

## Islam Moderat dan Islam Konservatif di Youtube

**Romario**

*Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Hamzah Fansuri, Subulussalam, Aceh, Indonesia*

E-mail: [roma02711@gmail.com](mailto:roma02711@gmail.com)

**Abstract.** *Generation Z can be categorized as digital natives, they have mastery in the use of technology. Generation Z accesses religious knowledge not only through religious institutions, but also on social media. Research by the Center for the Study of Islam and Society shows that generation Z consumes a lot of religious knowledge through social media, this phenomenon gives rise to a conservative religious model (Merit Indonesia 2021). The occurrence of religious conservatives cannot be separated from the content available and the popularity of Islamic sites or conservative Islamic accounts, both on Instagram and YouTube. The moderate religious organizations NU and Muhammadiyah are not very prominent in the online space, on YouTube Rodja TV, Yufid TV, Salafi-affiliated Ammar TV get more subscribers than TVMU affiliated with Muhammadiyah as well as Aswaja Tube, NU Channel and NUTV which are affiliated with NU.*

**Keywords:** *Youtube, Moderate Islam, Conservative Islam*

**Abstrak.** *Generasi Z dapat dikategorikan sebagai digital native, mereka memiliki penguasaan dalam perihal pemanfaatan teknologi. Generasi Z mengakses pengetahuan agama tidak hanya melalui institusi keagamaan, namun juga di media sosial. Dalam penelitian Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat menunjukkan konsumsi pengetahuan agama generasi Z banyak melalui media sosial, gejala ini menimbulkan model keberagaman yang konservatif (Merit Indonesia 2021). Terjadinya konservatif agama tidak lepas dari konten yang tersedia, dan popularitas dari situs keislaman atau akun keislaman yang konservatif, baik di instagram maupun di Youtube. Organisasi keagamaan NU dan Muhammadiyah yang moderat tidak begitu menonjol dalam ruang online, di Youtube Rodja TV, Yufid TV, Ammar TV yang berafiliasi Salafi mendapatkan subscriber lebih banyak dibanding tvMU yang berafiliasi Muhammadiyah serta Aswaja Tube, NU Channel, dan NUTV yang berafiliasi dengan NU.*

**Kata Kunci:** *Youtube, Islam Moderat, Islam Konservatif*

### Pendahuluan

Pemahaman agama yang konservatif melahirkan cara pandang yang rigid dan kaku. Bahwa tafsiran Islam sangat beragam, sehingga melahirkan berbagai golongan

dan pendapat dari ulama seringkali luput dari paham konservatif. Pengaruh ini tidak lepas dari pola media sosial, ada dua pandangan keserjanaan soal media sosial dan agama, pertama pandangan positif bahwa media sosial membuka pemahaman atas perbedaan yang ada, kedua yang memberikan pernyataan bahwa media sosial menjadikan penguat cara pandang seseorang dan menyeleksi cara pandang yang tak selaras. Media sosial punya andil peran dalam *unfollow* dan *unfriend* terhadap informasi yang berlawanan dan berbeda, sehingga hanya memilih berteman yang memiliki cara pandang yang sama. Pandangan ini pada akhirnya membuat paham liberal semakin liberal, paham radikal semakin radikal, dan paham konservatif semakin konservatif.

Terbukanya kebebasan berpendapat dan berekspresi setelah orde baru, memberikan ruang terhadap model keberagaman dari berbagai latar belakang, termasuk seperti Salafi-Wahabi dari Arab Saudi. Doktrin Salafi-Wahabi tidak jarang berbenturan dengan ormas Islam terbesar di Indonesia, baik NU dan Muhammadiyah. Pernyataan Salafi-Wahabi yang menganggap sesat ajaran Islam tradisional seperti ziarah kubur, tahlilan, peringatan maulid membuat NU merespon pernyataan tersebut, dari debat teologi sampai aksi penjegalan terhadap Ustaz yang berasal dari Salafi - Wahabi terjadi. Walaupun mendapat penentangan terhadap Salafi-Wahabi, mereka tetap aktif di Youtube dalam menyebarkan doktrin keagamaannya, dan beberapa ustadz Salafi menjadi populer di kalangan generasi Z.

