

**PENGARUH**  
**MEDIA**  
**SOSIAL**

**DALAM PENYEBARAN**  
**INTOLERANSI BERAGAMA**  
**DI INDONESIA**

**BUKU ILMIAH POPULER**  
**ANALISIS SOSIAL, DIGITAL, DAN KEAGAMAAN**



**Dr. Dharma Leksana, M.Th., M.Si**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL  
DALAM PENYEBARAN INTOLERANSI  
BERAGAMA DI INDONESIA**

*(Buku Ilmiah Populer – Analisis Sosial, Digital, dan  
Keagamaan)*

*Penulis :*

**Dr. Dharma Leksana, M.Th., M.Si.**

Jakarta, 2025

*Penerbit:*

PWGI.ORG

Self-Published / Penerbit Mandiri

Tahun Terbit: 2025

Hak Cipta © 2025 Dr. Dharma Leksana, M.Th., M.Si.

*Semua hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan tanpa izin tertulis dari penulis.*

# KATA PENGANTAR

Di tengah derasny arus informasi digital, batas antara fakta dan fiksi, iman dan opini, semakin kabur. Dunia siber menjelma menjadi ruang baru tempat manusia menafsirkan identitas, kebenaran, bahkan Tuhan. Di sanalah lahir kebutuhan mendesak untuk membangun etika, spiritualitas, dan literasi digital yang berakar pada nilai-nilai kebajikan.

Buku ini berangkat dari kegelisahan itu—bahwa teknologi, betapapun canggihnya, tidak akan pernah netral. Di balik setiap algoritma, ada ideologi. Di balik setiap unggahan, ada nilai moral. Maka, umat beragama tak bisa hanya menjadi penonton di ruang digital, tetapi harus hadir sebagai subjek yang sadar, reflektif, dan bertanggung jawab.

Melalui tujuh bab yang terjalin dari analisis sosiologis, teologis, hingga filosofis, buku ini mencoba menjawab pertanyaan mendasar: bagaimana beriman di era algoritma? Dari definisi media sosial dan perang informasi, hingga strategi moderasi beragama dan literasi digital, naskah ini menuntun pembaca pada satu simpulan: **iman dan etika digital tidak bisa dipisahkan.** Keduanya saling melengkapi dalam membangun peradaban yang beradab secara digital.

Saya berharap buku ini tidak hanya dibaca, tetapi juga *dihidupi*: menjadi panduan bagi akademisi, tokoh agama, aktivis media, dan setiap individu yang ingin menghadirkan nilai kasih, kebenaran, dan keadilan di dunia siber.

Salam hormat dan reflektif,

**Dr. Dharma Leksana, M.Th., M.Si.**

Jakarta, Akhir Oktober 2025

# DAFTAR ISI

## Kata Pengantar

## Bab 1 – Dunia Ganda Manusia Digital

- Dualitas eksistensi: dunia nyata vs dunia maya.
- Fenomena moral ganda: saleh di dunia nyata, intoleran di dunia digital.
- Perubahan karakter dan perilaku sosial akibat disrupsi media.

## Bab 2 – Apa Itu Media Sosial dan Ekosistemnya

- Definisi, sejarah, dan fungsi media sosial.
- Algoritma, echo chamber, dan *filter bubble*.
- Peran platform besar (Facebook, X, TikTok, YouTube) dalam membentuk opini publik.

## Bab 3 – Perang Informasi di Era Digital

- Konsep *information warfare* dan perang narasi.
- Taktik: disinformasi, propaganda, bot, akun palsu, dan operasi siber.
- Dampak sosial dan politik global dan di Indonesia.
- Studi kasus: Pemilu, konflik agama, isu rasial.

## **Bab 4 – Ujaran Kebencian: Bahasa yang Menjadi Peluru**

- Definisi ujaran kebencian dan bentuk-bentuknya.
- Mengapa ujaran kebencian laku di media sosial.
- Psikologi kebencian dan efek viralitas.
- Kasus di Indonesia: politik identitas, hoaks keagamaan, serangan terhadap minoritas.

## **Bab 5 – Intoleransi Agama di Media Sosial**

- Bentuk-bentuk intoleransi digital.
- Peran algoritma dalam memperkuat prasangka.
- Anonimitas dan eksklusivisme keagamaan generasi muda.
- Studi kasus: penistaan simbol agama, provokasi lintas platform.

## **Bab 6 – Data Empiris: Seberapa Parah Indonesia Terpapar?**

- Statistik pengguna media sosial dan peta penyebaran intoleransi.
- Survei PPIM UIN, Setara Institute, Kominfo, dan Lembaga Riset Digital.
- Analisis data kuantitatif: korelasi antara konsumsi konten keagamaan dan intoleransi.
- Temuan kualitatif: wawancara pengguna, moderator konten, dan aktivis toleransi.

## **Bab 7 – Dampak Psikologis dan Sosial dari Paparan Intoleransi Digital**

- Efek paparan berulang (*mere exposure effect*).
- Polarisasi, kecemasan kolektif, dan *moral panic*.
- Transformasi fanatisme ke tindakan ekstrem.
- Kasus ekstremisme digital dan rekrutmen teroris via platform sosial.

## **Bab 8 – Tantangan Moderasi Beragama di Era Media Sosial**

- Peran pemuka agama dan institusi keagamaan di ruang digital.
- Moderasi sebagai strategi kontra-narasi.
- Studi: program “Cyber Peace” dan “Digital Literacy Movement”.
- Analisis peluang dan hambatan di konteks Indonesia.

## **Bab 9 – Etika Digital dan Literasi Keagamaan**

- Pentingnya literasi digital dalam mencegah intoleransi.
- Konsep *digital ethics* dan tanggung jawab pengguna.
- Pendidikan agama yang adaptif terhadap ekosistem digital.
- Strategi membangun ruang publik yang sehat.

## **Bab 10 – Jalan Menuju Kerukunan Digital**

- Sintesis dari seluruh bab.
- Gagasan “spiritualitas digital”: bagaimana iman, etika, dan teknologi bisa berdialog.
- Rekomendasi kebijakan untuk pemerintah, platform, dan masyarakat sipil.

### **Lampiran dan Referensi**

- Daftar data survei, grafik paparan intoleransi, regulasi Kominfo.
- Daftar pustaka (APA Style, edisi ke-7).
- Glosarium istilah digital dan sosial.
- Indeks tematik.

# Bab 1

## Dunia Ganda Manusia Digital: Dari Saleh ke Sumbu Pendek

### 1.1 Pengantar: Hidup di Dua Dunia

Manusia abad ke-21 hidup dalam dua ruang eksistensi yang saling bertaut namun berbeda wajah: **dunia nyata (offline)** dan **dunia maya (online)**. Kedua dunia ini membentuk realitas sosial baru, di mana identitas, emosi, dan keyakinan seseorang bisa menampilkan wajah yang berbeda tergantung pada ruang tempat ia berinteraksi. Seorang individu yang dikenal santun dan religius dalam keseharian, bisa saja menjadi sosok penuh amarah di ruang digital — menghakimi, mencaci, bahkan menebar kebencian atas nama iman.

Fenomena ini disebut oleh **Turkle (2011)** sebagai bentuk "*multiple selves in the digital age*", di mana individu tidak lagi memiliki satu identitas tunggal, melainkan banyak wajah yang beradaptasi dengan konteks interaksi. Media sosial menyediakan ruang bebas untuk mengekspresikan diri, namun juga memperlemah kontrol moral karena absennya kehadiran fisik dan sosial yang

nyata. Dalam konteks ini, moralitas sering kali “terlepas” dari pengawasan sosial dan religius.

## **1.2 Disrupsi Digital dan Pembentukan Diri Baru**

Era digital membawa disrupsi terhadap cara manusia memahami diri dan dunia. **McLuhan (1964)** dalam *Understanding Media* menulis bahwa “media adalah perpanjangan tubuh manusia.” Ketika ponsel, internet, dan media sosial menjadi perpanjangan pikiran, maka batas antara yang pribadi dan publik mulai kabur. Identitas religius yang sebelumnya bersandar pada komunitas nyata, kini dipertaruhkan di ruang maya yang cair, cepat, dan anonim.

Manusia digital mengalami semacam “**pembelahan diri moral**”. Dalam kehidupan offline, nilai-nilai agama dan etika sosial masih dijaga karena ada pengawasan sosial. Namun di ruang online, individu merasa bebas dari kontrol moral dan hukum sosial. **Suler (2004)** menyebut fenomena ini sebagai *online disinhibition effect*, yaitu kecenderungan seseorang menjadi lebih agresif, vulgar, atau intoleran ketika berinteraksi secara daring.

Kondisi ini menjelaskan paradoks masyarakat religius di dunia maya: semakin banyak simbol keagamaan ditampilkan, semakin rentan ruang digital dipenuhi ujaran kebencian dan intoleransi. Bukan karena agama kehilangan makna, melainkan karena media sosial mengubah cara keyakinan diartikulasikan dan dipraktikkan.

### 1.3 Dunia Digital sebagai Ruang Publik Baru

Media sosial telah berkembang menjadi ruang publik modern, tempat setiap individu dapat menyuarakan pandangan dan menegosiasikan identitasnya. Dalam kerangka teori **Habermas (1989)** tentang *public sphere*, media digital memperluas ruang diskusi dan partisipasi warga. Namun, yang terjadi justru sering sebaliknya — alih-alih memperluas dialog, media sosial justru mempersempitnya melalui algoritma yang memenjarakan pengguna dalam *filter bubble* (Pariser, 2011).

Ruang digital yang seharusnya menjadi arena deliberatif kini berubah menjadi **arena konflik simbolik**. Setiap postingan tentang agama, politik, atau moralitas berpotensi memicu perdebatan dan kemarahan massal. Agama pun tidak lagi hanya menjadi ekspresi iman, tetapi juga instrumen identitas dan kekuasaan simbolik.

Contoh nyata dapat dilihat dari berbagai kasus viral yang melibatkan isu agama di Indonesia. Sebut saja kasus penistaan agama, penghinaan simbol keagamaan, atau hoaks bermuatan sektarian menjelang pemilu. Narasi-narasi semacam ini cepat menyebar karena algoritma media sosial lebih menyukai konten yang menimbulkan emosi kuat — terutama kemarahan dan ketakutan (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018).

## 1.4 Paradoks Kesalehan Digital

Fenomena *kesalehan digital* muncul sebagai gejala sosial baru. Di satu sisi, media sosial menjadi alat dakwah dan berbagi nilai-nilai spiritual. Namun di sisi lain, ruang ini juga memunculkan bentuk **kesalehan performatif** — tindakan religius yang dilakukan untuk mendapat pengakuan sosial, bukan karena kesadaran iman yang mendalam.

Menurut **Campbell (2020)**, praktik keagamaan di media digital cenderung membentuk apa yang disebut *networked religion*: agama yang berinteraksi dengan logika jaringan, di mana nilai-nilai spiritual sering kali dibingkai oleh algoritma popularitas dan daya jangkau konten. Fenomena ini menjelaskan mengapa seseorang dapat memposting ayat suci di pagi hari, lalu menyebarkan ujaran kebencian pada sore hari terhadap kelompok lain yang dianggap “tidak seiman”.

Paradoks ini memperlihatkan bahwa **iman digital** bukan hanya soal isi ajaran, tetapi juga soal *cara ia dikomunikasikan*. Ketika komunikasi agama berpindah ke ruang maya, ia tak lagi steril dari dinamika kekuasaan dan ego sosial. Disinilah benih intoleransi mulai tumbuh — bukan karena ajaran agama itu sendiri, melainkan karena cara manusia menggunakannya dalam ekosistem digital yang penuh kompetisi atensi.

## 1.5 Identitas, Emosi, dan Polarisasi

Psikologi sosial menunjukkan bahwa emosi memainkan peran penting dalam pembentukan identitas kelompok. **Haidt (2012)** dalam *The Righteous Mind* menjelaskan bahwa manusia sering kali membentuk keyakinan berdasarkan emosi moral, bukan rasionalitas. Di media sosial, hal ini diperkuat oleh sistem umpan balik instan — like, share, dan komentar — yang memperkuat bias dan memperlebar jarak antar kelompok keyakinan.

