

## Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi atas Konten Dakwah di Platform YouTube dan TikTok

<sup>1</sup>Saefuddin Zuhri

<sup>1</sup>STIT Makrifatul Ilmi Bengkulu Selatan

Email. [saefuddinzuhrizuhri@stitmakrifatulilmi.ac.id](mailto:saefuddinzuhrizuhri@stitmakrifatulilmi.ac.id)

**Keywords:** *Religious Moderation, Digital Da'wah, YouTube, TikTok, Moderate Islam.*

**Kata Kunci:** Moderasi Beragama, Dakwah Digital, YouTube, TikTok, Islam Moderat.

### **Abstract:**

*This study aims to analyze the representation of religious moderation within Islamic preaching content on YouTube and TikTok, as well as to examine the strategies employed by digital preachers in promoting moderate Islamic values in the online sphere. Additionally, it explores audience responses toward such content. The rapid development of digital technology has significantly reshaped the way religious knowledge is produced, accessed, and interpreted, making social media platforms new arenas for open, dynamic, and participatory religious discourse. Using a descriptive qualitative approach, this research examines selected content from preachers known for promoting moderate Islamic narratives and analyzes audience comments to identify patterns of interaction and public perception. The findings indicate that religious moderation is represented through the use of soothing language, messages of tolerance, rejection of extremism, and emphasis on Islam as a religion of mercy. YouTube serves as a platform for more detailed and argumentative explanations, while TikTok effectively delivers short, creative, and easily comprehensible messages suited for younger audiences. Content creators employ several strategies, including the use of digital trends, engaging visuals, storytelling techniques, and relevant hashtags to maximize content reach. Audience responses are generally positive, reflecting the public's need for inclusive and contextual religious understanding, although some resistance persists among groups with rigid views. Overall, the study concludes that moderate Islamic preaching in digital spaces holds significant potential to foster a peaceful, adaptive, and non-polarizing religious ecosystem.*

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk representasi moderasi beragama dalam konten dakwah di platform YouTube dan TikTok serta memahami strategi kreator dakwah dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman moderat di ruang digital, termasuk respons audiens terhadap konten tersebut. Transformasi digital yang berlangsung cepat telah mengubah pola konsumsi

pengetahuan keagamaan, sehingga platform media sosial berfungsi sebagai ruang baru yang memungkinkan pertukaran gagasan keagamaan secara lebih terbuka, dinamis, dan partisipatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji sejumlah konten dakwah dari kreator yang dikenal mengusung narasi Islam moderat, disertai analisis komentar audiens untuk mengetahui bentuk interaksi dan persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi moderasi beragama muncul melalui penggunaan bahasa yang sejuk, ajakan pada toleransi, penolakan terhadap ekstremisme, dan penekanan pada nilai rahmatan lil 'alamin. YouTube menjadi ruang bagi kreator menyajikan pembahasan yang lebih mendalam dan argumentatif, sedangkan TikTok efektif menyebarkan pesan singkat, kreatif, dan mudah dipahami generasi muda. Strategi kreator mencakup pemanfaatan tren digital, visual yang menarik, storytelling, serta penggunaan tagar untuk memperluas jangkauan konten. Respons audiens secara umum positif, menunjukkan kebutuhan masyarakat terhadap pemahaman keagamaan yang inklusif dan relevan dengan kehidupan modern, meskipun masih terdapat resistensi dari kelompok berpandangan rigid. Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah moderat di ruang digital memiliki potensi strategis untuk membangun ekosistem keagamaan yang damai, adaptif, dan bebas dari polarisasi.