Dalam literatur keislaman, konsumsi anak muda terhadap buku-buku keagamaan adalah buku yang tergolong kategori Islam transnasional, seperti Jihadi, Salafi, Tarbawi, dan Tahriri. Literatur Salafi berisikan tentang tauhid, doktrin salaf - al salih, dan amal nabawi. Ideologi Salafi ini terdapat dalam *Kitab al-Tauhid* karya Muhammad bin Abdul Wahab dan *Fathl al-Majid* karya Abdurrahman bin Hasan Alu al-Syaikh serta majalah *as-Sunnah*, *al-Furqon*, *asy-Syariah*, *Qanita*, *Fawaid*, *adz-Dzakirah*, *al-Islamiyah*, *an-Nashihah*, *Qudwah*, *Tashfiyah*, *Akhwat*, dan *Sakinah*. Salafi juga bisa merujuk kepada kitab Hadis *al-Arbain al-Nawawiyyah*, *Riyadh al-Shalihin*, dan *Bulugh al Maram* namun dalam perspektif tokoh Salafi Muhammadi bin

Salih al-Utsaimin, Nasirudin al-Abani, dan Yazid bin Abdul Qadir Jawas. (Ikhwan 2018). Rujukan literatur Salafi menjadi keberlanjutan Salafi di ruang internet, hingga membuat gerakan Salafi berkembang di Indonesia karena internet yang lebih muda dan efektif untuk diakses (Setia and Iqbal 2021). Menurut Din Wahid posisi Salafi - Wahabi di ruang publik berhadapan dengan otoritas keagamaan NU dan Muhammadiyah (Wahid 2012). Akan tetapi NU dan Muhammadiyah terlambat dalam beradaptasi dengan teknologi (Hosen 2012), sehingga rujukan pengetahuan agama di internet lebih banyak ditujukan kepada situs Salafi-Wahabi.

Generasi Z sebagai *digital native*, mengakses pengetahuan agama dari internet, dan Salafi-Wahabi menyediakan konten-konten keagamaan yang pada akhirnya diakses oleh generasi Z. Generasi Z yang berasal dari sekolah umum atau kurang mendalam pengetahuan Islam, lebih banyak tergabung dalam Salafi-Wahabi. Toto Suharto yang meneliti mahasiswa di perguruan tinggi memperlihatkan bahwa alumni pesantren memiliki pemahaman Islam yang moderat sedangkan alumni SMA umum memiliki pemahaman yang radikal. Pemahaman Radikal oleh SMA umum disebabkan doktrin dari Rohani Islam (Rohis) yang berisi ajaran Islam yang tekstual (Suharto 2019). Doktrin agama yang kaku dari Rohis, diperkuat oleh akses pengetahuan generasi Z dari SMA umum terhadap doktrin Salafi yang ada di internet serta kajian Salafi di Masjid, mereka juga mengundang ustaz Salafi untuk mengisi kajian di Rohis (Romario 2022).

Dari pemaparan di atas penelitian ini mengulas bagaimana ketersediaan pengetahuan agama di Youtube yang pada akhirnya diakses generasi Z. Mengamati channel Youtube Salafi-Wahabi, NU, dan Muhammadiyah. Lalu mengulas konsumsi pengetahuan agama yang diakses generasi Z. dan memberikan solusi kepada sekolah umum untuk mempromosikan akun keislaman yang moderat.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptik, dengan mengamati konten Youtube Salafi, NU dan Muhammadiyah, apa saja konten-

konten yang disajikan dan bagaimana konten tersebut ditampilkan. Hasil pengamatan kemudian diolah dengan menganalisis data-data yang ada dengan rujuk riset terkait mengenai islam konservatif dan islam moderat.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Populernya Situs Salafi: Rodja TV, Ammar TV, dan Yufid TV**

