

## Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Moderasi Beragama pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar



Oleh: M. Alvishandi D<sup>1</sup>, Arifuddin Tike<sup>2</sup>, Kamaluddin Tajibu<sup>3</sup>.

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email : [alvisesti07@gmail.com](mailto:alvisesti07@gmail.com)<sup>1</sup>, [arifuddin.tike@uin-alauddn.ac.id](mailto:arifuddin.tike@uin-alauddn.ac.id)<sup>2</sup>, [kamaluddin.tajibu@uin-alauddin.ac.id](mailto:kamaluddin.tajibu@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>.

Submission date: Juni 2023

Accepted date: Juli 2023

Published in: Agustus 2023

### Abstract:

*In the context of rapid social and technological changes, this research aims to delve into the impact of the intensity of Instagram social media usage on the patterns of moderate religious behavior among students of the Faculty of Da'wah and Communication at UIN Alauddin Makassar. This study seeks to understand how the existence of social media influences religious dimensions among students.*

*The research methodology adopts a quantitative approach with an explanatory method to provide insights into the relationship between the intensity of Instagram social media usage (measured by frequency and duration of usage) and moderate religious behavior exhibited by students. The research was conducted at the Faculty of Da'wah and Communication at UIN Alauddin Makassar.*

*The findings draw attention to two main aspects: Firstly, the prevalence of Instagram usage is quite high among students of the Faculty of Da'wah and Communication, with an average usage of 15-18 times a week and a duration of about 9-11 hours per week. Secondly, the findings provide an overview of the low level of moderate religious behavior, with only 46.5% of respondents showing behavior reflecting moderate religious attitudes.*

*The analysis of the impact of Instagram social media usage on moderate religious behavior indicates that factors such as national commitment (X1), religious tolerance, anti-violence attitudes, and accommodation of local culture have varied effects. It is observed that religious tolerance has a significant influence, reaching 57%, while other variables have lower impacts.*

*From this research, it can be concluded that awareness of the impact of Instagram social media usage on patterns of moderate religious behavior is important. Despite high social media usage intensity, additional efforts are needed to stimulate moderate religious behavior patterns among students of the Faculty of Da'wah and Communication. These findings are expected to provide valuable insights for policymakers, educators, and academics to formulate strategies that support the development of moderate religious behavior in an evolving digital era.*

*Keywords: Instagram social media usage, Moderate religious behavior, Faculty of Da'wah and Communication.*

### Abstrak:

*Dalam konteks perubahan sosial dan teknologi yang cepat, penelitian ini bertujuan mendalami dampak intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap pola perilaku beragama moderat pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Penelitian ini berusaha*

*memahami bagaimana eksistensi media sosial mempengaruhi dimensi keagamaan di tengah mahasiswa.*

*Metodologi penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi guna membuka ruang pemahaman tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram (diukur melalui frekuensi dan durasi penggunaan) dengan perilaku beragama moderat yang diperlihatkan oleh mahasiswa. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.*

*Hasil temuan menarik perhatian pada dua aspek utama: Pertama, prevalensi penggunaan Instagram yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan rata-rata penggunaan sebanyak 15-18 kali dalam seminggu dan durasi sekitar 9-11 jam per minggu. Kedua, hasil ini memberi gambaran tentang tingkat perilaku beragama moderat yang masih dalam tingkat rendah, dengan hanya 46,5% responden menunjukkan perilaku yang mencerminkan sikap beragama yang moderat.*

*Analisis dampak penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama moderat mengindikasikan bahwa faktor-faktor seperti komitmen kebangsaan (X1), toleransi beragama, sikap anti kekerasan, dan akomodasi budaya lokal memiliki dampak yang beragam. Terlihat bahwa toleransi beragama memiliki pengaruh yang signifikan, mencapai 57%, sementara variabel lainnya memiliki pengaruh yang lebih rendah.*

*Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pentingnya kesadaran terhadap dampak penggunaan media sosial Instagram terhadap pola perilaku beragama moderat. Meskipun intensitas penggunaan media sosial tinggi, upaya tambahan diperlukan untuk merangsang pola perilaku beragama moderat di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Temuan ini diharapkan memberikan pandangan berharga bagi para pengambil kebijakan, pendidik, dan akademisi untuk merumuskan strategi yang mendukung pengembangan perilaku beragama yang moderat di era digital yang terus berkembang.*

*Kata Kunci: Penggunaan media sosial Instagram, Perilaku beragama moderat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.*

## PENDAHULUAN

Kajian awal terkait dengan dampak media massa di mulai oleh Lasswell dan Lazarsfeld. Riset Lazarsfeld akhirnya melahirkan teori yang kini paling banyak dikenal yakni *hypodermic needle Theory* atau yang sering disebut “teori peluru”. Teori ini menjelaskan tentang kekuatan efek media massa terhadap perubahan sikap dan perilaku audiens. Dalam suatu metafora mereka melukiskan pengaruh media terhadap audiens ibarat dokter menyuntik serum kepada pasien yang hanya menyerahkan nasibnya pada suntikan dokter.

Pada tahun 1948, Lazarsfeld dan kawan-kawan, memperbaharui perspektif teori peluru dan mengubah pandangan mereka. Beliau mengatakan bahwa pengaruh media

massa ternyata tidak berdampak langsung terhadap audiens namun terlebih dahulu mempengaruhi para pembuka pendapat, setelah itu para pemuka pendapat mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku audiens lewat interaksi. Tatap muka. Temuan ini melahirkan “teori baru” yang dikenal dengan sebagai “*the two-step flow hypothesis*”.

Uraian ini menunjukkan bahwa semua penelitian komunikasi berfokus pada dua perspektif teori, yakni teori peluru dan teori dua tahap komunikasi. Bahkan McQuail<sup>1</sup> mengungkapkan bahwa seluruh studi tentang komunikasi massa didasarkan pada premis bahwa media mempunyai dampak. Walaupun kadar efek atau pengaruh belum

<sup>1</sup> Dennis McQuail, *Mass Communication*. Erlangga Surabaya, 2000, h. 221

mendapatkan kesepakatan. Ketidakesepakatan ini merupakan hal yang lebih mengherankan karena pengalaman hari-hari menunjukkan contoh dampak kecil yang tidak terhitung banyaknya. Kita menyesuaikan pakaian yang kita kenakan berdasarkan pengaruh perkiraan cuaca, membeli sesuatu karena pengaruh iklan, menonton film yang dimuat dalam surat kabar, bereaksi dalam berbagai cara terhadap televisi dan radio atau musik.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), yang merambah pada semua aspek kehidupan. Juga berdampak pada perkembangan media massa. Teknologi komunikasi memunculkan media baru (*new media*). Pengaruhnya dapat diketahui dengan lahirnya konsep “media analog” dan “media digital”. Telekomunikasi analog meliputi media telepon tradisional, telepon selular, radio dan televisi; dan Telekomunikasi digital meliputi media yang berbasis pada komputer/*computer mediated communication* yang secara serentak menyatukan berbagai media seperti mesin ketik, mesin alat-alat hitung hingga internet, e-mail, news mail, surat kabar dan majalah elektronik.

Kehadiran media modern tersebut selain sebagai “pesan” (*medium is message-Marshall McLuhan*) juga mendorong kemasan “isi” komunikasi berdampak tertentu bagi masyarakat. Di sini peranan media dianggap makin penting karena dapat mengubah struktur komunikasi “tradisional” manusia yang selama ini digunakan. Intinya media komunikasi modern membuat semua penduduk dunia dapat dijangkau dengan mudah. Kehadirannya membuat revolusi baru di bidang komunikasi yang bergerak dari pengiriman dan pertukaran yang sebelumnya yang mengandalkan *one-to-many communication* ke *many to-mani communication* melalui *e-mail, internet forum*.<sup>2</sup>

Selain perubahan struktur dari *one-to-many communication*, maka perubahan juga terjadi pada efek media dari pengaruh media yang sebelumnya membentuk *self-image* dan

*who others ke ciptaan “epos” baru* dengan dukungan media computer yang memungkinkan terbentuknya *smart mobbing* bagi organisasi. Organisasi berubah dari birokrasi ke *adhtraci* atau *adhoc organization* yang memanfaatkan mobil *sevice*s. Organsasi yang menggunakan *mobile device* mampu mengendalikan seluruh kegiatan organisasi karena terbentuk *social net working dan many to many communication*<sup>3</sup>.