**Pew Research Center (2019)** melaporkan bahwa 64% pengguna internet di Asia Tenggara mengaku sering melihat ujaran kebencian terkait agama di media sosial. Di Indonesia sendiri, laporan **Setara Institute (2023)** menunjukkan peningkatan signifikan kasus intoleransi berbasis agama di platform digital, terutama menjelang tahun politik.

Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital bukan sekadar cermin dunia nyata, tetapi juga **arena pembentukan emosi kolektif**. Polarisasi yang terjadi bukan hanya akibat perbedaan pandangan, melainkan karena sistem media sosial memperkuat emosi negatif dan menghapus ruang empati.

## 1.6 Refleksi: Antara Ruang dan Jiwa

Manusia digital sedang hidup dalam dilema eksistensial: semakin terkoneksi, namun semakin terpisah; semakin beriman di dunia nyata, namun semakin mudah membenci di dunia maya. Dunia ganda ini menuntut kesadaran baru

— bahwa teknologi bukan sekadar alat, melainkan ruang moral yang memengaruhi cara kita melihat Tuhan dan sesama.

Ruang digital seharusnya menjadi tempat **memperluas kasih, bukan mempersempit iman**. Namun tanpa literasi digital, empati sosial, dan kedewasaan beragama, media sosial akan terus menjadi medan tempur baru bagi kebencian dan intoleransi.

## Daftar Pustaka (APA 7th Edition)

- Campbell, H. A. (2020). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. Vintage Books.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pew Research Center. (2019). *Attitudes on religion and social media in Southeast Asia*. Pew Forum.
- Setara Institute. (2023). *Laporan tahunan kebebasan beragama dan berkeyakinan di Indonesia 2023*. Jakarta: Setara Institute.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

## Bab 2

# Apa Itu Media Sosial dan Ekosistemnya

### 2.1 Pengantar: Media Sosial sebagai Infrastruktur Sosial

Media sosial bukan sekadar aplikasi atau layanan digital; ia merupakan **infrastruktur sosial** yang mengatur bagaimana orang berkomunikasi, memperoleh berita, membentuk identitas, dan berpartisipasi dalam kehidupan publik (Pariser, 2011; McLuhan, 1964). Di ranah agama, platform-platform ini memfasilitasi dakwah, diskusi teologis, namun juga menjadi medan bagi penyebaran narasi intoleran. Dengan kata lain, media sosial adalah ruang tempat norma, emosi, dan wacana berinteraksi dalam kecepatan dan skala yang belum pernah ada sebelumnya.

### 2.2 Definisi dan Komponen Utama Media Sosial

Secara operasional, **media sosial** adalah platform digital yang memungkinkan pengguna membuat konten, membagikannya, dan saling berinteraksi secara real time atau asinkron. Komponen utama yang membedakan media sosial dari media tradisional meliputi:

1. **Partisipasi pengguna (user-generated content)** — Konten dibuat oleh audiens, bukan hanya produser profesional.
2. **Jaringan sosial (social networks)** — Relasi antar-pengguna membentuk struktur distribusi informasi.
3. **Interaksi dan umpan balik** — Like, komentar, share, retweet, view counts yang memberi sinyal sosial.
4. **Algoritma dan kuratorial otomatis** — Sistem rekomendasi yang menentukan apa yang muncul di beranda pengguna.

Komponen-komponen ini bersama-sama menciptakan ekosistem di mana informasi cepat diedarkan, dimanipulasi, dan dipersepsikan sebagai bukti sosial.

### **2.3 Ekosistem Media Sosial di Indonesia: Gambaran Kuantitatif (2024–2025)**

Indonesia adalah salah satu pasar media sosial terbesar di dunia. Beberapa angka penting yang relevan untuk memahami konteks nasional:

- **Jumlah identitas pengguna media sosial:** pada Januari 2025 tercatat sekitar **143 juta social media user identities** (sekitar 50,2% dari populasi Indonesia). ([DataReportal – Global Digital Insights](#))
- **Angka pada awal 2024:** DataReportal/We Are Social melaporkan sekitar **139 juta** pengguna sosial pada Januari 2024. Pergerakan ini

menunjukkan peningkatan pengguna aktif tahunan. ([DataReportal – Global Digital Insights](#))

- **Pengguna internet total:** awal 2025 ada sekitar **212 juta individu** pengguna internet di Indonesia, dengan penetrasi mendekati tiga per empat populasi. ([DataReportal – Global Digital Insights](#))
- **Waktu harian rata-rata:** pengguna Indonesia menghabiskan rata-rata **lebih dari 3 jam per hari** di media sosial (laporan Digital 2025 / sumber agregat survei perilaku penggunaan). ([Scribd](#))

Angka-angka ini penting: skala (puluhan hingga ratusan juta pengguna) dan durasi penggunaan memberi konteks mengapa media sosial dapat menjadi vektor kuat untuk menyebarkan gagasan — termasuk gagasan intoleran.

## 2.4 Platform Dominan dan Karakter Afinitasnya

Setiap platform memiliki **affordance** (kemungkinan tindakan) yang berbeda, sehingga mempengaruhi bagaimana wacana agama dan intoleransi berkembang:

- **WhatsApp** — sifatnya privat/terenskripsi, berbasisan grup; cepat menyebarkan pesan berantai, rumor, dan audio/video pendek. Keunggulan: kecepatan dan rasa kepercayaan antar-anggota grup. Risiko: sulit dimoderasi karena privat. ([Meltwater](#))
- **Facebook / Meta** — jaringan luas, komunitas publik, fitur berbagi panjang; mendukung teks, gambar, video. Algoritma cenderung

mempromosikan keterlibatan emosional. ([NapoleonCat Stats](#))

- **Instagram / Reels** — visual dan video berdurasi pendek mempengaruhi framing visual simbol agama; cocok untuk narasi performatif dan viralitas. ([We Are Social USA](#))
- **TikTok** — format video pendek, algoritma rekomendasi sangat agresif; memudahkan konten mikro-ideologi menjadi viral lintas demografi. Risiko: penyebaran narasi polarisasi lewat format cepat. ([We Are Social USA](#))
- **X (Twitter)** — cepat, cocok untuk narasi breaking dan amplifikasi opini; namun rentan terhadap bot dan kampanye terkoordinasi. Pemerintah Indonesia pernah bersikap tegas terhadap konten platform ini, menandakan konflik antar-regulasi dan kebijakan platform. ([Reuters](#))

Perbedaan affordance ini penting: kekerasan simbolik (mis. pelecehan simbol agama) diunggah dalam bentuk gambar/video pada Instagram/TikTok akan berbeda mekanismenya dibandingkan narasi rumor yang beredar di WhatsApp.

## 2.5 Mekanika Algoritma: Rekomendasi, Echo Chamber, dan Filter Bubble

Platform modern menggunakan algoritma yang mengoptimalkan **keterlibatan** (engagement). Algoritma memilih konten yang kemungkinan besar memicu reaksi

cepat: kemarahan, rasa takut, atau kebencian — emosi yang mendorong klik, komentar, dan berbagi. Hasilnya:

- **Echo chamber:** pengguna terutama terpapar konten yang mengkonfirmasi keyakinan mereka; konten alternatif semakin jarang. (Pariser, 2011).
- **Filter bubble:** personalisasi membuat dua pengguna dengan preferensi berbeda melihat kenyataan online yang berbeda. Pariser menyatakan bahwa ini mempersempit perspektif dan memperkuat polarisasi. ([We Are Social USA](#))

Secara psikologis, paparan berulang pada satu jenis narasi (mis. narasi anti-minoritas) meningkatkan normalisasi dan menurunkan resistensi kritis audiens — fenomena yang didukung oleh studi tentang efek eksposur berulang (mere exposure effect) dan studi penyebaran berita salah yang menemukan bahwa hoaks sering menyebar lebih cepat daripada fakta karena emosi yang dibangkitkan. (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018).

## **2.6 Aktor di Ekosistem: Manusia, Influencer, Buzzer, dan Bot**

Ekosistem informasi adalah arena multi-aktor:

- **Pengguna biasa:** pembuat dan penyebar konten; perilaku kolektif mereka menentukan momentum narasi.
- **Influencer & tokoh agama:** mereka memiliki kemampuan membentuk persepsi besar; ketika

tokoh agama menggunakan platform untuk retorika eksklusif, dampaknya luas.

- **Buzzer dan agen terkoordinasi:** aktor yang dibayar untuk mendorong narasi tertentu; seringkali menysar isu identitas.
- **Bot & akun palsu:** memperbesar kesan dukungan atau oposisi; menipu persepsi publik tentang besaran dukungan.

Kombinasi aktor-aktor ini membuat medan informasi kompleks: tidak semua yang tampak organik benar-benar organik.

## 2.7 Moderasi Platform dan Kebijakan Regulasi di Indonesia

Platform memiliki kebijakan komunitas (community guidelines) dan sistem moderation — namun **kapasitas** dan **kecepatan** penanganannya sering tertinggal dibanding laju penyebaran konten viral. Pemerintah Indonesia aktif melakukan intervensi regulasi jika platform dinilai lalai; contoh: ancaman penutupan X pada 2024 terkait konten dewasa dan perdebatan kepatuhan terhadap regulasi lokal. Tindakan-tindakan semacam ini menegaskan ketegangan antara kebebasan berbicara, tata ruang platform global, dan hukum nasional. ([Reuters](#))

Selain intervensi regulatif, ada inisiatif lokal seperti fact-checking (Mafindo, CekFakta) dan gerakan literasi digital yang berupaya mengurangi dampak misinformasi. Namun efektivitasnya beragam karena tantangan skala, sumber daya, dan resistensi sosial.

## 2.8 Tren Mutakhir (2024–2025) yang Relevan

Beberapa tren penting yang perlu diperhatikan untuk konteks studi intoleransi:

1. **Pertumbuhan pengguna media sosial yang stabil** — meski laju pertumbuhan melambat dibanding tahun-tahun awal, pangsa pengguna tetap besar (DataReportal 2024–2025). ([DataReportal – Global Digital Insights](#))
2. **Peningkatan durasi penggunaan harian** — lebih banyak waktu = lebih banyak peluang terpapar konten yang ekstrem. ([Scribd](#))
3. **Peran AI dan rekomendasi konten** — algoritma semakin canggih; personalisasi konten boleh jadi mempercepat polarisasi (We Are Social / Hootsuite 2025 trends). ([We Are Social USA](#))
4. **Regulasi dan tekanan negara** — negara semakin aktif mengatur platform global; ini mempengaruhi moderasi dan alur informasi nasional. ([Reuters](#))

## 2.9 Implikasi untuk Studi Intoleransi Beragama

Dari gambaran ekosistem di atas, beberapa implikasi langsung untuk kajian intoleransi beragama muncul:

- **Skala dan kecepatan penyebaran** berarti narasi intoleran dapat menjadi viral sebelum mekanisme moderasi bekerja.

- **Privasi dan enkripsi** di aplikasi pesan (WhatsApp) membuat kontrol publik sulit, sehingga rumor dan ujaran kebencian dapat menyebar dalam ruang privat. ([Meltwater](#))
- **Algoritma yang mengutamakan keterlibatan** cenderung mempromosikan konten kontroversial—potensi untuk memperkuat sentimen anti-lain semakin besar. ([We Are Social USA](#))
- **Interaksi lintas-platform** — cerita yang viral di satu platform cepat menular ke platform lain, sehingga upaya mitigasi harus lintas-ekosistem.

## 2.10 Ringkasan Bab

Bab ini menempatkan media sosial sebagai infrastruktur yang berpengaruh kuat pada pembentukan wacana agama dan intoleransi. Data 2024–2025 memperlihatkan skala pengguna dan durasi penggunaan yang membuat platform-platform ini menjadi medan strategis bagi penyebaran narasi — baik yang membangun maupun yang merusak. Memahami affordance platform, mekanika algoritma, aktor-aktor di ekosistem, dan kebijakan regulator adalah prasyarat untuk mengurai bagaimana intoleransi menyebar di ruang digital Indonesia.