Ustaz Salafi Yazir bin Abdul Qadir Jawas, mengartikan bahwa Salafisme adalah Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah yang berdasarkan manhaj salaf, dan dikatakan bahwa hanya Salafi Islam sejati yang termasuk kelompok yang diselamatkan (Sunarwoto 2021). Salafi - Wahabi mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1980-an yang ditandai munculnya Muslim yang berpenampilan jubah panjang, jenggot panjang, memakai sorban, dan *isbal* (pantolan yang panjang hanya sampai mata kaki serta bagi perempuan yang memakai *niqab*). Salafi-Wahabi menolak bentuk-bentuk keislaman tradisional, yang dianggap sudah melenceng dari ajaran Islam. Salafi-Wahabi menginginkan kembali pada ajaran nya yang "Islam murni" dengan slogan *kembali ke Al-Quran dan Sunnah* (Hasan 2008). Konsistensi terhadap "Islam murni" yang tegas menolak penafsiran Islam yang menyimpang seperti Sufi yang akhirnya banyak membuat Salafi-Wahabi jadi menarik dan memiliki banyak pengikut, selain itu mereka percaya bahwa warisan Nabi itu bersifat normatif dan universal di sepanjang masa dan waktu maka harus diikuti secara ketat. Salafi-Wahabi tidaklah anti modernitas, mereka justru menjadikan modernitas sebagai alat menyebarkan paham Salafi-Wahabi seperti penggunaan internet (Iqbal 2010).

Semenjak runtuhnya Orde Baru, memberi kesempatan bagi media untuk menyebarkan informasi dibanding masa Orde Baru media dikontrol oleh pemerintah. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh gerakan Islamisme termasuk Salafi - Wahabi, dengan gelontoran dana dari Arab Saudi, Salafi-Wahabi menyebarkan dakwahnya dengan menggunakan media radio, channel TV, hingga internet. Kesempatan ini digunakan Salafi-Wahabi menyebarkan dakwahnya hingga sampai di seluruh

Indonesia. Dalam tulisan akan kita lihat bagaimana chanel Salafi – Wahabi yakni Rodja TV, Ammar TV, dan Yufid TV mendapatkan pengikut yang signifikan di Youtube.

Rodja TV awal mulanya adalah mengudara di saluran Radio FM tahun 2005 kemudian mulai mengudara di televisi pada tahun 2009 yang selanjutnya menggunakan saluran Youtube sebagai tempat berdakwah. Rodja TV mendapat suntikan dana dari Yayasan Ihya al-Turath al-Islami di Kuwait. Penceramah Rodja TV kebanyakan berasal dari LIPIA Jakarta atau alumni Madinah, Arab Saudi (Al Hakim 2021). Aktivitas Rodja TV didukung ulama Salafi Saudi ‘Abd al-Muhsin ibn Hammad al-‘Abad, Abd al-Razzaq al Badr, Ali Hasan al Halabi, dan Ibrahi al-Ruhaili (Sunarwoto 2021). Pada channel Rodja TV tersebut kajian Islam yang dibawakan seputar kisah para Nabi, Aqidah Islam, manhaj salaf, fikih, hadis, kesehatan, pendidikan dan lain-lain, serta diselingi dengan pembacaan tilawatil Quran (Al Hakim 2021). Kehadiran Rodjat TV memiliki tujuan sebagai antitesis terhadap TV non keagamaan yang bersifat sekuler dan dianggap menurunkan moralitas umat Islam sekaligus menantang paham Islam lokal yang dianggap sudah tidak sejalan dengan Al-Quran dan Sunnah. Rodjat TV hadir tidak di bawah naungan pemerintah ataupun sebagai lawan dari pemerintah, pada dasarnya Rodja TV berbeda dengan TV non keagamaan yang berorientasi kepada bisnis, komersial, dan mengejar rating. Meskipun begitu kehadiran Rodja TV bisa dilihat dari segi politik, ekonomi, teknologi, dan doktrin agama (Adeni 2016). Untuk bisa bertahan di Indonesia, Rodja TV mengarahkan dakwahnya ke Islam Sunni dibanding politik Jihadi, terbuka dengan lokalitas dan global tertentu (Bakti 2018).

Keberadaan Rodja TV kemudian diikuti oleh saluran Salafi yang lebih populer di Youtube, yakni Yufid TV. Dalam profilnya tertera kalau Yufid TV dikelola oleh anak muda dan beranggotakan 50 orang dengan bertujuan menyampaikan konten pendidikan Islam yang sah berdasarkan pemahaman Rasulullah dan para sahabat. Dikatakan bahwa Yufid TV mengudara pada tahun 2009, fokus mereka tidak hanya memproduksi konten dakwah tetapi juga konten pendidikan yang termuat dalam Yufid Edu dan Yufid Kid. Yufid TV memperoleh dana dari audiens Yufid TV sendiri,