## **A. introduction**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam cara masyarakat berinteraksi, mengakses informasi, serta memaknai nilai-nilai keagamaan. Transformasi digital yang berlangsung dalam dua dekade terakhir tidak hanya mempengaruhi aspek ekonomi, politik, dan sosial-budaya, tetapi juga dunia keagamaan. Internet menjadi medium baru yang menawarkan akses tanpa batas bagi masyarakat untuk memperoleh pengetahuan agama (Munir et al., 2022). Di antara berbagai platform digital, YouTube dan TikTok menjadi dua media yang paling dominan digunakan, terutama oleh generasi muda, untuk mengonsumsi konten dakwah yang bersifat visual, interaktif, dan mudah dipahami. Fenomena ini menandai bergesernya orientasi dakwah dari ruang fisik menuju ruang virtual, yang lebih fleksibel dalam penyajian pesan, waktu, dan jangkauan audiens (Mubarok, 2024).

Dalam konteks keislaman, dakwah digital telah berkembang pesat dan menciptakan ekosistem baru bagi penyebaran ajaran agama. Tidak hanya ulama dan pendakwah tradisional, kini konten dakwah juga diproduksi oleh akademisi, influencer, bahkan kreator konten yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama formal (Ariyah et.al, 2025). Hal ini memunculkan dinamika baru: di satu sisi, dakwah menjadi lebih kreatif, relevan, dan mudah dipahami oleh publik; namun di sisi lain, muncul kekhawatiran mengenai akurasi ajaran, otoritas keilmuan, serta potensi penyebaran pandangan keagamaan yang ekstrem, intoleran, atau memicu polarisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa dakwah digital adalah arena yang inklusif namun juga rawan terhadap distorsi pemahaman agama (Jailani & Azhari, 2025).

Salah satu konsep penting yang perlu dipertegas dalam era digital adalah **moderasi beragama**. Moderasi beragama, atau *wasathiyah*, merupakan pendekatan keberagamaan yang menekankan keseimbangan, toleransi, penghargaan terhadap perbedaan, dan penolakan terhadap segala bentuk ekstremisme (Azisi & Syam, 2023). Moderasi beragama telah menjadi salah satu agenda besar dalam penguatan kehidupan beragama di Indonesia, mengingat keberagaman suku, budaya, dan agama yang dimiliki bangsa ini. Di ruang digital, prinsip moderasi beragama menjadi sangat krusial karena internet sering kali digunakan sebagai wadah penyebaran ujaran kebencian, radikalisme, dan konten provokatif yang dapat merusak kerukunan sosial. Oleh sebab itu, menelaah bagaimana nilai-nilai moderasi beragama disampaikan dalam konten dakwah YouTube dan TikTok merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa ruang digital dikelola secara sehat dan kondusif (Baha et al., 2023).

YouTube dengan format video panjangnya memungkinkan pendakwah menjelaskan isu keagamaan secara lebih mendalam dan terstruktur. Sementara itu, TikTok menawarkan format video pendek yang menuntut kreativitas tinggi dalam menyampaikan pesan secara ringkas namun menarik (Faesol, 2023). Kedua platform ini memiliki karakteristik audiens yang berbeda, namun sama-sama berpengaruh besar dalam membentuk wawasan keagamaan masyarakat, terutama generasi milenial dan Gen Z. Fenomena meningkatnya konsumsi konten dakwah di kedua platform ini menimbulkan pertanyaan penting: sejauh

mana nilai moderasi beragama hadir, dipahami, dan dipraktikkan dalam konten dakwah yang beredar di ruang digital tersebut?

Penelitian ini menjadi relevan karena banyak studi sebelumnya lebih menyoroti aspek efektivitas dakwah digital, pola komunikasi, atau fenomena selebriti dakwah, tetapi belum banyak yang mendalami representasi moderasi beragama dalam konten dakwah di platform YouTube dan TikTok secara bersamaan (Umam & Koestanto, 2024). Padahal, dua platform ini memiliki dampak besar dalam membentuk pola pikir keagamaan masyarakat dan dapat menjadi sarana strategis dalam memperkuat pemahaman Islam yang santun, damai, dan rahmatan lil 'alamin (Anika, 2019).