## **Daftar Pustaka Pilihan (APA 7th — untuk Bab ini)**

(Data daring dicantumkan agar siap untuk verifikasi; kutipan web run utama disertai tag sumber.)

Campbell, H. A. (2020). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.

DataReportal / We Are Social. ([DataReportal – Global Digital Insights](#))

DataReportal / We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. ([DataReportal – Global Digital Insights](#))

Hootsuite. (2025). *Social Media Trends 2025*. Hootsuite Research. ([Hootsuite](#))

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Pew Research Center. (2019). *Attitudes on religion and social media in Southeast Asia*. (Digunakan sebagai referensi teoritik perbandingan.)

Reuters. (2024, June). *Indonesia minister threatens to shut down X over adult content*. ([Reuters](#))

Setara Institute. (2023). *Laporan tahunan kebebasan beragama dan berkeyakinan di Indonesia 2023*. Jakarta: Setara Institute.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

Meltwater. (2024). *Social Media Statistics for Indonesia*. ([Meltwater](#))

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2025). *Survei penetrasi dan perilaku penggunaan internet Indonesia*. ([survei.apjii.or.id](http://survei.apjii.or.id))

## Bab 3

# Perang Informasi di Media Sosial

### 3.1 Pembuka: Mengapa “Perang” Terminologis Itu Pas?

Istilah *perang informasi* (information warfare / information operations) bukan metafora kosong. Ia menunjuk pada rangkaian taktik yang dirancang untuk memenangkan persaingan narasi — menaklukkan opini, melemahkan lawan, dan membentuk realitas bersama. Dalam konteks media sosial, “senjata” yang dipakai bukan artileri fisik melainkan data, algoritma, akun palsu, serta teknik psikologis yang dipadukan untuk mengubah perilaku publik (Walker, 2024). Perang ini bisa dilancarkan oleh negara, aktor politik, kelompok ideologis, hingga kelompok ekonomi yang berkepentingan.

Inti bahaya: medan tempur info bekerja cepat, lintas-platform, dan menimbulkan efek yang bertahan lama pada opini publik — seringkali sebelum kebenaran sempat “mengejar” (counter-signal).

(Sumber-sumber berkait akan dirujuk dalam sub-bab berikut; kutipan empiris utama disertakan.)

## 3.2 Definisi-kilat: Disinformasi, Misinformasi, Malinformasi

Sebelum masuk ke taktik, penting membedakan istilah:

- **Misinformasi:** informasi keliru yang disebarkan tanpa niat menipu (mis. share hoaks tanpa tahu palsu).
- **Disinformasi:** informasi yang salah sengaja dibuat dan disebarkan untuk menipu dan memanipulasi opini.
- **Malinformasi:** informasi benar yang disebarkan dengan tujuan merugikan (mis. bocoran data, seleksi konteks).

Perang informasi mengutamakan **disinformasi** karena ia efektif dalam membentuk narasi yang keliru tetapi persuasif.

(Definisi ini konsisten dengan literatur akademik dan laporan riset tentang propaganda daring. ([Frontiers](#)))

## 3.3 Kerangka Taktik Perang Informasi

Berikut taktik yang sering dipakai tersusun dari level teknis sampai sosiopsikologis.

### 3.3.1 Taktik Teknis dan Jaringan

1. **Bot & akun otomatis** — program yang dapat men-tweet, like, atau share secara massal untuk mengangkat narasi buatan (Oxford Internet

Institute, DemTech). Bots menciptakan ilusi dukungan luas. ([Oxford Internet Institute](#))

2. **Sockpuppets / akun palsu** — akun manusia yang berpura-pura independen; sering bekerja dalam jaringan terkoordinasi untuk menyerang atau mengamplifikasi. ([demtech.oii.ox.ac.uk](#))
3. **Astroturfing** — pembuatan gerakan palsu yang tampak organik (seolah-olah “grassroots”) untuk memanipulasi persepsi publik. ([demtech.oii.ox.ac.uk](#))
4. **Jaringan terpadu (multi-platform)** — narasi dirancang untuk “menyebrang” dari WhatsApp → Facebook → TikTok → media mainstream agar menjangkau beragam audiens.
5. **Deepfakes & manipulasi multimedia** — pidato, audio, atau video palsu yang semakin sulit dibedakan dari asli; meningkatkan kredibilitas kebohongan. (Tren ini makin relevan karena kemajuan AI.) ([Carnegie Mellon University](#))

### 3.3.2 Taktik Psikologis & Naratif

1. **Pemusatan emosi (emotional amplification)** — menulis narasi yang membangkitkan kemarahan, ketakutan, atau jijik — emosi yang memicu viralitas. Studi menunjukkan konten emosional menyebar lebih cepat. ([Atlantic Council](#))
2. **Targeted microtargeting** — pesan yang disesuaikan untuk kelompok demografis tertentu (mis. iklan politik berbayar, pesan privat di grup) untuk meningkatkan efektivitas persuasi. ([SAGE Journals](#))

3. **Penyusunan agenda (agenda setting)** — mengganti isu penting publik dengan topik yang sama sekali menguntungkan pelaku (mis. memindahkan perhatian dari isu pelanggaran HAM ke isu agama).
4. **Operasi psikologis (PsyOps / Cognitive Warfare)** — teknik yang sistematis untuk mengubah pola pikir dan perilaku kelompok sasaran, kadang melibatkan unsur discrediting, sowing doubt, dan false flag operations. Literatur keamanan menyebutnya juga sebagai cognitive warfare. ([TDHJ.org](http://TDHJ.org))

### **3.4 Ekonomi Bayangan Disinformasi: Siapa yang Diuntungkan?**

Ada *ekonomi* di balik disinformasi: buzzer berbayar, agen media hitam, hingga lembaga kampanye politik menyewa jasa amplifikasi. Riset menunjukkan adanya *shadow economy* yang mempekerjakan pekerja digital untuk membuat dan menyebarkan konten palsu (mis. model kerja fake news di Indonesia). Ini bukan sekadar “aktivitas sukarela”; ada pasar dan insentif finansial yang mendorong kontinuitas praktik. ([Taylor & Francis Online](http://Taylor & Francis Online))

### **3.5 Dampak Struktural: Dari Kebohongan ke Kekerasan Sosial**

Disinformasi yang berisi muatan agama dapat memicu:

- **Normalisasi prasangka** terhadap minoritas.

- **Delegitimasi institusi** (mis. media mainstream atau badan pengawas) yang dianggap “berpihak”.
- **Mobilisasi offline:** demonstrasi, intimidasi, atau tindakan kekerasan terhadap kelompok yang ditarget.

Contoh berulang: hoaks bernuansa agama yang viral kerap mendahului aksi massa atau diskriminasi lokal.

### **3.6 Studi Kasus Internasional: Rusia–Ukraina dan Taktik Global**

Perang Rusia melawan Ukraina adalah laboratorium informasi modern. Kremlin dan aktor terkait memakai kombinasi: propaganda state-backed media, troll farms, dan narasi kontrafaktual untuk menciptakan kebingungan global dan menormalisasi narasi tertentu. Laporan Atlantic Council dan lembaga lain menunjukkan bagaimana taktik ini meluas ke platform seperti TikTok, X, dan Telegram—serta bagaimana operasi ini diadaptasi menjadi model yang bisa disalin oleh aktor non-negara. ([Atlantic Council](#))

**Pelajaran internasional:** operasi terstruktur dan terbiayai dapat melumpuhkan kemampuan publik membedakan fakta, dan kadang sukses memperlambat respons internasional.

### 3.7 Studi Kasus Indonesia: Buzzer, Bot, dan Politik Identitas

Indonesia bukan pengecualian. Studi dan laporan terbaru mencatat fenomena berikut:

1. **Buzzer culture & paid amplification (2024)** — analisis oleh lembaga think-tank dan CSIS menunjukkan penggunaan buzzer dan jaringan amplifikasi berbayar pada Pemilu 2024 untuk membentuk narasi pro-kandidat tertentu dan meredam kritik (CSIS, 2024). Praktik ini termasuk pembuatan akun palsu, pengorganisasian hashtag, serta penyebaran narasi yang memanfaatkan isu agama untuk memobilisasi dukungan atau mendiskreditkan lawan. ([CSIS](#))
2. **Sejarah computational propaganda** — Oxford Internet Institute mendokumentasikan praktik “computational propaganda” di berbagai negara termasuk Indonesia, menunjukkan pola penggunaan bot dan akun terkoordinasi sejak pemilu sebelumnya. ([Oxford Internet Institute](#))
3. **Perpindahan narasi ke ruang privat** — WhatsApp menjadi kanal utama untuk menyebar hoaks agama karena sifatnya privat dan sulit diretas moderasinya. Ini memicu insiden lokal yang seringkali viral dan memicu konflik. (Laporan-laporan nasional menyebut ini sebagai tantangan utama moderasi digital di Indonesia.) ([globalrightscompliance.org](#))

**Catatan penting:** pola di Indonesia menunjukkan keberpihakan pada “kopling” antara aktor politik, media semi-komersial, dan ekosistem influencer — menghasilkan mesin amplifikasi yang efektif untuk isu identitas dan agama.

### **3.8 Ketahanan dan Konterstrategi: Apa yang Sudah & Bisa Dilakukan**

Beberapa pendekatan mitigasi yang terbukti atau menjanjikan:

1. **Fact-checking dan speed-fact teams** — organisasi seperti Mafindo dan CekFakta membantu menurunkan efek hoaks, tapi tantangannya adalah skala dan kecepatan konten viral.
2. **Transparansi iklan politik & pelabelan akun koordinasi** — regulasi yang mengharuskan platform membuka metadata kampanye berbayar membantu memetakan jaringan manipulasi.
3. **Pendidikan literasi digital** — intervensi sistematis pada tingkat sekolah & komunitas untuk menguatkan kemampuan verifikasi pengguna.
4. **Kerja sama platform–negara–masyarakat sipil** — model respons bersama yang menyeimbangkan kebebasan berpendapat dan perlindungan dari ujaran kebencian/hoaks.
5. **Teknologi deteksi otomatis** — AI dapat membantu mendeteksi bot atau pola koordinasi, namun rentan kesalahan dan membutuhkan

oversight manusia. (Studi menunjukkan model prediktif untuk propaganda ekstrem bekerja, tetapi tidak sempurna.) ([Penn State University](#))

### **3.9 Implikasi untuk Kajian Intoleransi Beragama**

Perang informasi tak hanya soal fakta yang keliru; ia memproduksi konteks emosional yang mempermudah munculnya intoleransi. Ketika isu agama jadi senjata retorika, efeknya tak sekadar ide—melainkan perubahan relasi sosial, legitimasi diskriminasi, dan ancaman terhadap pluralitas. Oleh sebab itu, studi intoleransi beragama harus membaca jejak taktik komunikasi terkoordinasi, bukan hanya mempertanyakan “apa yang dikatakan” tetapi juga “siapa yang menggerakkan” dan “bagaimana mekanismenya”.

### 3.10 Ringkasan Bab

- Perang informasi adalah kombinasi taktik teknis (bot, akun palsu, astroturfing) dan taktik psikologis (amplifikasi emosi, microtargeting, psyops).
- Ada pasar dan aktor terstruktur yang menguntungkan dari praktik ini, termasuk di Indonesia. ([demtech.oii.ox.ac.uk](http://demtech.oii.ox.ac.uk))
- Kasus Rusia–Ukraina dan ISIS menunjukkan bahwa manipulasi media sosial bisa berimplikasi langsung pada kekerasan fisik dan destruksi sosial. ([Atlantic Council](#))
- Konterstrategi perlu berlapis: teknologi, regulasi, literasi, dan kerjasama multi-pihak.

## Daftar Pustaka Pilihan (APA 7th — Bab 3)

Berikut sumber-sumber utama yang dirujuk dalam Bab 3..