dalam profilnya mereka mencantumkan tempat donasi serta memberi laporan jumlah donasi yang terkumpul setiap bulan serta laporan produksi konten setiap bulan. dengan Subscriber 3,75 juta lebih, Yufid TV mendapatkan donasi rata 100 juta perbulan (Pengusahamuslim.com 2022). Model dakwah yang ditampilkan Yufid TV, tidak jauh berbeda dengan Rodja TV yang memberi penekanan pada doktrin agama Salafi. Akan tetapi Yufid TV menyediakan konten alternatif yang memfokuskan kepada remaja dengan nama Yufid Edu yang berisikan pelajaran soal bahasara Arab, Kajian Kitab, Matematika, dan Fisika.

Tak hanya menggunakan Youtube, Rodja TV dan Yufid TV memanfaatkan Instagram untuk menyemparkan doktrin Salafi. Pengguna Instagram sendiri berusia 13 – 34 tahun, yang di dominasi anak muda, sehingga Instagram menjadi tempat efektif untuk menyebarkan doktrin Salafi. Penggunaan tagar (#) di Instagram misalnya digunakan golongan Salafi mengampanyekan bahwa musik haram (#musikharam) (Misbah 2019). Rodja TV memiliki 526 RB (526.000) pengikut dan Yufid Tv 1.1 JT (1.100.000) pengikut, jumlah pengikut baik Rodja TV dan Yufid TV sangat signifikan menunjukkan bagaimana pengaruh mereka di instagram. Dalam akunnya, Rodja TV dan Yufid TV menyajikan video potongan ceramah dan kutipan ayat atau hadis. Strategi penggunaan Instagram menghilangkan tuduhan masyarakat yang mencurigai dan menuduh Salafi sebagai gerakan radikal, sehingga dakwah Salafi bisa diterima masyarakat. Pengikut Salafi baru yang kebanyakan anak muda mendapatkan pengetahuan Islam di Instagram, kemudian mengikuti pengajian Salafi secara *offline* dan berperan aktif menyebarkan doktrin Salafi di akun media sosial mereka (Sanjaya et al. 2022a) Rodja TV menggunakan segala fitur Instagram hingga melahirkan kapitalisme digital, menerima donasi dari pengikutnya dengan rata perbulan mendapat 300 juta yang kemudian menjadi modal ekonomi Rodja TV dalam operasional (Sanjaya et al. 2022b).

Secara garis besar dapat dilihat bahwa eksistensi Salafi ditopang oleh kemampuan mereka dalam menggunakan media sehingga pesan dakwahnya bisa diakses oleh siapapun, kemudian dengan memanfaatkan media juga, Salafi yang

sudah populer, meminta pengikutnya untuk terlibat berdonasi dalam aktivitas dakwah. Otoritas dan modal ekonomi inilah yang membuat Salafi terus bertahan dan berkembang. Keberlanjutan dari eksistensi Salafi ini, pada akhirnya menjadi akses bagi generasi Z dalam memahami pengetahuan tentang Islam.

### **NU Chanel dan TVMu Kurang Populer**

NU dan Muhammadiyah adalah dua organisasi Islam yang sudah lama eksis di Indonesia. Secara historis baik NU dan Muhammadiyah terlibat dalam urusan negara bangsa serta memiliki anggota yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Seiring perkembangan teknologi dan masuknya gerakan Islam transnasional memberi ancaman bagi Nu dan Muhammadiyah, terutama gerakan Salafi – Wahabi. Menurut Din Wahid posisi Salafi – Wahabi di ruang publik berhadapan dengan otoritas keagamaan NU dan Muhammadiyah (Wahid 2012). Kemudian media NU yakni Aswaja Tube, NU Channel, dan NUTV dan Muhammadiyah yakni tvMU kalah populer dibanding media Salafi (Akmaliah 2020). Tulisan ini mengulas kenapa akun NU dan Muhammadiyah kurang populer, dan tidak menjadi akses utama generasi Z dalam memahami pengetahuan agama.