Selain itu, penelitian ini juga hadir untuk menjawab kekhawatiran terhadap meningkatnya konten keagamaan yang kontradiktif terhadap nilai moderasi, seperti ujaran intoleransi, klaim kebenaran tunggal (*truth claim*), penyudutan kelompok tertentu, dan narasi provokatif yang tidak jarang viral karena sifat algoritmik media digital yang cenderung mempromosikan konten kontroversial (Tohari et al., 2023). Dengan demikian, penting untuk menilai bagaimana dakwah digital dapat diarahkan menjadi instrumen edukatif yang mendukung terciptanya masyarakat toleran dan harmonis.

Dari perspektif akademik, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dakwah, studi digital Islam, dan penguatan konsep moderasi beragama. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi pedoman bagi pendakwah, lembaga keagamaan, pemerintah, dan masyarakat umum dalam memproduksi dan mengonsumsi konten dakwah yang berkualitas, berimbang, serta selaras dengan nilai-nilai kebangsaan dan keislaman (Rochmatillah et al., 2024). Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana moderasi beragama direpresentasikan dalam konten dakwah YouTube dan TikTok, penelitian ini diharapkan dapat memberikan arah strategis dalam pengembangan dakwah digital yang lebih bijak, inklusif, dan berkontribusi pada pembangunan peradaban digital yang damai dan toleran.

## B. Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis isi (content analysis) untuk mendalami bagaimana nilai-nilai moderasi beragama direpresentasikan dalam konten dakwah di platform YouTube dan TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena fenomena dakwah digital bukan hanya berkaitan dengan data kuantitatif seperti jumlah penonton atau tingkat interaksi, tetapi lebih pada makna dan pesan keagamaan yang dikonstruksi dalam ruang digital. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya memahami pola komunikasi, gaya retorika, simbol visual, serta pesan moral dan teologis yang disampaikan oleh para kreator konten dakwah. Sifat kualitatif yang interpretatif sangat sesuai untuk melihat berbagai lapisan makna yang tersembunyi di balik penyampaian dakwah digital, termasuk bagaimana nilai toleransi, keseimbangan, penghargaan terhadap keragaman, dan prinsip wasathiyah dimunculkan atau justru diabaikan dalam konten tersebut.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik purposive sampling dengan memilih sejumlah video yang dianggap paling relevan, representatif, dan mencerminkan dinamika konten dakwah digital. Video-video dari beberapa ustaz, dai, atau kreator konten dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti tingkat popularitas, konsistensi produksi konten keagamaan, tema yang berkaitan dengan moderasi beragama, serta besarnya jangkauan audiens. Peneliti menganalisis konten secara multimodal, yaitu dengan memperhatikan narasi verbal, gaya komunikasi, ekspresi visual, pilihan ilustrasi, penggunaan kutipan ayat atau hadis, serta interaksi sosial yang muncul melalui komentar penonton. Analisis ini turut mempertimbangkan bagaimana algoritma YouTube dan TikTok mendorong visibilitas video tertentu, sehingga berpengaruh terhadap cara masyarakat memahami pesan keagamaan. Dengan demikian, data penelitian tidak hanya berasal dari konten video, tetapi juga dari konteks sosial-digital yang mengitarinya.

Analisis data dilakukan melalui model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam proses reduksi data, peneliti menyeleksi bagian-bagian video yang relevan dengan indikator moderasi beragama, seperti pesan tentang toleransi, larangan kekerasan, ajakan persatuan, penggunaan bahasa santun, serta sikap non-diskriminatif terhadap kelompok berbeda. Setelah itu, data yang telah direduksi disusun dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan peneliti melihat pola, tren, serta kecenderungan representasi moderasi beragama dalam konten dakwah digital. Pada tahap penarikan