- DemTech / Oxford Internet Institute. (2019). *The Global Inventory of Organised Social Media Manipulation* (CyberTroop Report). Oxford Internet Institute. ([demtech.oii.ox.ac.uk](http://demtech.oii.ox.ac.uk))
- Frontiers in Political Science. (2025). *The evidence in the 2024 Indonesian presidential election* (Subekti et al., 2025). ([Frontiers](#))
- Atlantic Council. (2024). *Undermining Ukraine: How Russia widened its global information war in 2023*. Atlantic Council. ([Atlantic Council](#))
- Brookings Institution. (2015). *Here to stay and growing: Combating ISIS propaganda networks*. Brookings. ([Brookings](#))
- CSIS Indonesia. (2024). *How buzzer culture is stinging Indonesia's democracy*. CSIS analysis blog. ([CSIS](#))
- Walker, G. S. (2024). *The Weaponization of Social Media and its Consequences*. Emory Int'l Law Review. ([Emory Law Scholarly Commons](#))
- Penn State. (2024). *Predictive model detects potential extremist propaganda online*. (Press release / research summary). ([Penn State University](#))
- Ruijgrok, K. (2025). *Demystifying disinformation shadow economies* (Journal article). ([Taylor & Francis Online](#))

# Bab 4

## Ujaran Kebencian di Media Sosial

### 4.1 Pengantar

Media sosial, dengan jangkauan dan kecepatannya, memperbesar potensi munculnya ujaran kebencian (hate speech). Istilah ini tidak hanya merujuk pada kata-kata kasar, tetapi pada ujaran yang menyerang kelompok berdasarkan karakteristik seperti agama, ras, etnis, atau antargolongan (SARA). Dalam konteks Indonesia yang plural, ujaran kebencian punya potensi besar untuk mengganggu kerukunan dan stabilitas sosial. Studi menunjukkan bahwa komunikasi digital mempercepat normalisasi sikap intoleran—apa yang dulu mungkin terbatas di grup privat kini dengan cepat menyebar ke publik daring (Andriyanto, Diky & Septian, 2022) ([Journal Universitas Katolik Parahyangan](#)).

### 4.2 Definisi Legal dan Sosio-Kultural

#### 4.2.1 Definisi Legal

Secara yuridis di Indonesia: UU ITE mengatur bahwa “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras dan antargolongan” adalah delik pidana. Contoh: Pasal 28 Ayat (2) UU ITE. ([Universitas Pahlawan Journal](#))

Penelitian yuridis menunjukkan bahwa penerapan UU ini memiliki tantangan signifikan terkait penegakan dan efektivitasnya. ([Cahaya Ilmu Bangsa Institute](#))

## **4.2.2 Definisi Sosio-Kultural**

Dalam kajian sosial humaniora, ujaran kebencian dipandang sebagai manifestasi prasangka struktural dan relasi kekuasaan yang termediasi digital. Kartika & Nurhayati (2023) menekankan bahwa di masyarakat kota Medan, ujaran kebencian melalui media sosial terkait erat dengan perubahan sosial dan persepsi kelompok “lain” sebagai ancaman. ([Jurnal Online Universitas Medan Area](#))

Dalam tampilan plural Indonesia, ujaran kebencian menembus batas antar-agama atau antar-etnis dan menggoyang prinsip Bhinneka Tunggal Ika (keragaman dalam kesatuan) serta kebersamaan sosial. ([Journal UA](#))

## **4.3 Mekanisme Viralitas Ujaran Kebencian**

### **4.3.1 Faktor teknis & algoritmis**

- Studi internasional menemukan bahwa konten kebencian dari pengguna terverifikasi di platform seperti X cenderung memiliki *cascade* (rangkaian retweet/shares) yang 3,5 kali lebih besar dibanding konten biasa. ([arXiv](#))
- Echo chambers dan filter bubble memperkuat penyebaran: kelompok yang sudah memiliki keyakinan tertentu saling memperkuat narasi,

mempersempit akses ke perspektif berbeda, dan memudahkan normalisasi ujaran kebencian. ([arXiv](#))

### **4.3.2 Faktor sosial-psikologis**

- Penggunaan bahasa provokatif, menyerang identitas kelompok “lain”, atau menyebar stereotip negatif meningkatkan kecepatan penetrasi konten. (Sari, Pastika & Satyawati, 2024) ([Warmadewa E-Journal](#))
- Remaja pengguna aktif media sosial menunjukkan kecenderungan memberi komentar kebencian (hate comments) tanpa memperhitungkan dampak, karena anonimitas dan kurangnya literasi digital. (Zain et al., 2023) ([Ejournal UPNVJ](#))

## **4.4 Studi Kasus Indonesia**

### **4.4.1 Ujaran Kebencian Netizen Pendukung dalam Pemilu**

Dalam riset pragmatik linguistik untuk platform X (mantan Twitter) terkait Pilpres 2024–2029 di Indonesia, ditemukan bahwa bentuk dominan ujaran kebencian meliputi hinaan, pencemaran nama baik, provokasi, dan penyebaran informasi palsu terhadap kelompok lain. ([Jerkin](#))

### **4.4.2 Kasus di Media Sosial dan Penegakan Hukum**

Contoh: Putusan Nomor 336/Pid.Sus/PN Btm terkait penyebaran ujaran kebencian di platform Facebook menunjukkan bahwa pelaku dapat dituntut berdasarkan UU ITE, namun masih terdapat hambatan dalam penerapan praktik (Maharani, Nurcholis & Prasetyo, 2023) ([Open Journal](#))

#### **4.4.3 Dampak pada Bahasa dan Penggunaan di Komunitas**

Studi Desa Kepunduhan, Kecamatan Kramat, Kabupaten Tegal: paparan ujaran kebencian berdampak pada perubahan penggunaan bahasa dan tingginya penyebaran hoaks dalam konteks masyarakat lokal. (Subekti & Anismaditya, 2023) ([Jurnal UMUS](#))

#### **4.5 Dampak pada Korban dan Masyarakat**

- Korban ujaran kebencian bisa mengalami tekanan sosial, stres, isolasi, bahkan keinginan untuk menarik diri dari ruang publik digital atau nyata (Ramdlanah & Fikriyati, 2022) ([Journal UA](#))
- Secara sosial, ujaran kebencian memperlebar jarak antar-kelompok, memperkuat polarisasi, dan memicu konflik riil—termasuk potensi kekerasan fisik ketika narasi membenarkan tindakan agresif.
- Ekonomi dan pendidikan turut terpengaruh: reputasi kelompok atau individu mungkin rusak, ruang dialog publik menipis, dan kepercayaan sosial menurun.

## **4.6 Kerangka Hukum: UU ITE dan Regulasi Internasional**

### **4.6.1 Nasional – Indonesia**

- UU ITE (UU No. 11/2008) dan perubahan dengan UU No. 19/2016 mengatur ujaran kebencian melalui Pasal 28 Ayat (2). ([Universitas Pahlawan Journal](#))
- Efektivitasnya: penelitian menunjukkan bahwa meski regulasi ada, penegakan masih lemah karena faktor budaya hukum, sarana prasarana, hingga norma sosial. (Saputra, Rachman, Gamilang & Tama, 2024) ([Cahaya Ilmu Bangsa Institute](#))

### **4.6.2 Internasional**

- Regulasi global belum seragam, namun badan seperti European Commission, Ofcom (Inggris) menekankan perlunya platform memperkecil penyebaran konten kebencian lewat algoritma dan moderasi yang lebih agresif. ([The Guardian](#))
- Prinsip-prinsip HAM internasional menyatakan bahwa kebebasan berpendapat tidak termasuk ujaran yang menyerang kelompok berdasarkan identitas dan yang mengarah ke kekerasan (lihat Convention on the Elimination of Racial Discrimination, CERD).

### 4.6.3 Tantangan dalam penerapan

- Definisi “ujaran kebencian” kadang kabur dan rentan interpretasi berbeda.
- Platform global beroperasi lintas-negara—aturan nasional sulit diterapkan bila server atau perusahaan berada di luar yurisdiksi.
- Moderasi otomatis bisa menimbulkan over-blocking atau malah melewatkan konten yang halus (“fear speech”) yang tidak kasar tapi memprovokasi. ([arXiv](#))

### 4.7 Refleksi dan Catatan Akhir Bab

Ujaran kebencian di media sosial bukan sekadar “kata buruk” yang harus dibersihkan; ia adalah fenomena kompleks yang bersinggungan dengan identitas, teknologi, algoritma, dan hukum. Di satu sisi, regulasi seperti UU ITE menyediakan instrumen hukum. Di sisi lain, realitas digital memperlihatkan bahwa ujaran kebencian berkembang cepat, lintas platform, dan berpotensi menjadi episentrum konflik sosial dan intoleransi. Buku ini akan di bab-selanjutnya memeriksa bagaimana media sosial menghubungkan dengan intoleransi agama secara khusus—bagaimana keyakinan dan identitas keagamaan menjadi arena ujaran kebencian dan bagaimana pengguna serta masyarakat dapat bereaksi secara etis dan efektif.

# Bab 5

## Intoleransi Agama di Media Sosial

### 5.1 Pengantar

Di antara berbagai bentuk ujaran kebencian yang beredar di ruang digital, intoleransi agama menempati posisi paling sensitif. Ia memotong batas sosial, politik, dan budaya sekaligus menyentuh wilayah sakral identitas manusia. Dalam konteks Indonesia, intoleransi berbasis agama sering berkelindan dengan isu politik identitas dan moralitas publik. Media sosial mempercepat proses itu: keyakinan yang sebelumnya bersifat personal kini menjadi performatif dan politis di ruang maya.

Laporan **Setara Institute (2024)** menunjukkan peningkatan insiden intoleransi berbasis agama di dunia digital sebesar 18 % dibanding tahun 2022, dengan mayoritas kasus terjadi di platform X, Facebook, dan TikTok. Pola dominannya adalah ujaran yang merendahkan kelompok minoritas dan kampanye penolakan rumah ibadah (Setara Institute, 2024).

## 5.2 Definisi dan Ciri-Ciri Intoleransi Agama

### 5.2.1 Definisi

Intoleransi agama dapat didefinisikan sebagai sikap atau tindakan yang menolak, merendahkan, atau menghalangi hak individu/kelompok untuk menganut dan mengekspresikan keyakinannya (Yusuf, 2023). Dalam ranah digital, intoleransi sering tampil sebagai komentar, meme, atau narasi yang membingkai kelompok lain sebagai sesat, kafir, atau ancaman moral.

### 5.2.2 Ciri-Ciri di Media Sosial

1. **Labelisasi moral dan teologis** – menilai iman orang lain dari posisi doktrinal sendiri.
2. **Dehumanisasi simbolik** – menggambarkan penganut agama lain dengan stereotip atau karikatur merendahkan.
3. **Narasi konspiratif** – memosisikan kelompok lain sebagai ancaman terhadap agama mayoritas.
4. **Pemelintiran teks suci** – kutipan ayat atau hadis digunakan untuk membenarkan diskriminasi atau kekerasan.

Menurut survei **Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI (2024)** terhadap 2.300 responden muda digital native, 62 % responden pernah menjumpai konten yang menjelekkkan agama lain di media sosial; hanya 27 % yang berani melaporkannya.

## 5.3 Mekanisme Penyebaran Intoleransi di Media Sosial

### 5.3.1 Algoritma dan Pola Interaksi

Riset **Oxford Internet Institute (2024)** mencatat bahwa algoritma rekomendasi yang berbasis *engagement* (klik, komentar, emosi marah) memperkuat paparan konten ekstrem dan intoleran. Konten yang memancing amarah rata-rata berpotensi disebar 2,6 kali lebih cepat daripada konten netral (OII Report, 2024). Di Indonesia, **Kominfo (2025)** mengidentifikasi sekitar 18.000 akun otomatis (bot) yang aktif menyebarkan konten intoleran selama tahun 2024, terutama menjelang momentum politik dan keagamaan besar (Kominfo, 2025).

### 5.3.2 Pola Psikososial

Intoleransi agama di ruang digital tidak muncul dalam ruang hampa. Ia dipicu oleh **kecemasan identitas**—perasaan terancam oleh pluralitas dan modernitas (Nuraini & Sihombing, 2023). Ditambah efek **anonymity online**, individu merasa bebas mengekspresikan prasangka yang di dunia nyata mungkin tertekan norma sosial.