Pemanfaatan media massa terutama media sosial akan sangat membantu audiens dalam memenuhi kebutuhannya terutama dalam kaitan dengan informasi. Teknologi-teknologi media sosial berupa web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. Aktivitas melalui media sosial dapat dilakukan melalui *Blog, tweet, instagram, facebook*, atau video di *youtube* yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Media sosial memiliki fungsi: media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapaun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut : 1) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi; 2) Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri; 3) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web; 4) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.<sup>4</sup>

Salah satu jenis media social adalah Instagram. Media sosial yang satu ini memang sudah tidak bisa lagi diragukan akan ke populeranya di dunia pada saat ini. Aplikasi yang didirikan oleh Kevin Sytrom dan Mike Krienger dua belas tahun yang tahun, tepatnya pada bulan Oktober 2022.

<sup>2</sup> Teknologi Komunikasi

<sup>3</sup> Antoni Giddeng, Gelombang ketiga

<sup>4</sup> Amran, Fungsi Media sosial

Pada dasarnya aplikasi ini di khususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi.

Pengguna Instagram terus meningkat dari tahun ke tahun. Data menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram didunia pada tahun 2022 mencapai 2 miliar. Di Indonesia pengguna istagram juga mengalami peningkatan , di mana data menunjukkan bahwa jumlah pengguna tahun 2018 sebanyak 57,9 Juta menjadi 97,38 di tahun 2022.<sup>5</sup> Tingginya pengguna Instagram ini karena pada aplikasi ini menyiapkan beberapa fitur yang menarik, yaitu: *Instagram Highligh, Instagram story, Instagram life, Instagram reels, instgram shopping dan Instagram note*. Fitur-fitur itu selain menarik juga memberikan kenyamanan tersendiri bagi penggunanya. Jumlah ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengguna Instgram ke 4 di dunia.

Jumlah pengguna istgram yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, tentunya berakibat, atau berdampak pada segenap sendi kehidupan manusia. Efek itu dapat bersifat positif maupun negatif. Pemanfaatan Instagram mempengaruhi Kesehatan mental para remaja<sup>6</sup>. Media sosial Instagram merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, instagram, twitter, dab youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih

cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran<sup>7</sup>

Media sosial khususnya Instagram memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain: Kesederhanaan, Membangun Hubungan, jangkauan Global, Terukur<sup>8</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial terutama Instagram membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Selain efek positif yang diakibatkan dari pemanfaatan media sosial Instagram, juga memberi efek negatif. Melalui media Instagram, memungkinkan terjadinya kekerasan antar sesama pengguna sosial. Marta<sup>9</sup> menyebutkan kekerasan yang mungkin di akibatkan akibat media sosial instgram Kekerasan psikologi, dibatasi pengertiannya karena sensitivisme emosi seseorang sangat bervariasi. Identifikasi akibat yang timbul pada kekerasan psikis sulit diukur. Sekalipun tindak kekerasan psikologi itu jauh lebih menyakitkan, karena dapat merusak kehormatan seseorang,

---

5

<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>

<sup>6</sup> Ricadono Priyanti Lim, Daru Purnomo, Dewi Kartika Sari. Pengaruh Pengguna Instagram terhadap Kesehatan Mental Instagramxiety pada Remaja di Kota Salatiga  
<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13757>

<sup>7</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>

<sup>8</sup> Anang Sugeng Cahyono Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.  
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

<sup>9</sup> Harum Natasha, *Kekerasan di Media Sosial Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Dalam Perspektif Gender*.  
[https://www.google.com/search?q=kekerasan+akibat+media+sosial+di+indonesia&rlz=1C5GCEM\\_enID1027ID1027&oq=kekerasan+akibat+media+sosial&aqs=chrome.2.69i57j33i160l3.19069j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=kekerasan+akibat+media+sosial+di+indonesia&rlz=1C5GCEM_enID1027ID1027&oq=kekerasan+akibat+media+sosial&aqs=chrome.2.69i57j33i160l3.19069j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

melukai harga diri seseorang, merusak keseimbangan jiwa.