kesimpulan, peneliti kemudian merumuskan makna temuan secara menyeluruh, menghubungkannya dengan teori moderasi beragama, komunikasi dakwah, dan konteks perkembangan media digital. Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus selama proses analisis berlangsung sehingga interpretasi yang diperoleh bersifat holistik dan mendalam.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teori, dan melakukan diskusi dengan para ahli atau akademisi dalam bidang dakwah dan studi Islam kontemporer. Triangulasi dilakukan untuk meminimalkan bias interpretasi dan memastikan bahwa analisis benar-benar mencerminkan realitas konten dakwah digital yang diteliti. Selain itu, peneliti mencatat refleksi subjektif selama proses penelitian untuk menjaga transparansi analitis. Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana prinsip moderasi beragama dipahami, dipraktikkan, atau bahkan disalahgunakan dalam konten dakwah di YouTube dan TikTok, serta bagaimana fenomena ini berdampak pada pembentukan literasi keagamaan masyarakat di era digital yang kompleks dan cepat berubah.

### **C. Result(s)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi moderasi beragama dalam konten dakwah di platform YouTube dan TikTok memiliki variasi yang sangat beragam, dipengaruhi oleh latar belakang kreator konten, strategi penyampaian pesan dakwah, serta karakteristik platform yang digunakan. Pada konten dakwah YouTube, sebagian besar video menampilkan pesan keagamaan yang lebih mendalam, terstruktur, dan bernuansa edukatif. Para pendakwah cenderung menggunakan gaya komunikasi yang sistematis dan argumentatif sehingga memungkinkan penyampaian prinsip moderasi beragama secara lebih komprehensif.

Beberapa video secara eksplisit membahas topik-topik seperti toleransi antarumat beragama, pentingnya hidup berdampingan dalam masyarakat majemuk, dan ajakan menghindari sikap ekstrem. Pendakwah menampilkan rujukan ayat dan hadis secara proporsional, mengaitkannya dengan kondisi sosial kontemporer, serta menegaskan bahwa Islam adalah agama yang membawa kedamaian. Hal ini memperlihatkan adanya upaya kontinyu dari sebagian kreator untuk memperkuat literasi keagamaan yang damai dan inklusif melalui ruang digital.

Penelitian juga menemukan bahwa konten YouTube cenderung lebih mengedepankan penjelasan rasional dan argumentatif, sehingga menciptakan ruang diskusi yang konstruktif. Interaksi di kolom komentar menunjukkan bahwa audiens memberikan respons yang relatif positif terhadap pesan moderasi. Banyak komentar yang mengapresiasi materi dakwah bernuansa sejuk, menenangkan, dan mengajak pada persatuan. Namun demikian, penelitian juga mengidentifikasi segmen konten dakwah yang kurang mencerminkan moderasi beragama. Beberapa kreator menggunakan pendekatan retorika yang konfrontatif, menyudutkan kelompok tertentu, atau menampilkan klaim kebenaran tunggal yang dapat memicu perdebatan panjang. Meskipun jumlah konten seperti ini tidak dominan, keberadaannya tetap menjadi catatan penting karena memperoleh jangkauan penonton yang cukup besar sehingga berpotensi mempengaruhi cara masyarakat memahami ajaran agama.

Berbeda dengan YouTube, konten dakwah di TikTok memperlihatkan dinamika yang lebih cepat, ringkas, dan sangat dipengaruhi oleh tren visual populer. TikTok menawarkan format video pendek yang menuntut kreator untuk menyampaikan pesan inti secara singkat namun menarik. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa banyak kreator memanfaatkan gaya penyampaian yang kreatif seperti ilustrasi visual, potongan ayat atau hadis, musik latar, serta narasi motivasional yang disesuaikan dengan selera pengguna muda. Dalam konteks moderasi beragama, sebagian besar konten TikTok menyampaikan nilai-nilai moderasi secara implisit melalui pesan moral sederhana seperti ajakan saling menghargai, pentingnya menjaga ucapan, dan menghindari perpecahan. Namun, kedalaman substansi konten pada TikTok tidak sekuat YouTube karena keterbatasan durasi membuat penjelasan tidak dapat disampaikan secara komprehensif.