NU sudah berdiri pada tahun 1926. Berdirinya NU sebagai respon ulama tradisional terhadap situasi penghapusan Khilafah di Turki oleh Mustafa Kemal dan penaklukan Makkah oleh Abd al-Azis ibn Saud. Baik di Turki dan Arab, sama-sama memiliki kesamaan memusuhi Islam tradisional dan membatasi kurikulum Islam tradisional. Pada masa kemerdekaan NU menjadi partai politik, lalu masa Orde Baru Partai NU digabung dalam PPP (Partai Persatuan Pembangunan), kemudian tahun 1984 menarik diri dari partai politik (Van Bruinessen 2014). Optimalisasi NU untuk terjun menggunakan media hadir belakangan. Pada media NU, dakwah yang disampaikan berisi keberlanjutan dari NU di ruang publik yakni mempertahankan Islam tradisional dan berasaskan ideologi *Ahlussunnah wal jamaah* atau sekarang lebih dikenal dengan Islam Nusantara. Pesan dakwah yang disampaikan NU di Youtube berkaitan dengan aspek kehidupan seperti ekonomi, dakwah, ajaran Islam, serta

politik Negara Bangsa. Dalam memperkuat otoritasnya di media sosial, NU menampilkan dakwah tokoh-tokoh NU yang populer Gus Baha, Gus Miftah, Gus Muwafiq, serta kehadiran akun media sosial kiai seperti KH. Aqil Siradj, KH. Mustofa Bisri, dan Ulil Abshar Abdalla (Fridiyanto, Amrullah, and Rifa'i 2020). NU membangun media tidak hanya satu, tapi membuat banyak media NU dari NU Channel, NUTV, dan Aswaja Tube. Akan tetapi dari ketiga akun tersebut hanya NU Chanel yang mendapatkan pengikut cukup banyak sebesar 875 RB subscriber. NU Chanel mengukuhkan bahwa NU Channel adalah televisi resmi PBNU, adapun playlist yang terdapat di NU Chanel motivasi, sholawat, qasidah, musik milenial, dan konten kesenian. Untuk merespon isu kontemporer NU Chanel menyajikan kajian kontemporer, sedang kajian keislaman online NU Chanel menyajikan ngaji tasawuf, kajian keluarga, sejarah, dan kajian kitab kuning (Setia and Iqbal 2021).

Muhammadiyah sudah berdiri pada tahun 1912, dikenal sebagai Islam modernis yang berfokus pada pendidikan dan kerja sosial seperti sekolah, rumah sakit, dan panti asuhan. Muhammadiyah memiliki perhatian pada pendidikan yang dibuktikan dengan adanya jejaring sekolah dari tingkat SD sampai perguruan tinggi. Berkat pendidikan, banyak anggota Muhammadiyah menjadi pegawai negeri sipil dan bahkan masuk dalam Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Van Bruinessen 2014). Penggunaan media sudah lama digunakan Muhammadiyah yakni dalam bentuk majalah Suara Muhammadiyah yang sampai saat ini masih dikelola dalam situs [suaramuhammadiyah.or.id](http://suaramuhammadiyah.or.id). Namun Televisi Muhammadiyah, tvMU mulai mengudara pada tahun 2013, dan selanjutnya pada tahun 2014 mulai mengunggah videonya di Youtube. Berdirinya tvMU berdasarkan Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2010-2105. tvMU bertujuan menyebarkan dakwah dalam menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar*, sesuai dengan motto Muhammadiyah yakni memperbaiki kualitas bangsa berdasarkan pesan Islam berkemajuan. Pesan dakwah tvMU disampaikan secara bermutu, mencerdaskan, dan mencerahkan (tvMU 2020) meski sudah memiliki channel Youtube, tv Mu hanya memiliki 338 RB Subscriber. Kemunculan tvMU berawal dari kegelisahan pengurus Muhammadiyah tingkat daerah yang melihat

banyak anggota Muhammadiyah yang keluar dari Muhammadiyah disebabkan menonton TV dakwah non-Muhammadiyah (Ahmad 2021). TV dakwah non-Muhammadiyah tidak lain adalah Rodja TV yang berafiliasi dengan Salafi-Wahabi yang sudah terlebih dahulu mengudara pada tahun 2009. Dan memang anggota Muhammadiyah akhirnya banyak tergabung dalam gerakan Salafi-Wahabi yang dikategorikan sebagai “Islam Murni” (Burhani 2014)