Menurut Willard dalam Sartana dan Rozi Sastra (<https://mediadanperempuan.wordpress.com>) ada jenis-jenis kekerasan yang mungkin saja terjadi pada seseorang yang berhubungan di media sosial di dunia maya, yaitu flaming, menyampaikan kata kata pesan penuh kebencian dan amarah; harassment, melecehkan dengan mengirim pesan yang tidak pantas; denigration melakukan pencemaran nama baik; impersonation, melakukan pelecehan terhadap seseorang dengan menggunakan identitas palsu; outing, penyebaran informasi yang tidak dikehendaki; trickery, melakukan tipu daya untuk keuntungan pribadi; exclusion, mengeluarkan individu dari interaksi sosial; dan cyberstalking, menguntit dan mengawasi korban.

Kasus *flaming* ada banyak terjadi di media sosial, baik di Facebook, ataupun Instagram. Terkadang sebagian orang tidak menyadari jika status yang dia posting akan dibaca oleh jutaan pengguna media sosial. Sehingga ketika merasa kecewa dan marah akan sesuatu hal, dengan ringannya mereka menuangkan ke dalam bentuk status tulisan. Mencerca ataupun mengecam orang-orang terdekat ataupun teman sendiri dengan kata-kata yang disebut sebagai kekerasan verbal. Harassment dapat saja terjadi ketika ada teman media sosial mengirimkan pesan melalui media chatting dengan isi yang tidak pantas atau melecehkan.

Uraian di atas memberikan gambaran bahwa media sosial khususnya Instagram memberikan ekse negatif terhadap perilaku penggunanya. Tindakan negatif yang terjadi pada umumnya mengarah pada munculnya tindakan yang mengarah kepada kekerasan antara pengguna media sosial. Akan tetapi dengan munculnya #moderasiberagama hashtag Instagram memberikan pemahaman bahwa pengguna Instagram membangun moderasi beragama melalui media sosial. Para pengguna Instagram mencoba melakukan kampanye dan membangun

perilaku moderasi secara lebih arif dan bijaksana.

Pemanfaatan media Instagram untuk menyebarluaskan moderasi beragama dipelopori oleh para mahasiswa. Para pengguna Instagram menyadari bahwa belajar agama tidak hanya terbatas pada tokoh agama yang memiliki keilmuan secara langsung, tetapi belajar persoalan agama dapat dilakukan melalui internet dan media sosial<sup>10</sup>. Melalui media sosial ini narasi keagamaan yang berkembang bisa saling bertentangan satu sama lainnya seperti narasi tentang moderasi beragama. Di era digital, masyarakat dapat mengakses internet secara mandiri dengan membuka website dan media sosial, memungkinkan banyak konten agama yang disajikan dengan berbagai macam perspektif, bahkan dari orang yang tidak memiliki otoritas dalam menafsirkan agama.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan tujuan untuk menginvestigasi hubungan antara penggunaan Instagram dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini terdiri dari 4.537 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive simple random sampling, di mana sebanyak 358 mahasiswa dipilih sebagai sampel penelitian.

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas untuk memastikan akurasi dan keandalan hasil. Selain kuesioner, data juga dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan berbagai teknik statistik, termasuk analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang variabel yang diteliti, uji asumsi klasik untuk memeriksa kecocokan data dengan model yang digunakan, regresi linier berganda untuk mengevaluasi

<sup>10</sup> Hasan Albaana, *Kontestasi Narasi Moderasi Beragama di Instagram*. AL Izzah, *Jurnal Hasil-Hasil Penelitian* Volume 17, No. 1, Mei 2022

hubungan antara variabel independen dan dependen, serta uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi untuk menguji signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut.