Penelitian menemukan bahwa TikTok menjadi ruang yang lebih sensitif terhadap polarisasi. Algoritma TikTok yang mempromosikan konten viral menyebabkan beberapa konten bernuansa provokatif atau judgmental lebih mudah tersebar luas. Dalam beberapa kasus, konten dakwah yang menyudutkan perbedaan mazhab, pilihan keagamaan, atau identitas kelompok tertentu justru mendapatkan jumlah penonton lebih tinggi karena sifatnya yang kontroversial. Meski demikian, terdapat pula kreator muda yang menampilkan dakwah moderat dengan pendekatan humor, storytelling, serta narasi motivasi yang disukai pengguna muda. Kreator ini secara konsisten menyampaikan pesan keseimbangan, toleransi, dan empati antar sesama, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan moderasi beragama di kalangan generasi digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat pemahaman audiens terhadap pesan moderasi beragama sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi kreator. Kreator yang memiliki latar belakang keilmuan agama yang kuat cenderung menghasilkan konten moderat dengan dasar rujukan yang jelas, sedangkan kreator tanpa latar belakang tersebut lebih sering memproduksi konten moral atau motivasi yang tidak mendalam. Interaksi di kolom komentar memperlihatkan bahwa TikTok memunculkan diskursus yang lebih emosional dibandingkan YouTube. Komentar-komentar pada TikTok sering kali bersifat singkat, reaktif, dan tidak jarang menyertakan perdebatan mengenai isu sensitif, sementara diskusi di YouTube cenderung lebih argumentatif dan sopan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menggambarkan bahwa moderasi beragama telah hadir dalam konten dakwah di ruang digital, tetapi penyebarannya belum merata. YouTube memiliki kecenderungan lebih kondusif dalam menampilkan dakwah moderat karena formatnya yang panjang memungkinkan pendakwah menjelaskan konteks secara utuh. Sementara itu, TikTok memiliki potensi besar dalam menjangkau generasi muda, tetapi memerlukan penguatan kreator moderat agar konten bernilai edukatif tidak tenggelam oleh konten viral yang kontroversial. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah digital memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang keagamaan masyarakat modern, dan upaya penguatan moderasi beragama perlu dilakukan melalui peningkatan kualitas konten, literasi digital, dan kolaborasi kreator dakwah di kedua platform.

#### **D. Analysis and Discussion**

Pembahasan penelitian ini diarahkan untuk menjawab tiga pokok rumusan masalah, yaitu: (1) bagaimana representasi moderasi beragama dalam konten dakwah di platform YouTube dan TikTok; (2) bagaimana strategi kreator dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai moderat di ruang digital; dan (3) bagaimana respons audiens terhadap konten moderat di kedua platform tersebut. Ketiga fokus tersebut dibedah secara komprehensif untuk memberikan gambaran utuh mengenai dinamika moderasi beragama dalam konteks dakwah digital yang menjadi fenomena sosial-keagamaan terkini.

Pertama, representasi moderasi beragama dalam konten dakwah di YouTube dan TikTok mencerminkan adanya pergeseran orientasi dakwah dari pola tradisional menuju pola digital yang lebih adaptif. Konten yang dikategorikan sebagai moderat

umumnya menampilkan karakteristik tertentu, seperti penggunaan bahasa yang sejuk, penyampaian dalil secara proporsional, serta penghindaran terhadap narasi eksklusif atau provokatif. Banyak kreator menjelaskan ajaran Islam tentang toleransi antarumat beragama, kesetaraan manusia, dan penekanan pada akhlak sebagai fondasi utama. Konten tersebut juga menampilkan reinterpretasi teks keagamaan dalam konteks kekinian, misalnya pembahasan mengenai perbedaan hukum fikih dalam mazhab, isu gender, relasi sosial, dan etika bermedia sosial. Upaya kreator untuk memberikan pandangan alternatif terhadap isu-isu ekstremisme, radikalisme, dan ujaran kebencian menjadi salah satu bentuk representasi moderasi beragama dalam ruang digital.