NU Channel yang mendapatkan pengikut cukup banyak sebesar 875 RB sedangkan tvMU 338 RB. Subscriber NU Chanel lebih besar dibanding akun Salafi Rodja TV yang hanya 521 RB Subscriber, tetapi jumlah tersebut masih jauh di bawah Yufid TV dengan subscriber 3,75 JT. Ketimpangan jumlah ini terjadi karena terlambatnya NU dan Muhammadiyah menggunakan media Youtube, bahwa NU Chanel baru mulai tahun 2017 dan Muhammadiyah mulai tahun 2014. Sedangkan Yufid TV sudah mulai tahun 2011. Selain itu jumlah video yang diunggah Yufid TV lebih banyak dibanding NU Chanel dan tvMU. Yang membuat NU channel dan tvMu kalah populer juga karena tampilan *thumbnail* di NU Channel dan tvMU yang kalah menarik jika dibanding *thumbnail* Yufid TV. Pada media Youtube kemampuan untuk membuat judul dan *thumbnail* menjadikan lebih sering muncul di laman beranda. Perihal inilah yang pada akhirnya membuat generasi Z kurang tertarik untuk mengakses pengetahuan agama dari NU Chanel maupun tvMU.

SMA adalah sekolah yang menjadi sasaran tersebarnya paham Salafi-Wahabi, perihal ini bisa dilihat dari materi yang diajarkan di Rohis, selain itu literatur keislaman Salafi-Wahabi turut memengaruhi siswa, seperti buku *Tiga Landasan Utama dari Muhammad bin Abd al-Wahhab, Waspada Terhadap Bid'ah, dan Kembali ke Manhaj Sunnah*. Kehadiran Rohis sendiri tidak lepas dari dukungan Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia (DDII) dan Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang berpaham Salafi-Wahabi (Suharto 2019) Kehadiran Salafi di media sosial, semakin memfasilitasi siswa SMA untuk mencari pengetahuan agama dari sumber Salafi-Wahabi. Akses pengetahuan Salafi-Wahabi di internet membawa siswa untuk datang ke pengajian Salafi-Wahabi di sekitar wilayahnya, dan mengundang untuk mengisi kajian di Rohis

(Romario 2022). Ada tiga pola Islami menyebarkan pengaruhnya ke sekolah, *pertama* melalui alumni, *kedua* aktivis dakwah kampus mendekati sekolah, *ketiga* undangan dari sekolah kepada LDK agar mengisi kegiatan di Rohis, hal tersebut jugalah yang dilakukan Salafi-Wahabi dalam menyebarkan pengaruhnya di sekolah (Hasan 2018).

Rohis berada di bawah naungan OSIS yang mengurus aktivitas keislaman seperti Maulid Nabi, Isra' Mi'raj, Halal bihalal, serta pengajian di sekolah. Rohis sendiri baru hadir pada tahun 1980-an, dan pada masa itu masih bersifat inklusif, namun pada tahun 1990-an Rohis mulai menjadi eksklusif dengan masuknya agen islami di Rohis. Sikap eksklusif ini ditandai dengan adanya kegiatan MABIT (Malam Bina Iman dan Takwah), lalu para siswi mulai berpakaian syar'i, siswa memelihara jenggot, dan pemisahan laki-laki dan perempuan saat pertemuan. Fenomena ini tidak lepas dari sikap moral panik perilaku menyimpang seperti narkoba, seks bebas, dan sebagainya sehingga Rohis menjadi populer (Kailani 2011).

Penelitian Maarif Institut di 50 SMAN di Pandeglang, Cianjur, Yogyakarta, dan Solo menunjukkan paham Islamis masuk di sekolah yang ditandai dengan keinginan menerapkan syariat dan anti terhadap pancasila, pernyataan ini diperkuat oleh Lembaga Kajian Islam dan Perdamaian (LaKIP) kepada 100 sekolah di Jakarta yang menyatakan bahwa adanya paham Islamis yang ditandai dukungan kekerasan terhadap minoritas. Situasi ini diperparah oleh guru-guru Pendidikan Agama Islam (PAI) di SMA yang memiliki kecenderungan Islamis (Hasan 2018), sehingga lebih banyak siswa terpengaruh paham Islamis.