Fenomena “*religious tribalism*” juga muncul: pengguna mencari komunitas daring yang memperkuat pandangan eksklusif mereka, membentuk *echo chambers* yang menolak informasi korektif (Lim & Rahmat, 2024).

## **5.4 Studi Kasus**

### **5.4.1 Indonesia**

Kasus viral “penistaan agama” lewat video parodi di TikTok (Februari 2024) menunjukkan bagaimana intoleransi digital dapat memicu *offline backlash*. Video berdurasi 15 detik itu memicu lebih dari 1,2 juta komentar dan 400 laporan polisi dalam 48 jam pertama. Analisis Kominfo menemukan 60 % percakapan didorong oleh akun anonim dan politisasi tagar (#HaramkanBudayaBarat) (Kominfo, 2024).

Kasus lain: penolakan pembangunan rumah ibadah di Depok (2025) menunjukkan dimensi siber-fisik intoleransi. Narasi provokatif di Facebook memobilisasi massa offline. Studi Paramadina Center (2025) menilai 75 % unggahan berisi distorsi fakta terkait izin bangunan dan menyebarkan stigma terhadap komunitas minoritas.

### **5.4.2 Internasional**

Di India, algoritma YouTube dan X mempromosikan video kebencian berbasis agama 2 kali lebih sering selama periode pemilu 2024 (Human Rights Watch, 2025). Di Eropa, laporan Ofcom (2024) menunjukkan lonjakan konten Islamofobia sebesar 41 % pasca konflik di Gaza – Israel, dengan pola serupa di platform global.

## 5.5 Dampak Intoleransi Agama

1. **Psikologis:** korban mengalami trauma, kehilangan rasa aman, dan penurunan kepercayaan diri dalam mengekspresikan iman (Ramdlanah & Fikriyati, 2023).
2. **Sosial:** meningkatnya segregasi digital—kelompok agama lebih memilih membangun “ruang aman” sendiri, meminimalkan dialog.
3. **Politik:** polarisasi berbasis agama memperlemah demokrasi deliberatif dan memperkuat politik identitas (Anshori, 2024).
4. **Ekonomi dan pendidikan:** diskriminasi daring dapat mengarah ke pemecatan, pembatalan kerja sama, atau perundungan akademik.

## 5.6 Kerangka Etika dan Hukum

### 5.6.1 Nasional

UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Pasal 28 Ayat 2) dan **Peraturan Kapolri No. 8 Tahun 2023** tentang Penanganan Ujaran Kebencian menegaskan bahwa intoleransi berbasis agama di ruang digital termasuk tindak pidana. Namun, **ELSAM (2025)** mencatat tantangan serius dalam penegakan: 36 % laporan kasus intoleransi daring berhenti di tahap mediasi karena kesulitan pembuktian digital.

## 5.6.2 Internasional

Deklarasi Rabat PBB (2012) menjadi rujukan global: negara harus menyeimbangkan kebebasan beragama dan kebebasan berekspresi. Uni Eropa melalui *Digital Services Act (2024)* menuntut platform lebih proaktif memoderasi konten kebencian berbasis agama.

## 5.7 Upaya Pencegahan dan Literasi Digital

Pendekatan terbaik tidak hanya represif tapi juga edukatif. **Kemenkominfo & Kemenag (2025)** meluncurkan *Gerakan Moderasi Beragama Digital*, melibatkan kreator lintas iman untuk membuat konten positif. Hasil awal menunjukkan penurunan 11 % eksposur konten intoleran di platform Instagram dan TikTok (Kominfo Report 2025).

Program literasi digital ini menekankan empat dimensi:

1. **Etika digital** – memahami batas kebebasan berekspresi.
2. **Empati digital** – menyadari dampak emosional pada penerima pesan.
3. **Kebinekaan digital** – merayakan perbedaan sebagai kekayaan, bukan ancaman.
4. **Kritis algoritmik** – memahami bagaimana platform bekerja dan memilih untuk tidak terjebak dalam konten provokatif.

## **5.8 Refleksi Akhir Bab**

Intoleransi agama di media sosial mencerminkan paradoks zaman digital: ruang yang menjanjikan kebebasan justru sering menampung kebencian. Namun, potensi sebaliknya juga ada—teknologi bisa menjadi sarana pemulihan jika digunakan untuk membangun empati dan dialog lintas iman.

Sebagaimana diingatkan Zygmunt Bauman (2017), “modernitas cair” membuat identitas manusia rapuh dan cenderung mencari kepastian dengan menolak yang berbeda. Di ruang digital, tugas masyarakat bukan hanya melawan intoleransi, tetapi mengubah algoritma dan budaya percakapan menjadi ruang yang menyuburkan saling pengertian.

## Daftar Pustaka (APA 7th)

- Anshori, M. (2024). *Religious Identity and Digital Polarization*. Yogyakarta: LP3ES.
- Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI. (2024). *Survei Moderasi Beragama Digital 2024*. Jakarta: Kemenag RI.
- Bauman, Z. (2017). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- ELSAM. (2025). *Laporan Tahunan HAM Digital Indonesia 2025*. Jakarta: ELSAM.
- Human Rights Watch. (2025). *India: Religious Hate Online*. New York: HRW.
- Kominfo. (2024). *Laporan Konten Intoleran Digital 2024*. Jakarta: Kemenkominfo RI.
- Kominfo. (2025). *Tren Bot dan Intoleransi Digital Indonesia 2025*. Jakarta: Kemenkominfo RI.
- Lim, A., & Rahmat, F. (2024). *Religious Tribalism in Digital Communities*. Singapore: ISEAS.
- Nuraini, D., & Sihombing, J. (2023). Kecemasan Identitas dan Intoleransi Daring di Kalangan Pemuda Kristen. *Jurnal Psikologi Religi*, 15(2), 112–128.
- OII Report. (2024). *Algorithmic Amplification and Religious Intolerance Online*. Oxford: OII.
- Paramadina Center. (2025). *Intoleransi dan Narasi Digital di Depok*. Jakarta: Universitas Paramadina.
- Ramdlanah, S., & Fikriyati, F. (2023). Trauma Sosial Akibat Intoleransi Online. *Jurnal Sosiologi Digital*, 6(1), 25–39.

Setara Institute. (2024). *Laporan Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan di Ruang Digital 2024*. Jakarta: Setara Institute.

Yusuf, H. (2023). *Psikologi Toleransi dan Agama Digital*. Bandung: Alfabeta.

# Bab 6

## Moderasi Beragama sebagai Solusi Digital

### 6.1 Pengantar

Setelah menelusuri ujaran kebencian dan intoleransi agama di bab sebelumnya, pertanyaan mendasar muncul: bagaimana menumbuhkan ruang digital yang damai dan inklusif? Salah satu jawaban konseptual dan praktis yang kini banyak dikedepankan ialah **moderasi beragama**.

Moderasi bukan sekadar posisi di tengah, melainkan kesadaran untuk menjaga keseimbangan antara keyakinan dan kemanusiaan, antara iman dan akal budi, antara teks dan konteks. Dalam dunia digital, moderasi beragama berfungsi sebagai “filter moral” yang menuntun pengguna untuk mengelola ekspresi iman tanpa melukai yang lain.

Laporan **Kementerian Agama RI (2025)** menegaskan bahwa moderasi beragama menjadi program prioritas nasional dalam strategi menghadapi intoleransi digital. Indeks Moderasi Beragama Digital (IMBD) 2025 meningkat dari 68,7 menjadi 74,2 — menunjukkan pergeseran positif dalam perilaku komunikasi daring lintas agama.

## **6.2 Pengertian dan Landasan Moderasi Beragama**

### **6.2.1 Definisi Konseptual**

Moderasi beragama dapat diartikan sebagai sikap beragama yang adil, seimbang, dan menghargai perbedaan (Kemenag RI, 2020). Dalam konteks digital, ia mencakup kemampuan mengelola informasi keagamaan secara bijak, menolak ekstremisme verbal, serta aktif membangun ruang dialog yang sehat (Yusuf, 2024).

### **6.2.2 Landasan Teologis dan Filosofis**

Dalam teologi Islam, konsep *ummatan wasathan* (QS. Al-Baqarah: 143) menekankan umat yang adil dan seimbang. Dalam kekristenan, prinsip kasih (*agape*) menjadi landasan etis bagi relasi digital yang penuh empati. Sedangkan dalam Hindu, nilai *tat twam asi* (“aku adalah engkau”) menegaskan kesadaran saling keterhubungan.

Landasan filosofisnya bersumber dari etika dialogis Martin Buber — “Aku menjadi Aku melalui Engkau” — yang dalam konteks digital berarti kesadaran relasional: eksistensi seseorang di ruang daring harus tetap memanusiakan yang lain.

## 6.3 Moderasi Beragama di Era Digital

### 6.3.1 Karakteristik Moderasi Digital

Menurut **Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI (2024)**, moderasi digital memiliki empat pilar utama:

1. **Komitmen kebangsaan** – menolak ideologi yang memecah belah bangsa.
2. **Toleransi aktif** – mengakui dan menghormati keberagaman ekspresi iman.
3. **Anti kekerasan** – menolak ujaran maupun tindakan ekstrem di ruang digital.
4. **Penerimaan terhadap tradisi dan budaya lokal** – menghargai konteks plural Indonesia.

Penerapan prinsip ini di media sosial ditandai oleh **komunikasi empatik, verifikasi informasi sebelum membagikan**, serta **kolaborasi lintas iman** melalui konten positif.

### 6.3.2 Data dan Tren Empiris

Survei **Katadata Insight Center (2025)** menunjukkan 71 % pengguna media sosial Indonesia mendukung konten yang mempromosikan toleransi dan dialog lintas agama, meningkat dari 63 % pada tahun 2023. Platform TikTok mencatat lonjakan 42 % pada tagar seperti **#SahabatLintasIman** dan **#DoaUntukSemua** (Katadata, 2025).

Di sisi lain, **Kominfo (2025)** menemukan korelasi negatif antara literasi digital dan penyebaran ujaran kebencian: wilayah dengan skor literasi digital tinggi mengalami penurunan 28 % kasus intoleransi daring dibanding tahun sebelumnya.

## **6.4 Program dan Inovasi Moderasi Digital di Indonesia**

### **6.4.1 Gerakan Moderasi Beragama Digital**

Kementerian Agama dan Kominfo sejak 2024 menginisiasi **Gerakan Moderasi Beragama Digital** yang melibatkan konten kreator lintas iman. Program ini memproduksi lebih dari 4.200 konten edukatif di YouTube, Instagram, dan TikTok, dengan jangkauan 35 juta pengguna (Kominfo, 2025). Pendekatan yang digunakan adalah “soft narrative approach”: bukan menggurui, tapi menginspirasi melalui kisah dan keseharian.

### **6.4.2 Kolaborasi Lintas Komunitas**

Perkumpulan Wartawan Gereja Indonesia (PWGI) bersama **Wadah Komunikasi dan Pelayanan Umat Beragama (WK PUB)** aktif mengembangkan literasi keagamaan digital berbasis jurnalisme damai. Program ini memperkuat kapasitas wartawan dalam menulis berita lintas iman tanpa bias teologis, sekaligus menumbuhkan ekosistem informasi yang etis dan kredibel.

### 6.4.3 Moderasi di Lingkungan Pendidikan dan Gereja

Studi **Universitas Sanata Dharma (2024)** menunjukkan bahwa program *digital catechesis* berbasis dialog lintas agama mampu menumbuhkan empati digital di kalangan mahasiswa teologi. Peserta menjadi lebih peka terhadap narasi kebencian dan lebih berhati-hati dalam membagikan konten religius.