Konten moderat di YouTube umumnya ditampilkan dalam bentuk ceramah panjang, kajian tematik, atau diskusi interaktif yang memungkinkan pembahasan lebih mendalam. Sementara itu, TikTok menghadirkan bentuk representasi moderasi dalam format yang lebih ringkas dengan narasi langsung, potongan ayat dan hadis, atau ilustrasi visual yang menekankan pesan persatuan dan anti-kekerasan. Representasi moderasi ini semakin kuat karena kreator memanfaatkan gaya komunikasi populer seperti storytelling, humor ringan, dan pendekatan empatik, sehingga pesan keagamaan tidak hanya disampaikan secara informatif tetapi juga humanis.

Kedua, dalam strategi penyampaian dakwah moderat, kreator digital mengadopsi model komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform. YouTube sebagai media berbasis video panjang memberi ruang bagi pendekatan akademis dan analitis. Kreator memanfaatkan infografis, animasi, dan pemaparan argumentatif yang dikemas secara runtut. Mereka menggunakan judul yang ramah algoritma, thumbnail menarik, serta pembagian bab dalam video untuk memudahkan audiens memahami pesan. Kreator juga aktif membangun interaksi melalui fitur komentar, live streaming, dan community post untuk menciptakan lingkungan dakwah yang lebih dialogis.

Di sisi lain, strategi kreator di TikTok lebih menekankan kecepatan, kreativitas, dan viralitas. Mereka mengemas dakwah moderat dalam durasi 15–60 detik dengan ritme visual dan audio yang dinamis. Kreator menggunakan musik latar yang sedang tren, subtitle responsif, dan gaya penyampaian santai tanpa mengurangi kedalaman substansi. Pesan moderasi sering disampaikan melalui sketsa singkat, respons video terhadap konten ekstrem, atau kutipan motivasi keagamaan yang langsung mengajak audiens merenung. Kreator juga memanfaatkan tren hashtag seperti #IslamRahmatanLilAlamin, #DakwahDigital, atau #ModerasiBeragama untuk memperluas jangkauan konten. Strategi kolaborasi dengan berbagai tokoh digital turut memperkuat legitimasi pesan moderat dan meningkatkan engagement.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai teknik penyebaran pesan, tetapi juga sebagai proses adaptasi terhadap perubahan budaya komunikasi masyarakat modern. Kreator dakwah moderat mampu membaca kebutuhan psikologis serta preferensi audiens, terutama generasi Z dan milenial yang menjadi pengguna terbesar kedua platform tersebut.

Ketiga, respons audiens terhadap konten dakwah moderat cenderung positif, meskipun terdapat dinamika tertentu. Di YouTube, audiens menilai bahwa konten moderat membantu mereka memahami Islam secara lebih rasional dan tidak menghakimi. Banyak komentar yang menunjukkan apresiasi terhadap gaya dakwah yang lembut, sistematis, dan tidak memaksakan kebenaran tunggal. Bahkan, sebagian audiens menyatakan bahwa mereka merasa lebih nyaman mempelajari agama melalui video moderat karena memberikan ruang untuk bertanya tanpa tekanan. Namun, terdapat pula sebagian kecil audiens yang menunjukkan resistensi terhadap moderasi, khususnya mereka yang berasal dari komunitas konservatif atau yang telah memiliki pandangan keagamaan rigid. Mereka menganggap moderasi sebagai upaya melemahkan ajaran agama atau bentuk kompromi terhadap nilai-nilai syar'i. Resistensi ini memperlihatkan bahwa ruang digital masih menjadi medan perdebatan terbuka antara berbagai spektrum pemikiran keagamaan.