## PEMBAHASAN

### 1. Penggunaan Instagram di kalangan Mahasiswa

Instagram sebagai salah satu media sosial menjadi *platform* interaktif bagi individu, komunitas, dan organisasi untuk berbagi, mendiskusikan konten, dan mempromosikan informasi baru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada umumnya dan Instagram pada khususnya berdampak pada cakupan beberapa aspek kehidupan terutama dengan sikap moderasi beragama. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat mempengaruhi tingkat moderasi beragama mahasiswa.

Pada sisi yang lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media Instagram di kalangan mahasiswa beradada pada kategori tinggi. Hal ini memberikan pemahaman bahwa mahasiswa telah menggunakan aplikasi instagan dalam mengirim. dan menerima pesan, kepada sesama pengguna Instagram. Hal tu terlihat bahwa mahasiswa menggunakan instagram dalam seminggunya mencapai 15 kali dalam seminggu dengan durasi penggunaan mencapai 30 kali dalam sehari. Pada umumnya para responden menggunakan aplikasi Instagram untuk mengirim. dan menerima pesan baik dalam bentuk gambar maupun video dan tulisan atau status.

Pada sisi lain instagram digunakan juga mengungkapka alasan mengapa mereka menggunakan instagram untuk keperluan belajar tentang masalah yang terkait dengan bidang sosial dan keagamaan, dan bahkan seluruh responden pernah menggunakan Instagram untuk mengirimkan dan mendapatkan informasi yang terkait dengan bidang agama. Atas kenyataan ini penulis berpendapat bahwa media sosial Instagram telah digunakan secara sempurna oleh para responden. Penggunaan Instagram telah banyak dipahami melalui penelitian-penelitian maupun survei media sosial,

seperti Instagram, Facebook, dan Twitter yang sedang.

Hasil penelitian ini mendukung dan sesuai dengan Nuruddin Teori *Uses and gratification* mengartikan tentang bagaimana pengguna memiliki pilihan alternatif dalam memenuhi kepuasan batinnya, setiap individu berhak menilai, dan memanfaatkan media, yang dimaksudkan untuk tujuan apa penggunaan media tersebut. Kaitannya sebagai pengguna memiliki pilihan untuk memutuskan dan menerima akibat atau dampak pada dirinya.

Studi mengenai *uses and gratifications* memusatkan perhatian pada media dalam penggunaannya (*uses*) dimana akan berpengaruh pada kepuasan (*gratifications*) seseorang, hal itulah memunculkan istilah *uses and gratifications*. *Uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak karena dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dan mempunyai tujuan.

Pada aspek lain kita dapat memahami bahwa Teori *uses and gratification* mengartikan tentang bagaimana pengguna memiliki pilihan alternatif dalam memenuhi kepuasan batinnya, setiap individu berhak menilai, dan memanfaatkan media yang dimaksudkan untuk tujuan apa pengguna media tersebut.

Sehubungan dengan itu, penulis berpendapat bahwa hasil penelitian ini sangat mendukung eksistensi diri para pengguna dan sangat mendukung hasil penelitian yang menemukan 6 ciri individu yang memiliki eksistensidiri, adapun hal ini dibahas sebagai berikut: Pertama teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media untuk mengisi waktu luang (*passing time*). Seseorang pada awalnya menggunakan Instagram untuk mengisi waktu luangnya untuk sekedar berbagi aktivitas dan melihat aktivitas pengguna Instagram lainnya. Namun seiring berjalannya waktu adanya kesadaran diri yang muncul dengan menggunakan media ini

sebagai ladang mencari penghasilan yaitu menjadi konten kreator. Dukungan dan semangat dari orang terdekat maupun *followers* membuat mereka semakin percaya diri dalam menghasilkan konten-konten di akun Instagramnya. Banyaknya konten yang dihasilkan akhirnya memunculkan kesadaran akan perannya sebagai konten kreator, dengan memberikan tanggapan terkait isu-isu yang sedang hangat dibicarakan. Berawal dari mengisi waktu luang dalam berkonten, saat ini mahasiswa yang bersangkutan konsisten dalam membuat konten karena sudah menjadi tanggung jawab dan juga telah menjadi sumber penghasilan utamanya.