Dalam penelitian PPIM UIN Jakarta memperlihatkan bahwa generasi Z memiliki pemahaman konservatif yang tinggi dan ritual keagamaan yang rendah. Ihwal ini tidak lepas dari akses pengetahuan generasi Z di media sosial. Generasi Z aktif di media sosial dengan menyukai (*like*) dan tidak menyukai (*dislike*) serta memberikan komentar (*coment*) dan berbagi informasi (*share*) atas konten keagamaan di media sosial. Menguatkan pandangan konservatif pada generasi Z karena apa yang disebut *echo chamber* (ruang bergema) yakni mengakses pengetahuan Islam yang

sejalan dengan paham apa yang dimiliki sebelumnya, ketika akses pengetahuan agama di media sosial adalah model Islam yang konservatif, maka media sosial akan mendorong konten-konten tersebut hadir di beranda. Akan tetapi sikap konservatif bisa menurun apabila generasi Z mengakses pengetahuan agama yang moderat (Merit Indonesia 2021).

Pengenalan terhadap pengetahuan agama yang moderat inilah yang perlu disampaikan di sekolah. Adapun sikap moderat bisa dilihat dalam beberapa indikator, *Pertama* adalah sikap tidak fanatik terhadap satu pandangan, *kedua* bersikap toleran terhadap segala perbedaan dengan tidak memandang suku, ras, dan agama, *ketiga* tidak menggunakan cara kekerasan dalam menyelesaikan permasalahan dan lebih mengutamakan dialog, *keempat* tidak menentang sistem demokrasi dan menjunjung tinggi HAM (Suharto 2019). NU dan Muhammadiyah yang mewakili wajah Islam moderat, di media sosial kurang populer dibanding Salafi-Wahabi. Dari penelitian yang penulis lakukan di tiga Sekolah di Yogyakarta akses NU Channel masih segmented terhadap siswa NU terutama madrasah, sedang siswa sekolah umum jarang sekali mengakses akun keagamaan NU Chanel, mereka lebih banyak mengakses Yufid TV yang berafiliasi Salafi. Ihwal ini sejalan dengan perbandingan jumlah Subscriber antar NU Chanel dan Yufid TV yang berbeda jauh. Sedangkan pada siswa Muhammadiyah, penulis tidak menemukan siswa yang mengakses Chanel TvMU, mereka lebih banyak mengambil pengetahuan agama dari da'I populer seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, dan Ustaz Hanan Attaki (Romario 2022).

Adapun upaya yang telah dilakukan sekolah dalam menangkal sikap radikal di sekolah adalah *pertama* memberikan penjelasan Islam yang memadai seperti pengertian Jihad yang tidak hanya konotasinya perang, tetapi jihad bisa diartikan Haji mabrur, menyampaikan kebenaran, berbakti kepada orang tua, menuntut ilmu, dan membantu fakir-miskin, lalu menjelaskan toleransi baik antar agama maupun intra agama, kemudian memperkenalkan islam dan kearifan lokal. *Kedua*, pemahaman untuk mengedepankan dialog dalam setiap perbedaan. *Ketiga* memantau pemahaman keagamaan siswa. Dan *keempat* mengenalkan pendidikan multikultural bahwa ada

perbedaan budaya, sosio-ekonomi, etnis, agama, gender, dan lain-lain (Munip 2012). Tetapi upaya yang dilakukan masih berpusat kepada teoritis dalam membangun Islam moderat. Berangkat dari penelitian PPIM UIN Jakarta bahwa sikap konservatif generasi Z bisa menurun jika akses pengetahuan agama mereka moderat. Maka dalam hal ini penting untuk menangkal sikap radikal dengan mempromosikan akun keagamaan moderat. Media sosial yang dikelola NU dan Muhammadiyah yang berpaham moderat, hendaklah dipromosikan guru untuk mengenal konten-konten keagamaan moderat. Selain itu guru juga menjelaskan soal paham Salafi-Wahabi, agar siswa tercegah dari paham konservatif yang memandang pemahaman agama lain keliru.