Respons audiens di TikTok menunjukkan pola yang berbeda. Interaksi bersifat spontan dan emosional, sehingga komentar yang muncul lebih bervariasi. Di satu sisi, banyak pengguna mengapresiasi gaya dakwah yang ringan, relate, dan sesuai bahasa generasi muda. Mereka menganggap konten moderat membantu menjaga suasana media sosial tetap positif dan jauh dari konflik. Namun di sisi lain, komentar negatif, provokatif, maupun ujaran kebencian masih sering muncul, terutama ketika topik yang dibahas berkaitan dengan perbedaan mazhab, hubungan antaragama, atau isu sensitif lain. Meskipun demikian, kemampuan kreator moderat untuk merespons komentar secara edukatif dan tidak reaktif menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi positif audiens.

Secara umum, hasil pembahasan ini menegaskan bahwa dakwah moderat di YouTube dan TikTok memiliki potensi besar untuk menjadi narasi arus utama dalam diskursus keislaman digital. Hal ini didukung oleh kemampuan kreator yang adaptif, pengemasan pesan yang kreatif, serta kecenderungan audiens yang semakin membutuhkan konten keagamaan yang damai dan inklusif. Representasi moderasi yang konsisten pada dua platform digital ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam rahmatan lil 'alamin dapat disebarluaskan secara efektif melalui media yang dekat

dengan kehidupan masyarakat modern. Selain itu, penelitian ini mengungkap bahwa tantangan moderasi beragama di ruang digital tetap ada, terutama dalam hal polarisasi opini, algoritma platform, dan potensi penyebaran konten ekstrem. Namun, dengan strategi komunikasi yang tepat dan dukungan ekosistem digital yang lebih sehat, dakwah moderat memiliki peluang besar untuk membentuk ruang keagamaan yang lebih harmonis dan berkelanjutan.

## **E. Conclusion**

Penelitian mengenai *Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi atas Konten Dakwah di Platform YouTube dan TikTok* menunjukkan bahwa dakwah moderat memiliki posisi strategis dalam membentuk ekosistem keagamaan yang lebih damai dan inklusif di era digital. Pertama, representasi moderasi beragama dalam konten dakwah terlihat melalui pemilihan bahasa yang sejuk, penekanan pada toleransi, anti-ekstremisme, penghargaan terhadap keberagaman, serta penyampaian ajaran Islam yang kontekstual dan humanis. Kreator dakwah di YouTube dan TikTok berhasil menampilkan pesan moderat dalam bentuk konten populer, ringan, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda.

Kedua, strategi penyampaian dakwah menunjukkan adanya adaptasi kreatif terhadap karakteristik masing-masing platform. YouTube dimanfaatkan untuk membangun narasi dakwah yang lebih mendalam dan argumentatif, sedangkan TikTok lebih efektif untuk menyebarkan pesan singkat dan persuasif menggunakan tren digital, visual dinamis, dan gaya komunikasi yang dekat dengan budaya anak muda. Kolaborasi kreator, penggunaan tagar, serta pemahaman terhadap algoritma menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pesan moderasi.

Ketiga, respons audiens terhadap konten moderat cenderung positif dan menunjukkan kebutuhan masyarakat akan pemahaman agama yang lebih ramah dan tidak menghakimi. Meskipun masih ditemukan resistensi dari sebagian kecil pengguna yang berpandangan rigid, mayoritas audiens menunjukkan apresiasi terhadap pendekatan dakwah yang damai dan komunikatif. Interaksi di kolom komentar memperlihatkan bahwa ruang digital dapat menjadi media efektif untuk membangun dialog, meluruskan kesalahpahaman agama, serta memperkuat nilai-nilai Islam rahmatan lil 'alamin.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah moderat di YouTube dan TikTok memiliki potensi besar dalam mengarusutamakan nilai-nilai

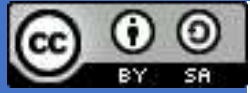
moderasi beragama di masyarakat modern. Optimalisasi konten, penguatan literasi digital, dan pendampingan terhadap kreator dakwah menjadi langkah penting dalam menjaga ruang digital tetap kondusif dan bebas dari konten ekstremisme. Penelitian ini membuka peluang kajian lanjutan mengenai peran platform lain atau analisis terkait pengaruh algoritma terhadap penyebaran pesan moderat.