Kedua teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan partner atau teman baru (*companionship*). Mahasiswa menyadari dengan bersosial media, akan menghubungkan dirinya secara virtual kepada sesama pengguna media sosial lainnya dan membentuk sebuah ikatan secara virtual. Dengan bersosial media mahasiswa kini mempunyai banyak teman baru maupun relasi baru. Adanya daya tarik yang menyebabkan banyak *brand* maupun instansi yang mengajak mahasiswa untuk *collab* maupun bekerja sama.

Ketiga teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan (*enjoyment*). Kesadaran diri untuk memulai berkonten di Instagram menjadikan seseorang dikenali banyak orang. Percaya diri yang dimiliki membuat ia aktif membuat konten, karena ia menyukai berkomedi yang disalurkan dalam bentuk video. Konsistensinya yang tinggi dalam mengunggah konten membuat ia mendapat banyak tawaran kerja sama. Ini merupakan sesuatu yang menyenangkan karena seseorang dapat berkonten sekaligus bekerja dalam satu waktu.

Keempat teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media sosial untuk menciptakan hubungan dengan orang lain (*social interaction*). Seseorang memiliki kesadaran diri untuk menjalin komunikasi dengan orang lain. Ia menggunakan konten-kontennya untuk

menarik banyak perhatian pengguna Instagram lainnya. Perannya sebagai konten kreator juga membuat *followers* ingin mengetahui pendapatnya mengenai sebuah isu yang ramai diperbincangkan. Keunikan dirinya juga menjadi nilai lebih karena memiliki daya tarik yang berbeda dari konten kreator lainnya. Konsistensinya dalam berkonten membuat ia meraih banyak *followers* karena konten yang ia sajikan mendapat banyak respon positif.

Kelima teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media sosial untuk merealisasikan diri dan membuat perasaan menjadi nyaman (*relaxation*). Dengan berkomedi, dan mendapatkan respon positif dari setiap unggahan kontennya membuat seseorang menyadari potensinya. Adanya rasa percaya diri membuat seseorang terus belajar untuk mengembangkan bakatnya. Berkomedi merupakan sesuatu yang disenangi oleh dirinya hingga ia nyaman menuangkannya dalam bentuk video yang diunggah di akun Instagramnya. Karena itu ia terus belajar mengasah bakatnya dan terus mencari ide-ide kreatif lainnya. Ini yang membuat seseorang konsisten dalam pembuatan kontennya.

Terakhir teori *uses and gratification* melihat bahwa individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan (*excitement*). Pada mulanya seseorang yang senang berkomedi dan ia menuangkannya dalam bentuk konten yang unggah di akun Instagramnya. Seseorang terus menggali potensinya karena ia ingin berkembang menjadi konten kreator yang dikenal. Ia terus belajar untuk dapat menghasilkan konten yang bermanfaat bagi dirinya dan orang disekitarnya. Seiring berjalannya waktu, sesuatu yang menyenangkan itu dapat dijadikan sebagai ladang penghasilan. Kesadaran akan keunikan diri dan daya tarik yang dimiliki mampu menarik banyak respon pengguna Instagram lainnya untuk berkunjung dan mulai mengikuti Instagram seseorang. Konsistensi yang dimiliki kini berbuah hasil, ia akhirnya dikenal banyak orang dan juga menjadi tamu di setiap seminar maupun

event yang diselenggarakan brand maupun instansi.

Demikian pula dari hasil penelitian ini penulis berpendapat bahwa dengan menggunakan Instagram, eksistensi diri dipahami sebagai suatu keadaan di mana seseorang telah mampu menemukan dan mengenali makna dari sebuah kehidupan, dimana hal itu mencakup nilai-nilai batiniah pada kehidupan. Makna adalah pemenuhan atau eksistensi diri dari nilai-nilai Batiniah dalam kehidupan. Seseorang akan menggunakan media sosial pada umumnya dan Instagram pada khususnya.