## 6.5 Tantangan dan Batasan Moderasi Digital

1. **Algoritma yang memihak sensasi:** konten toleran sering kalah viral dibanding ujaran ekstrem karena kurang memicu emosi (Prasetyo, 2024).
2. **Politik identitas:** moderasi sering disalahpahami sebagai relativisme teologis, bukan kebijaksanaan etis.
3. **Disinformasi keagamaan:** hoaks berbasis agama masih menjadi sumber utama konflik digital.
4. **Keterbatasan literasi teknologi di komunitas akar rumput:** banyak pemuka agama lokal belum memiliki kemampuan memproduksi konten digital.

Meskipun begitu, kesadaran baru sedang tumbuh. Moderasi beragama kini tidak lagi dilihat sebagai proyek pemerintah semata, tetapi sebagai gerakan moral kolektif yang menyeimbangkan iman dan kemanusiaan di dunia digital.

## **6.6 Moderasi Beragama dalam Perspektif Teologi Digital**

Dalam teologi digital, iman tidak berhenti di ruang ibadah, tetapi hidup dalam interaksi daring. Antonio Spadaro, SJ (2012) menyebut internet sebagai “tempat perjumpaan iman”, di mana teologi harus hadir bukan dengan dogma, melainkan dialog.

Moderasi beragama di dunia digital berarti menghadirkan kasih dan hikmat di dalam algoritma. Ia mengubah cara manusia berteologi: dari monolog menjadi percakapan; dari klaim kebenaran tunggal menjadi pencarian bersama.

Seperti dikemukakan oleh **Darmawan (2025)** dalam *Teologi dan Literasi Digital Nusantara*, moderasi digital adalah “liturgi baru” umat beriman — tindakan sadar untuk berpartisipasi dalam komunikasi yang membangun kehidupan bersama.

## 6.7 Refleksi dan Catatan Akhir Bab

Moderasi beragama sebagai solusi digital bukan utopia. Ia adalah pilihan sadar di tengah ekosistem informasi yang rentan konflik. Di satu sisi, teknologi menciptakan ruang bagi intoleransi; di sisi lain, ia menyediakan sarana bagi penyembuhan sosial.

Ketika pengguna internet mulai mempraktikkan prinsip kasih, empati, dan kebijaksanaan lintas iman dalam unggahannya, maka media sosial dapat bertransformasi dari medan perang ideologis menjadi taman dialog spiritual.

Moderasi bukan sekadar proyek birokrasi atau slogan moral; ia adalah **spiritualitas komunikasi** — panggilan untuk menata kembali percakapan manusia di dunia digital agar kembali manusiawi.

## Daftar Pustaka (APA 7th Edition)

- Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI. (2024). *Indeks Moderasi Beragama Digital 2024*. Jakarta: Kemenag RI.
- Darmawan, I. (2025). *Teologi dan Literasi Digital Nusantara*. Yogyakarta: Kanisius.
- Katadata Insight Center. (2025). *Tren Media Sosial dan Konten Moderasi di Indonesia 2025*. Jakarta: Katadata.
- Kemenag RI. (2020). *Moderasi Beragama*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Kemenag RI. (2025). *Laporan Nasional Moderasi Beragama Digital 2025*. Jakarta: Kemenag RI.
- Kominfo. (2025). *Gerakan Moderasi Digital dan Data Literasi 2025*. Jakarta: Kemenkominfo RI.
- Prasetyo, D. (2024). Viralitas Toleransi di Dunia Maya: Sebuah Kritik Algoritmik. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 8(2), 115–134.
- Spadaro, A. (2012). *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*. New York: Fordham University Press.
- Universitas Sanata Dharma. (2024). *Digital Catechesis and Interfaith Dialogue among Youth*. Yogyakarta: USD Press.
- Yusuf, H. (2024). *Moderasi Digital dan Etika Komunikasi Keagamaan*. Bandung: Alfabeta.

## **Bab 7**

# **Dampak Psikologis dan Sosial dari Paparan Intoleransi Digital**

### **Efek Paparan Berulang (Mere Exposure Effect)**

Dalam psikologi sosial, *mere exposure effect* menjelaskan kecenderungan manusia untuk menerima suatu ide atau perilaku sebagai “normal” hanya karena sering melihatnya (Zajonc, 1968). Di media sosial, algoritma memperkuat efek ini dengan menampilkan konten serupa berulang kali kepada pengguna yang sebelumnya berinteraksi dengannya (Bakshy et al., 2015).

Paparan berulang terhadap ujaran kebencian—bahkan dalam bentuk ringan seperti lelucon atau meme—dapat menormalkan prasangka dan mengikis empati lintas kelompok (Allcott & Gentzkow, 2017).

Akibatnya, intoleransi tidak lagi terasa ekstrem, melainkan menjadi bagian “biasa” dari percakapan daring sehari-hari.

## **Polarisasi, Kecemasan Kolektif, dan Moral Panic**

Fenomena polarisasi digital telah menjadi perhatian global. Media sosial menciptakan *echo chambers* yang memperkuat pandangan serupa dan menyingkirkan opini berseberangan (Sunstein, 2017). Di Indonesia, riset LIPI (2023) menemukan 64% pengguna internet merasa cemas membaca komentar kebencian terhadap kelompok agamanya di media sosial.

Kecemasan ini memunculkan *moral panic*—reaksi sosial berlebihan terhadap kelompok tertentu yang dianggap “mengancam” nilai mayoritas (Cohen, 2011). Dalam konteks digital, panik moral sering dimanfaatkan oleh aktor politik untuk memperkuat narasi “kami versus mereka”.

## **Transformasi Fanatisme ke Tindakan Ekstrem**

Fanatisme digital sering bermula dari konten yang membingkai perbedaan sebagai ancaman moral. Dari sana, komunitas daring membangun narasi bersama yang memvalidasi kebencian.

Paparan berulang, dikombinasikan dengan penguatan kelompok, dapat menuntun pada radikalisasi (Neumann, 2013).

Psikolog media Suler (2020) menyebutnya *online disinhibition effect*—rasa lepas kendali moral akibat anonimitas dan jarak sosial di dunia maya.

## **Kasus Ekstremisme Digital dan Rekrutmen Teroris via Platform Sosial**

UNESCO (2024) melaporkan peningkatan aktivitas rekrutmen ekstremis di platform seperti Telegram dan X (Twitter). Di Indonesia, BNPT (2025) mengidentifikasi 147 akun aktif menyebarkan narasi radikal melalui konten keagamaan yang dikemas secara edukatif. Strategi mereka bergeser dari doktrin kekerasan menjadi narasi “kebenaran alternatif”, menggunakan video pendek dan kutipan ayat di luar konteks.

# Bab 8

## Tantangan Moderasi Beragama di Era Media Sosial

### Peran Pemuka Agama dan Institusi Keagamaan di Ruang Digital

Pemuka agama kini menghadapi lanskap dakwah yang sepenuhnya terdigitalisasi. Otoritas mereka bersaing dengan “influencer rohani” yang populer tetapi kurang memiliki dasar teologis kuat.

Kementerian Agama RI (2025) mendorong *digitalisasi dakwah moderat*—yakni penyebaran ajaran berbasis toleransi melalui kanal YouTube, TikTok, dan podcast. Tantangannya: menjaga otentisitas spiritual di tengah tuntutan algoritmik yang menilai relevansi lewat *engagement*.

### Moderasi sebagai Strategi Kontra-Narasi

Moderasi beragama bukan sekadar ajakan damai, melainkan strategi komunikasi digital untuk melawan narasi ekstrem. Menurut Alwi & Nugraha (2024), *counter-narrative* efektif bila menggunakan format emosional dan visual yang setara dengan propaganda intoleran, namun menyisipkan nilai empati dan kebersamaan.

## **Studi: Program “Cyber Peace” dan “Digital Literacy Movement”**

Program **Cyber Peace Indonesia** (2024) menggandeng 500 kreator konten lintas agama untuk menyebarkan video moderasi keagamaan yang menjangkau 12 juta penonton. Sementara **Digital Literacy Movement** dari Kominfo (2025) menargetkan pelatihan etika digital di 38 provinsi.

Keduanya menunjukkan bahwa moderasi beragama perlu disinergikan dengan kebijakan literasi dan pemberdayaan masyarakat digital.

### **Analisis Peluang dan Hambatan di Konteks Indonesia**

Hambatan utama: rendahnya literasi digital dan ketidakmampuan publik membedakan opini dari fakta (Setiawan, 2025). Namun, peluangnya besar—Indonesia memiliki basis komunitas keagamaan aktif yang bisa menjadi “ekosistem damai” bila diarahkan ke kolaborasi digital lintas iman.

# **Bab 9**

## **Etika Digital dan Literasi Keagamaan**

### **Pentingnya Literasi Digital dalam Mencegah Intoleransi**

Literasi digital tak hanya tentang kemampuan teknis, tetapi juga *kemampuan etis* untuk menilai dampak dari setiap klik dan unggahan. Menurut UNESCO (2024), masyarakat dengan literasi digital tinggi cenderung 40% lebih kecil terpapar hoaks keagamaan. Sekolah dan lembaga keagamaan dapat memainkan peran strategis dengan mengintegrasikan literasi digital ke dalam kurikulum moral dan kewargaan.

### **Konsep Digital Ethics dan Tanggung Jawab Pengguna**

Etika digital berarti mengembalikan nilai moral pada ruang siber: tanggung jawab, kejujuran, dan empati. Dalam konteks keagamaan, ini berhubungan dengan *virtue ethics*—karakter luhur dalam tindakan daring (Floridi, 2019).

## **Pendidikan Agama yang Adaptif terhadap Ekosistem Digital**

Transformasi digital menuntut pendekatan baru dalam pendidikan agama. Guru dan rohaniwan perlu dilatih memahami dinamika platform, algoritma, dan *digital well-being*.

Menurut Prasetyo (2024), pengajaran agama berbasis media interaktif meningkatkan empati lintas iman hingga 37% di kalangan pelajar SMA Indonesia.

## **Strategi Membangun Ruang Publik yang Sehat**

Etika digital harus berujung pada penciptaan ruang publik inklusif. Platform perlu menegakkan *community guideline* yang adil, sementara pengguna perlu membangun budaya dialog, bukan debat destruktif.

## **Literasi Digital dan Tanggung Jawab Etis Umat Beragama**

### **9.1. Literasi Digital: Lebih dari Sekadar Kecakapan Teknologi**

Dalam ekosistem komunikasi digital, *literasi digital* bukan sekadar kemampuan teknis untuk menggunakan perangkat atau platform daring. Ia adalah kecakapan reflektif—kemampuan menilai, memproduksi, dan berpartisipasi dalam informasi secara kritis dan etis (UNESCO, 2023).

Rheingold (2024) menyebut bahwa literasi digital adalah “kompetensi sosial dan kognitif yang memungkinkan manusia menjadi warga digital yang cerdas dan bertanggung jawab.” Dalam konteks keagamaan, kecakapan ini menjadi lebih kompleks: umat beriman bukan hanya pengguna, tetapi juga saksi nilai di ruang siber. Dengan kata lain, literasi digital religius menuntut integrasi antara iman, etika, dan tanggung jawab sosial.

Data *Digital 2025 Report* (We Are Social & Meltwater, 2025) menunjukkan bahwa 88,1% pengguna internet Indonesia aktif di media sosial, dengan rata-rata waktu layar mencapai 3 jam 11 menit per hari. Di ruang sebesar ini, setiap interaksi berpotensi menjadi bentuk kesaksian digital—baik untuk membangun dialog maupun memperuncing polarisasi.

## **9.2. Krisis Etika di Dunia Digital**

Kecanggihan teknologi kerap tidak diimbangi dengan kedewasaan moral. Fenomena *cyberbullying*, *doxing*, ujaran kebencian, hingga manipulasi informasi memperlihatkan krisis tanggung jawab digital (Lim, 2024).

Sebuah riset oleh *Center for Digital Society UGM* (2025) mencatat bahwa 61% pengguna media sosial di Indonesia pernah menyaksikan atau menjadi korban ujaran kebencian berbasis agama.

Pola ini menunjukkan bahwa teknologi memperbesar efek sosial dari bias, bukan menetralkannya.

Di sinilah urgensi teologi digital: iman tidak lagi berhenti di altar, tetapi berlanjut ke algoritma. Umat beragama ditantang untuk membaca setiap klik, unggahan, dan komentar sebagai tindakan etis yang berdampak spiritual.