## F. References

- Anika, M. Z. (2019). *Konstruksi Wacana Moderasi Beragama di Ruang Digital ( Studi Kasus Konten Bertema Toleransi di Media Sosial Youtube )*. 51–68.
- Ariyah et.al. (2025). Peran Media Sosial Dalam Mensosialisasikan Nilai Moderasi Beragama : Studi Analisis Platform Tiktok. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING Jurnal Ilmiah Nusantara ( JINU)*, 2(2), 535–547.
- Azisi, A. M., & Syam, N. (2023). *Moderasi Beragama di Ruang Digital : Studi Peran Habib Husein Ja ' far dalam Menebar Paham Moderat di Kanal Youtube Semua muslim memiliki kesempatan dalam menebar dakwah positif , terkhusus pula klik saja . Oleh karenanya merupakan tantangan sekaligus tuntutan menyesuaikan mengalami peningkatan drastis sejak hadirnya pandemi Covid-19 sejak maret 2020 lalu . home )*. 2 *Akibat fenomena ini juga berpengaruh pada ladang atau media dakwah Islam*. 32(1), 125–141.
- Baha, G., Khozin, M., Humaidi, I., & Penulis, T. (2023). *Moderasi di ruang digital*. Pena Cendekia Pustaka.
- Faesol, A. (2023). *Moderasi Beragama dalam Kontestasi Narasi Keagamaan di Media Sosial*. <https://doi.org/10.55981/brin.904.c747>
- Jailani, M., & Azhari, H. (2025). *MANFAAT TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN KESADARAN & PEMAHAMAN BERAGAMA DI ERA DIGITAL*. 1–8.
- Mubarok, A. R. (2024). *Moderasi Beragama di Era Digital : Tantangan dan Peluang*. 2, 1–11.
- Munir, A. L., Oktafiani, T. U., Laeli, P., Olivia, D., & Baruzzaman, M. (2022). *Moderasi Beragama di Media Sosial : Narasi Inklusivisme dalam Dakwah*. 13, 118–132.
- Rochmatillah, M., Febrianti, S. B., Kaharani, F. D., Azzahra, O., Syailendra, A., Kusumastuti, E., Rochmatillah, M., Febrianti, S. B., Kaharani, F. D., & Azzahra, O. (2024). *Moderasi Beragama Di Era Digital : Pengaruh Platform Tiktok Dalam Bermoderasi Agama 1-6 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur , Indonesia*. 2(6), 1834–1843.
- Tohari, A., Mujlipah, N., Islam, U., Sunan, N., Sleman, K., Istimewa, P. D., Nahdlatul, U., Indonesia, U., Pusat, K. J., & Tohari, A. (2023). *Religious Moderation In Islamic Portals : Study of mainstreaming religious moderation in the digital space*. 2(2), 1242–1254.
- Umam, F., & Koestanto, R. R. D. (2024). *Konsep Dan Implementasi Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital*. 1(2), 240–251. <https://doi.org/10.38073/aijis.v1i2.1555>

DOI,  
Copyright,  
and License

DOI:  
Copyright (c) 2025 author(s) name  
This work is licensed under a Creative Commons  
Attribution-ShareAlike 4.0 International License



**How to cite**

Authors, Name of. "The Title of the Article." *El Makrifah: Jurnal Ilmiah sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Makrifatu ilmi Bengkulu Selatan*, no. 1 (2024): 33-48.