Olehnya itu penulis mendukung pendapat Smith yang mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram meningkatkan eksistensi diri dengan ciri-ciri sebagai berikut: sebagai berikut:

1. Kesadaran diri, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri.
2. Percaya diri, yaitu kemampuan seseorang untuk berpikir positif tentang suatu peristiwa.
3. Harga diri, yang merupakan fokus individu pada orang yang dilayani atau kemampuan individu untuk bekerja.
4. Kesadaran akan peran, yaitu kesadaran akan pentingnya peran yang ada dalam dirinya untuk dipersepsikan dengan segera.
5. Kesadaran akan kekuatan misi pribadi, yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam melakukannya.
6. Daya tarik pribadi, sesuatu yang menarik individu sehingga dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.
7. Kesadaran akan keunikan diri, yaitu tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain atau mengkhawatirkan apa yang tidak dimiliki.
8. Konsistensi terhadap kehidupan, yang berarti tidak terpengaruh oleh

setiap ide baru atau peluang atau perubahan kejadian.

9. Ketenangan dan kedamaian, termasuk tetap tenang mesti menghadapi banyak masalah yang dihadapi.

## 2. Moderasi Beragama Mahasiswa

Seperti pemahaman kita sebelumnya bahwa moderasi beragama adalah cara pandang, sikap, dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengejawantahkan esensi ajaran agama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan berlandaskan prinsip adil, berimbang, dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan bernegara.”. Bahkan Moderasi beragama dalam konteks ini berbeda pengertiannya dengan moderasi agama. Agama tentu tidak dapat dimoderasikan karena sudah menjadi ketetapan dari Tuhan, tetapi kita memoderasikan cara pandang, sikap, dan praktik beragama yang kita peluk sesuai dengan kondisi dan situasi sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran agama.

Tidak sedikit yang beranggapan bahwa moderasi beragama akan mendangkalkan pemahaman keagamaan. Padahal, moderasi beragama justru mengimplementasikan nilai-nilai keagamaan yang sesungguhnya. Orang dengan pemahaman agama yang baik akan bersikap ramah kepada orang lain, terlebih dalam menghadapi perbedaan. Singkatnya, Moderasi beragama bukan mencampuradukkan ajaran agama, melainkan menghargai keberagaman agama di Indonesia.

Oleh karena empat indikator moderasi beragama, yaitu toleransi, anti kekerasan, penerimaan terhadap tradisi, dan komitmen kebangsaan. “Apabila empat indikator tersebut terpenuhi, kemaslahatan kehidupan beragama dan berbangsa yang harmonis, damai, dan toleran menuju Indonesia maju bukan lagi menjadi hal yang mustahil.

Patut dipahami banyak tantangan yang dihadapi dalam mewujudkan moderasi beragama itu. Dijelaskannya, terdapat banyak tantangan besar yang harus kita



hadapi demi mewujudkan bangsa yang menjunjung moderasi beragama, beberapa di antaranya adalah berkembangnya ekstremisme dalam beragama, berkembangnya tafsir keagamaan yang bersifat subjektif dan diskriminatif, dan berkembangnya paham keagamaan yang tidak sejalan dengan paham berbangsa dan bernegara.

Tidak dapat dipungkiri bahwa di dalam masyarakat terdapat kelompok yang intoleran dalam beragama memiliki jumlah yang sedikit, tetapi lantang melakukan aksi, terutama saat berbicara dan bertindak. Sementara itu, kelompok yang menjunjung tinggi toleransi dalam beragama cenderung diam dalam menyikapi hal ini.

Temuan penelitian ini hasil survey yang mengisyaratkan nilai empati yang tidak stabil di hampir semua kalangan, baik di Mahasiswa, Dosen dan Tenaga Kependidikan pada ketiga Perguruan Tinggi Negeri sasaran penelitian mengindikasikan kerentanan pada Indikator Toleransi. Hal ini bukan berita baik bagi PTKIN yang selama ini mengklaim diri sebagai bagian dari program moderasi beragama. Ekstremisme beragama bisa muncul dari persepsi ketidakadilan dan keterancaman yang dialami seseorang atau sekelompok orang.