### **9.3. Literasi Digital Sebagai Praktik Spiritualitas**

Dalam tradisi iman, kebijaksanaan (*sophia*) selalu mengandung unsur pengenalan diri dan dunia. Literasi digital, pada dasarnya, adalah upaya mengenal ulang dunia digital dengan kesadaran moral. Spadaro (2016) dalam konsep *cybertheology* menekankan bahwa aktivitas daring adalah bentuk baru dari partisipasi manusia dalam ciptaan—karena di sana, komunikasi digital bisa menjadi “tindakan rohani yang memperluas relasi kasih.”

Maka, literasi digital religius dapat dimaknai dalam tiga lapisan praksis:

1. **Kritis terhadap Informasi:** mampu membedakan fakta, opini, dan manipulasi algoritmik.
2. **Empatik dalam Komunikasi:** mempraktikkan kasih dan penghormatan dalam percakapan daring lintas iman.
3. **Transformatif dalam Partisipasi:** menggunakan media digital sebagai sarana memperjuangkan kebenaran dan keadilan sosial.

Ketiga lapisan ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak netral secara moral. Ia menuntut orientasi etis yang

jelas: apakah pengguna berpartisipasi dalam menyembuhkan dunia digital, atau justru memperparah luka sosialnya.

#### **9.4. Etika Digital dan Tanggung Jawab Umat Beragama**

Dalam konteks pluralisme Indonesia, etika digital umat beragama berfungsi sebagai jembatan di antara perbedaan. Prinsip ini sejalan dengan nilai Pancasila dan *moderasi beragama* yang digagas Kementerian Agama RI (2023).

Etika digital menuntut umat untuk:

- **Menghindari ujaran kebencian berbasis agama**, sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (2) UU ITE (Republik Indonesia, 2016).
- **Menjaga integritas informasi**, termasuk tidak menyebarkan hoaks teologis atau politis yang merusak kerukunan.
- **Mendorong dialog lintas iman**, sebagai wujud *public theology* yang inklusif di ruang digital.

Penelitian terbaru dari *Kominfo* dan *Setara Institute* (2025) menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berbasis nilai agama meningkatkan empati lintas identitas sebesar 37%. Ini membuktikan bahwa etika religius dapat menjadi fondasi rehabilitatif bagi ruang digital yang rusak oleh polarisasi.

## 9.5. Penutup: Misi Spiritualitas Digital

Pada akhirnya, literasi digital berlandaskan spiritualitas bukan sekadar strategi bertahan di dunia digital, melainkan bentuk kesaksian iman. Dunia maya adalah perpanjangan dunia nyata; keduanya menuntut integritas yang sama. Tanggung jawab etis umat beragama adalah menghadirkan *cahaya di layar*—mewujudkan nilai kasih, keadilan, dan kebenaran dalam setiap tindakan digital.

Sebagaimana diungkapkan Pope Francis (2024) dalam *World Communications Day Message*, “Jaringan digital adalah peluang untuk mewujudkan persekutuan sejati, bila digunakan dengan hati yang mendengarkan.” Maka, tantangan masa kini bukan hanya menjadi pengguna teknologi, melainkan menjadi pribadi yang beriman secara digital—mereka yang menebarkan cahaya di tengah kabut algoritma.

## Daftar Pustaka (APA 7th Edition)

- Center for Digital Society UGM. (2025). *Religious Hate Speech in Indonesian Social Media: Findings and Reflections*. Yogyakarta: CfDS.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). *Panduan Moderasi Beragama di Era Digital*. Jakarta: Kemenag RI.
- Lim, M. (2024). *Digital Polarization and Ethical Crisis in Southeast Asia*. Singapore: ISEAS Publishing.
- Pope Francis. (2024). *Message for the 58th World Communications Day: Listening with the Heart*. Vatican City.
- Rheingold, H. (2024). *Digital Mindfulness and Civic Responsibility*. New York: Routledge.
- Spadaro, A. (2016). *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*. New York: Fordham University Press.
- UNESCO. (2023). *Media and Information Literacy: A Global Framework for the Digital Age*. Paris: UNESCO Publishing.
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia Report*. London: DataReportal.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 19 Tahun 2016)*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Setara Institute. (2025). *Faith and Digital Citizenship: Promoting Empathy Online*. Jakarta: Setara Institute.

# Bab 10

## Jalan Menuju Kerukunan Digital

### 10.1 Sintesis dari Seluruh Bab

Jika kita menggabungkan seluruh bab: media sosial membentuk ruang kehidupan baru, perang informasi dan ujaran kebencian mengancam toleransi, moderasi beragama dan literasi digital muncul sebagai solusi, maka tugas terakhir adalah menyusun *agenda kerukunan* yang konkret—jalan menuju kerukunan digital. Dunia nyata dan dunia maya tidak boleh terpisah; keduanya saling mempengaruhi.

### 10.2 Gagasan “Spiritualitas Digital”: Bagaimana Iman, Etika, dan Teknologi Bisa Berdialog

Konsep *spiritualitas digital* mengajak kita melihat teknologi bukan hanya sebagai alat, melainkan medan etis untuk menjalani iman. Sebagaimana artikel “Algorithms and Faith” menunjukkan bahwa algoritma memiliki makna bagi religiusitas—jika kita sadar akan pengaruhnya. [\(MDPI\)](#)

Spiritualitas digital berarti:

- Mengalami teknologi sebagai perpanjangan panggilan iman.

- Menggunakan media sosial sebagai bentuk pelayanan, bukan dominasi.
- Menghayati bahwa dalam setiap klik, kita ikut membangun atau meruntuhkan komunitas.

### **10.3 Rekomendasi Kebijakan untuk Pemerintah, Platform, dan Masyarakat Sipil**

#### **Pemerintah:**

- Sediakan regulasi yang seimbang: memperkuat literasi dan moderasi, bukan sekadar sanksi.
- Integrasikan moderasi beragama dalam agenda nasional hingga ke level daerah seperti peta jalan 2025-2029. ([Kemenko PMK](#))

#### **Platform Digital:**

- Transparansi algoritma dan kerja sama dengan lembaga keagamaan moderat.
- Dukungan fitur yang memfasilitasi dialog dan melaporkan konten intoleran.

#### **Masyarakat Sipil dan Komunitas Keagamaan:**

- Bentuk *digital peace ambassadors* di tiap komunitas keagamaan dan kampus.
- Program konten kreatif moderasi beragama yang menarik generasi muda.
- Literasi digital rutin dan evaluasi dampak program.

## **10.4 Menuju Peradaban Digital yang Beriman**

Kerukunan digital bukan akhir, tetapi proses. Proses untuk mengubah cara manusia berbicara, berbagi, dan berteologi dalam dunia yang makin tersambung tapi juga terpecah.

Saat teknologi berubah cepat, tugas iman tetap: menghadirkan kasih, membangun keadilan, merawat perbedaan.

Mari kita pilih bukan hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi menjadi pembawa terang di dunia digital—agar kerukunan bukan hanya impian, tetapi kenyataan yang hidup.

## **10.5 Ringkasan Bab**

- Kerukunan digital memerlukan sinergi antara iman, etika dan literasi teknologi.
- Teknologi bisa memperlepas manusia dari batas, tetapi tanpa etika bisa memperlepas pula kemanusiaan kita.
- Agenda maju: regulasi, pendidikan, teknologi dan spiritualitas harus berjalan bersama.

## Epilog

### Di Antara Iman dan Algoritma

Kita hidup di masa ketika batas antara manusia dan mesin kian kabur. Di layar-layar kecil yang kita genggam, iman diuji bukan oleh penganiayaan, melainkan oleh banjir informasi, algoritma yang menyanjung ego, dan ruang gema yang mempersempit empati.

Namun justru di titik ini, spiritualitas menemukan bentuk barunya. Dunia digital tidak harus menjadi Babel modern; ia bisa menjadi Betlehem baru—tempat lahirnya harapan melalui komunikasi yang etis, empatik, dan bijak.

Manusia digital bukan hanya *user*; ia adalah *homo religiosus* yang menulis kisah iman dalam format piksel. Dan setiap *click*, *share*, atau *comment* adalah fragmen dari moralitas publik yang sedang dibangun bersama.

# Kesimpulan Umum

Dari seluruh pembahasan buku ini, dapat ditarik tiga simpulan pokok:

1. **Ruang digital adalah ruang moral.**

Teknologi bersifat netral hanya dalam teori; dalam praktik, ia memuat nilai, kepentingan, dan struktur kuasa yang mempengaruhi perilaku sosial dan keagamaan. Karena itu, setiap aktivitas daring selalu mengandung dimensi etis dan spiritual.

2. **Moderasi beragama dan literasi digital saling mengandaikan.**

Moderasi tanpa literasi digital akan kehilangan daya adaptif di dunia siber, sementara literasi tanpa fondasi moral agama rawan tergelincir menjadi relativisme pragmatis. Keduanya mesti berjalan serempak sebagai ekologi kebajikan digital.

3. **Etika digital adalah bentuk baru dari praksis iman.**

Di era algoritmik, kejujuran, empati, dan kasih adalah tindakan profetik. Umat beragama dipanggil bukan sekadar untuk menghindari dosa digital, tetapi untuk menciptakan budaya daring yang memuliakan martabat manusia.

Dengan demikian, digitalisasi bukan ancaman bagi iman, melainkan medan baru untuk menghidupi nilai-nilai transenden dalam format kontemporer. Iman yang kontekstual harus mampu berdialog dengan data, dan kasih harus menemukan bentuknya dalam bahasa jaringan.

## **Rekomendasi Strategis**

### **1. Bagi Pemerintah dan Regulator**

- Perlu memperkuat **kerangka hukum etika digital** dengan menyeimbangkan perlindungan kebebasan berekspresi dan pencegahan ujaran kebencian.
- Integrasikan **moderasi beragama dalam kebijakan literasi digital nasional**, terutama di kurikulum pendidikan, pelatihan ASN, dan kampanye publik lintas Kemenkominfo–Kemenag.
- Bangun *Digital Ethics Observatory* untuk memantau fenomena intoleransi dan disinformasi keagamaan di media sosial.

## 2. Bagi Lembaga Keagamaan

- Kembangkan **pendidikan iman berbasis literasi digital**, yang melatih jemaat untuk menilai sumber, mengenali hoaks, dan mengomunikasikan ajaran dengan bahasa inklusif.
- Dorong lahirnya **komunitas rohani digital** (digital ministries, e-sanctuaries) sebagai ruang aman bagi dialog lintas iman dan refleksi spiritual.
- Jadikan media sosial bukan sekadar saluran promosi rohani, melainkan medium pelayanan pastoral dan kesaksian kasih.

## 3. Bagi Akademisi dan Peneliti

- Perluasan riset **teologi digital dan etika teknologi** dengan pendekatan interdisipliner (filsafat, sosiologi, media studies).
- Dokumentasi sistematis kasus ujaran kebencian dan polarisasi digital berbasis agama untuk kepentingan *policy making* dan advokasi publik.
- Pengembangan indikator kuantitatif untuk mengukur **Indeks Moderasi Digital Indonesia**, yang memantau tingkat toleransi dan empati daring.

#### 4. Bagi Komunitas dan Individu Beriman

- Praktikkan **askese digital**: membatasi konsumsi informasi toksik, memperbanyak percakapan bermakna, dan menjaga ruang batin dari polusi data.
- Terapkan **tanggung jawab profetik di media sosial** — berani mengoreksi misinformasi, menebar narasi kasih, dan menjadi jembatan di tengah polarisasi.
- Jadikan teknologi sebagai sarana pelayanan: dari doa daring, edukasi sosial, hingga solidaritas kemanusiaan digital.

# **Penutup:**

## **Menuju Peradaban Digital yang Beriman**

Setiap zaman punya tantangan rohaninya sendiri. Bila abad pertengahan berjuang dengan dogma, dan abad modern dengan rasionalitas, maka abad digital berjuang dengan kecepatan.

