kemenag Pusat, antara lain:
 - a. Tidak boleh *dompleng* situs kampus yang resmi (*ac.id*), hanya akan mempersulit keberlangsungan pengelola dan pimpinan RMB. Karena, itu berarti pengelola harus menyiapkan dana pendirian dan perawatan teknis. Sementara terkait pendanaan sulit, sebab nama domain situs bukan representasi dari lembaga resmi. Maka, jika ini dipaksakan beberapa pihak menyebut hanya untuk sekedar kepentingan politis. Semua MMB-PTKIN mengeluhkan persoalan dana operasional (pembuatan, pengelolaan, dan perawatan). Para ketua RMB gunakan uang pribadi hingga *saving* uang kegiatan.
 - b. Terkait sengkarut tim pengelola MMB Sumatera, hal ini karena struktur tim kerja pengelolaan MMB-PTKIN Sumatera mayoritas belum sesuai standar media massa, kecuali *togok.id*.
 - c. MMB PTKIN memang terafiliasi dengan *Arina.id*. terdaftar secara tertulis oleh Pokja Sindikasi Media Moderasi Beragama. Tapi, di beranda *Arina.id* hanya *Togok.id*.
 - d. Media MMB PTKIN Sumatera dalam pengawasan dan evaluasi *arina.id*.
2. MMB PTKIN Sumatera bukan media massa yang resmi.
 - a. Belum dan tidak ada upaya mengurus izin operasional penerbitan pers ke dewan pers. Sebab minimnya tenaga ahli bidang jurnalistik.
 - b. Apapun produk yang ditayangkan pada MMB-PTKIN sumatera termasuk dalam Jurnalisme Warga.
3. Terkait dengan strategi sebaran dan publikasi, maka:
 - a. Akun media sosial RMB-PTKIN sumatera bukan representasi media yang terdaftar di sindikasi media moderasi beragama.
 - b. Tampilannya kurang variatif, monoton dan pasif.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini:

1. Bagi RMB:

Mulai mengubah arah dan strategi menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama melalui media sosial. Berbagai platform media sosial saat sedang digandrungi oleh orang banyak. Lebih dari 180 juta pengguna aktif di Indonesia menggunakan media sosial sebagai cara menyebarkan informasi dan mendapatkan informasi secara efektif dan efisien. Bahkan, penggunaan *web*, sudah tidak lagi diminati oleh sebagian pengguna internet.

2. Bagi Kemenag Pusat;

Mengevaluasi kebijakan terkait adanya keharusan bagi RMB untuk membuat situs web berita adalah kebijakan yang perlu dievaluasi. Sebaiknya, pokja moderasi beragama kemenag pusat, lebih insentif mendorong RMB untuk memaksimalkan konten kreatif tentang moderasi beragama di platform media sosial.

3. Bagi Peneliti Berikutnya;

Kajian penelitian terhadap eksistensi moderasi beragama ke depan ada cela untuk terus mengevaluasi dan mendalami bagaimana RMB memaksimalkan cara penyebaran konten di media sosial. Ini sangat berelasi kuat dengan disiplin ilmu komunikasi dan ilmu jurnalistik. Sehingga, peneliti berikut dapat mengembangkan dan meneruskan cela penelitian dalam bidang ini.