Dengan tingkat kerentanan yang tinggi, empati bisa berubah menjadi antipati, mendorong lahirnya kekerasan terancam yang jika dikelola secara ideologis dengan memunculkan kebencian terhadap kelompok yang dianggap sebagai pembuat ketidakadilan dan pihak-pihak yang mengancam identitasnya. Beberapa saran yang muncul dari peserta FGD untuk mengoperasionalkan moderasi beragama ke dalam sistem kurikulum, misalnya dengan mengintegrasikannya ke dalam satu proses pembelajaran MKDU dengan menggunakan metodologi pembelajaran tertentu yang mendorong keterbukaan dan mampu meningkatkan empati, dapat menjadi pertimbangan dalam menghadapi kerentanan ini.

Selain itu, PTKIN juga diharapkan dapat memperbanyak kegiatan yang melibatkan interaksi dengan orang dari latar belakang

yang berbeda. Dari segi organisasi, diharapkan adanya operasionalisasi visi-misi yang terintegrasi terkait dengan moderasi beragama yang dikawal dengan monitoring dan evaluasi kegiatan mainstreaming yang dilakukan. Adanya kebutuhan untuk regulasi rumah moderasi beragama untuk menjadi ortaker juga diajukan dalam FGD. Selain itu PTKIN juga harus ikut terlibat dalam sosialisasi moderasi beragama di masyarakat.

Tiga perguruan tinggi secara kapasitas memiliki SDM yang cukup untuk dapat menuangkan nilai-nilai moderasi beragama ke dalam satu konsep kurikulum terpadu.

Moderasi beragama sejatinya adalah menciptakan insan-insan yang memahami agama secara baik, mendalam, dan mengekspresikannya dengan cara yang baik. Selain itu, sangat penting juga bagi pihak kampus untuk mengintegrasikan moderasi beragama dengan pendidikan karakter di lingkungan kampus.

Melalui pendidikan, maka terlahirlah orang-orang yang memiliki ilmu atau berilmu. Sekaligus mereka yang berbudi, memahami tentang bagaimana mengekspresikan keilmuannya dalam kehidupan bermasyarakat, berhati-hati, selalu menekankan aspek keadilan dan keseimbangan, dan ekspresi di dalam kehidupannya adalah mereka yang mencintai ruang-ruang kerukunan dan kedamaian dalam sikap yang toleran," pungkas Prof. Ali.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi terkategori tinggi. Hal itu terlihat dari dua indikator yaitu frekuensi penggunaan (X1) dan Durasi penggunaan Instagram (X2) yang tergolong tinggi dengan persentase frekuensi sebanyak 63,9 % atau rata-rata sebanyak 15-18 kali dalam seminggu dan durasi dengan presentase 48,6% dengan kategori sedang atau sebanyak 9-11 jam dalam seminggu.

2. Sikap moderasi beragama mahasiswa pada fakultas dakwa dan komunikasi masih rendah dengan presentase 46,5%
3. Pengaruh variabel X dan Y menunjukkan presentase rendah sebanyak 29,4% dan X<sub>1</sub> komitmen kebangsaan dengan persentase 22%, tolerasi beragama dengan presentase 57%, sikap anti kekerasan dengan presentase 15% dan akomodasi terhadap budaya lokal dengan presentase 12,7%.

#### DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, Jakarta: PT Kharisama Putra Utama, 2016.
- Bakar, Abu Zakaria, "Definisi dakwah," dalam Moh. Ali Aziz, eds., Ilmu Dakwah, Cet. VI; Jakarta: Kencana, 2017.
- J, Lexy Maleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Rosdakarya, 2001
- Jasad, Usman, Sosiologi Dakwah Perspektif Sosiologi terhadap Dinamika Dakwah, Makassar, Nas Media Pustaka: 2022.
- Laila, Nurul Hidayat, "Strategi Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Pembinaan Keluarga Sakinah". Indonesia Jurnal of Islamic communication 3, no. 1 Juli 2020.
- Misbach, Irwan Pengantar Statistik Sosial, Cet. 1; Makassar: Alauddin University Press, 2014.
- Pasaribu, Simanjuntak Membina dan Mengembangkan Generasi Muda, Bandung: Tarsito, 2010.