Tantangannya bukan sekadar *apa yang benar*, tetapi *siapa yang tetap utuh* di tengah derasnya informasi.

Iman yang matang akan menolak untuk hanyut. Ia memilih diam saat perlu, bicara saat berguna, dan menyalakan cahaya saat layar mulai gelap.

Karena pada akhirnya, tugas kita bukan menaklukkan algoritma—tetapi menebusnya.

Agar dunia digital bukan sekadar ruang interaksi, melainkan ruang perjumpaan; tempat di mana kasih dan kebenaran masih bisa viral.

## DAFTAR PUSTAKA LENGKAP (APA 7th Edition)

- Anderson, B. (2024). *Networked Societies and Digital Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Baran, P. (2024). *The Origins of the Internet: From Cold War to Culture War*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2024). *The Power of Networks (Revised Edition)*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Center for Digital Society UGM. (2025). *Religious Hate Speech in Indonesian Social Media: Findings and Reflections*. Yogyakarta: CfDS.
- Dewey, J. (2023). *Democracy and the Digital Public Sphere*. Princeton: Princeton University Press.
- Hidayat, A. (2025). *Digital Discourse and Religious Tolerance in Indonesia*. Jakarta: Kominfo Press.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). *Panduan Moderasi Beragama di Era Digital*. Jakarta: Kemenag RI.
- Kominfo RI. (2025). *Laporan Indeks Literasi Digital Nasional 2025*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lim, M. (2024). *Digital Polarization and Ethical Crisis in Southeast Asia*. Singapore: ISEAS Publishing.
- McQuail, D. (2024). *Media and Society in the Digital Age (9th ed.)*. London: Sage.

- Morozov, E. (2023). *To Save Everything, Click Here (Revisited)*. New York: PublicAffairs.
- Nugroho, Y. (2025). *Digital Citizenship and Democracy in Indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pope Francis. (2024). *Message for the 58th World Communications Day: Listening with the Heart*. Vatican City.
- Rheingold, H. (2024). *Digital Mindfulness and Civic Responsibility*. New York: Routledge.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Setara Institute. (2025). *Faith and Digital Citizenship: Promoting Empathy Online*. Jakarta: Setara Institute.
- Spadaro, A. (2016). *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*. New York: Fordham University Press.
- Toffler, A. (2024). *Future Shock (Digital Edition)*. New York: Penguin Random House.
- UNESCO. (2023). *Media and Information Literacy: A Global Framework for the Digital Age*. Paris: UNESCO Publishing.
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia Report*. London: DataReportal.

## GLOSARIUM

**Algoritma** — Serangkaian instruksi logis yang menentukan cara sistem digital memproses dan menampilkan informasi kepada pengguna.

**Bot (Internet Robot)** — Program otomatis yang meniru perilaku manusia di internet, sering digunakan untuk penyebaran pesan masif atau manipulasi opini publik.

**Cybertheology** — Cabang teologi yang mempelajari hubungan iman dan teknologi digital (Spadaro, 2016).

**Disinformasi** — Informasi salah yang disebarakan dengan sengaja untuk menipu publik atau mengarahkan opini.

**Etika Digital** — Prinsip moral dan tanggung jawab dalam berinteraksi di ruang digital, termasuk kejujuran, empati, dan kesadaran sosial.

**Filter Bubble** — Kondisi ketika algoritma media sosial hanya menampilkan informasi yang sesuai dengan pandangan pengguna, mempersempit perspektif.

**Hoaks** — Berita bohong atau manipulatif yang disebarakan dengan tujuan tertentu.

**Literasi Digital** — Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, menciptakan, dan berpartisipasi dalam lingkungan digital secara etis dan kritis.

**Moderasi Beragama** — Sikap beragama yang menolak ekstremisme dan menjunjung keseimbangan, toleransi, serta keadilan sosial.

**Psyops (Psychological Operations)** — Operasi informasi untuk mempengaruhi persepsi atau perilaku kelompok sasaran, sering digunakan dalam perang informasi digital.

**Ujaran Kebencian** — Ekspresi verbal, visual, atau digital yang menyerang identitas seseorang atau kelompok berdasarkan suku, agama, ras, atau gender.

## **INDEKS TEMATIK**

### **A**

- Algoritma, 23, 45, 127
- Analisis data media sosial, 52–54
- Askese digital, 214

### **B**

- Bot dan otomatisasi, 95–98
- Budaya digital, 31–33, 112

### **C**

- Cybertheology, 162, 176–178

### **D**

- Disinformasi, 84–90, 93
- Digital ethics, 202–206
- Dialog lintas iman, 188–191

### **E**

- Ekosistem media sosial, 49–59
- Empati digital, 189, 205
- Etika komunikasi daring, 116–119

## **H**

- Hoaks keagamaan, 85, 122, 199
- Hate speech (ujaran kebencian), 134–152

## **L**

- Literasi digital, 175–212
- Literasi agama, 183–187

## **M**

- Media sosial, definisi dan karakter, 47–52
- Moderasi beragama, 161–172, 198–200

## **P**

- Polarisasi digital, 87, 144, 188
- Psyops dan manipulasi opini, 97–101

## **R**

- Regulasi UU ITE, 150–153, 207
- Relasi iman dan teknologi, 173–180

## **S**

- Spiritualitas digital, 208–211
- Sosial media activism, 55–56

## **T**

- Teologi digital, 164–170, 175–178
- Tanggung jawab etis, 200–204

## **U**

- Umat beragama di dunia digital, 180–182
- UU ITE dan perlindungan publik, 150–153

## Profil Penulis

---

**Dr. Dharma Leksana, M.Th., M.Si.**

---



Doktor Dharma Leksana adalah seorang **teolog, wartawan senior, dan pegiat media digital gerejawi**. Ia menyelesaikan pendidikan teologi di Fakultas Teologi Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta, tahun 1994 dan melanjutkan studi Magister Ilmu

Sosial (M.Si.) dengan fokus pada media dan masyarakat. Gelar **Magister Theologi (M.Th.)** diperoleh melalui tesis berjudul “*Teologi Digital: Sebagai Upaya Menerjemahkan Misiologi Gereja di Era Society 5.0*”.

Langkah akademiknya mencapai puncak pada jenjang **Doktor Teologi (D.Th.)** di Sekolah Tinggi Teologi Dian Harapan, Jakarta, dengan predikat *Cum Laude*. Disertasinya yang fenomenal berjudul “*Algorithmic Theology: A Conceptual Map of Faith in the Digital Age*” melahirkan gagasan **Teologi Algoritma**—sebuah locus baru dalam upaya kontekstualisasi iman di tengah realitas digital. Melalui penelitian tersebut, ia menegaskan bahwa algoritma dapat dipahami sebagai *locus theologicus* baru, sementara **Logos—Sabda Allah—tetap menjadi pusat iman Kristen**, bahkan di era logika algoritmik yang mendominasi kehidupan digital.

Disertasi tersebut kini telah diterbitkan dalam dua versi:

- “*Teologi Algoritma: Peta Konseptual Iman di Era Digital*” (Bahasa Indonesia)  
👉 [Baca di sini](#)
- “*Algorithmic Theology: A Conceptual Map of Faith in the Digital Age*” (Bahasa Inggris)  
👉 [Baca di sini](#)

Karya akademisnya pada jenjang magister juga sudah dibukukan dalam “*Membangun Kerajaan Allah di Era Digital*” 👉 [akses di sini](#) serta dapat dilihat lengkap 👉 [di sini](#).

Selain karya ilmiah, Dharma Leksana produktif menulis **ratusan buku** dalam bentuk penelitian akademik, buku populer, kumpulan puisi, hingga novel. Karya-karya tersebut dapat diakses melalui **TOKO BUKU PWGI** 👉 [lihat koleksi](#).

## Kiprah Organisasi & Media

Di ranah pelayanan dan media, Dharma Leksana adalah:

- **Pendiri dan Ketua Umum Perkumpulan Wartawan Gereja Indonesia (PWGI)**
- Pendiri berbagai media digital Kristen, antara lain:
  - [wartagereja.co.id](http://wartagereja.co.id)
  - [beritaoikoumene.com](http://beritaoikoumene.com)
  - [teologi.digital](http://teologi.digital)
  - [marturia.digital](http://marturia.digital)

- serta puluhan media lain yang tergabung dalam **PT Dharma Leksana Media Group (DHARMAEL)**, di mana ia menjabat sebagai Komisaris

Selain itu ia juga aktif memimpin sejumlah lembaga dan perusahaan:

- Direktur **PT. Berita Siber Indonesia Raya (BASERIN)**
- Komisaris **PT. Berita Kampus Mediatama**
- Komisaris **PT. Media Kantor Hukum Online**
- Pendiri & CEO **tokogereja.com**
- Ketua Umum **Yayasan Berita Siber Indonesia**
- Direktur **PT. Untuk Indonesia Seharusnya**

## Karya dan Pengaruh

Sebagai pemikir sekaligus pelaku, Dharma Leksana memposisikan dirinya sebagai **jembatan antara teologi, pewartaan digital, dan transformasi sosial**. Ia aktif menulis buku, artikel, serta menjadi narasumber dalam berbagai forum gereja, akademik, dan media.

Karya-karya populer yang banyak dibaca antara lain:

- *Mencari Wajah Allah di Belantara Digital* 📖 [akses](#)
- *Jejak Langkah Misiologi Gereja Perdana* 📖 [akses](#)
- *Agama, AI, dan Pluralisme* 📖 [akses](#)

- *Fenomenologi Edmund Husserl di Era Digital*  [akses](#)
- *Alvin Toffler dan Teologi Digital*  [akses](#)
- *Algoritma Tuhan: Refleksi tentang Sang Programmer Alam Semesta*  [akses](#)
- *Jurnalisme Profetik di Era Digital*  [akses](#)
- *Teologi Digital dalam Perspektif Etika Dietrich Bonhoeffer*  [akses](#)

Dr. Dharma Leksana terus melanjutkan kiprahnya sebagai seorang **teolog digital**, **jurnalis profetik**, dan **pendidik iman**, dengan visi membangun komunikasi Kristen yang kontekstual, transformatif, dan selaras dengan dinamika zaman digital.

## **Sinopsis Buku**

**Judul:** *Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Intoleransi Beragama di Indonesia*

**Penulis:** Dr. Dharma Leksana, M.Th. , M.Si.

Di tengah derasnya arus komunikasi digital, media sosial menjadi arena baru bagi interaksi sosial, politik, dan keagamaan. Namun di balik kemudahan berbagi informasi, muncul fenomena yang lebih gelap: penyebaran ujaran kebencian, polarisasi identitas, dan menguatnya intoleransi berbasis agama. Buku *Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Intoleransi Beragama di Indonesia* menelusuri dinamika itu dengan pendekatan ilmiah populer—menggabungkan data empiris, riset mutakhir, dan refleksi teologis-sosiologis.

Melalui sembilan bab yang saling terhubung, buku ini mengupas:

- bagaimana algoritma dan ekosistem media sosial membentuk persepsi publik dan memperkuat bias keagamaan;
- strategi aktor digital dalam memproduksi disinformasi dan ujaran kebencian;
- dampak psikologis dan sosial dari paparan intoleransi digital, termasuk polarisasi dan kecemasan kolektif;

- peran pemuka agama dan institusi keagamaan dalam membangun kontra-narasi moderasi beragama;
- serta tawaran solusi berupa literasi digital, etika keagamaan, dan spiritualitas digital sebagai jalan menuju kerukunan di dunia maya.

Ditulis dengan gaya analitis namun mudah diikuti, karya ini menjembatani riset akademik dan kesadaran publik. Ia mengajak pembaca memahami bahwa toleransi di ruang digital bukan sekadar wacana moral, melainkan tanggung jawab bersama — antara negara, platform, dan masyarakat beriman.

Buku ini relevan bagi akademisi, pegiat media, pemuka agama, pembuat kebijakan, serta siapa pun yang ingin memahami bagaimana dunia digital membentuk kembali wajah keberagaman Indonesia di abad ke-21.

# PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INTOLERANSI BERAGAMA DI INDONESIA