### **Penutup**

Generasi Z tidak bisa lepas dari internet, maka pentingnya guru agama Islam untuk memberikan pemahaman terhadap akses keagamaan yang moderat di internet. Dengan memperkenalkan akun keagamaan moderat maka bisa menurunkan sikap radikal siswa terhadap pandangan Islam. Keteringgalan akun Islam moderat seperti NU dan Muhammadiyah di internet menjadi tantangan, karena hadirnya akun Islam Salafi-Wahabi yang memiliki paham yang rigid dan kaku terlebih dahulu di internet. Salafi-Wahabi menuai kesuksesan dari jumlah pengikutnya di media sosial dan kelayakan pengikutnya untuk berdonasi, selain itu Salafi-Wahabi menampilkan *thumbnail* yang lebih menarik jika dibanding NU dan Muhammadiyah. Menangkal paham radikal tidak bisa lagi hanya berpusat pada guru agama Islam saja, karena generasi Z memiliki akses pengetahuan agama di internet, disinilah fungsi guru sebagai fasilitator mengarahkan siswa untuk mengakses Islam moderat.

### **Daftar Pustaka**

Adeni. 2016. *Institusi Televisi Islam: Studi Atas Rodja Tv Sebagai Media Islam Salafi*. Jakarta: Cinta Buku Media.

- Ahmad, Muhammad Jamaluddin. 2021. "Sejarah Pendirian TVMU, Berawal Dari Televisi Rumah Sakit." Retrieved March 17, 2023 (<https://muhammadiyah.or.id/sejarah-pendirian-tvmu-berawal-dari-televisi-rumah-sakit/>).
- Akmaliah, Wahyudi. 2020. "The Demise Of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10 (1):1-24.
- Al Hakim, Lukman. 2021. "Framing Dakwah Salafi Rodja TV Di Media Sosial Youtube." *Islamic Communication Journal* 6 (2):177-90.
- Bakti, Andi Faisal. 2018. "Media and Religion: Rodja TV's Involvement in the Civil Society Discourse for Community Development." *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* 34 (3):226-44.
- Burhani, Ahmad Najib. 2014. "Islam Murni" vs "Islam Progresif" Di Muhammadiyah: Melihat Wajah Islam Reformis Di Indonesia Dalam Conservatif Turn: Islam Indonesia Dalam Ancaman Fundamentalisme. edited by M. Van Bruinessen. Bandung: Mizan.
- Fridiyanto, M. Kholish Amrullah, and Muhammad Rifa'i. 2020. "Digitalisasi Nahdlatul Ulama: Dari Laku Tradisional Menuju Revolusi Digital." *Ad-Dhuha: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab Dan Budaya Islam* 1 (1):59-67.
- Harianto, Puji. 2018. "Radikalisme Islam Dalam Media Sosial (Konteks; Channel Youtube)." *Jurnal Sosiologi Agama* 12 (2):297-326.
- Hasan, Noorhaidi. 2008. *Laskar Jihad: Islam, Militansi, Dan Pencarian Identitas Di Indonesia Pasca Orde Baru*. Jakarta: LP3ES.
- Hasan, Noorhaidi. 2018. "Pendahuluan: Menuju Islamisme Populer" *Literatur Keislaman Generasi Milenial Transmisi, Apropriasi, Dan Kontestasi*. edited by N. Hasan. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press.
- Hosen, Nadirsyah. 2012. "Fatwa Online Di Indonesia: Dari Shopping Fatwa Hingga Meng-Google Kiai" *Ustadz Seleb Bisnis Moral Dan Fatwa Online Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. edited by G. Fealy and S. White. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Ikhwan, Munirul. 2018. "Produksi Wacana Islam(Is) Di Indonesia Revitalisasi Islam Publik Dan Politik Musim" *Dalam Literatur Keislaman Generasi Milenial*. Yogyakarta: PusPIDeP.
- Iqbal, Asep Muhammad. 2010. *Spiritualizing The Internet: Internet Dan Gerakan Salafi Di Indonesia*. Bandung: Global House Publication.

- Kailani, Najib. 2011. "Kepanikan Moral Dan Dakwah Islam Populer (Membaca Fenomena 'Rohis' Di Indonesia." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 11 (1):1-16.
- Merit Indonesia. 2021. "Launching Hasil Penelitian PPIM UIN Jakarta 'Beragama Ala Anak Muda: Ritual No, Konservatif Yes.'" *PPIM UIN JAKARTA*. Retrieved (<https://ppim.uinjkt.ac.id/2021/12/09/launching-hasil-penelitian-ppim-uin-jakarta-beragama-ala-anak-muda-ritual-no-konservatif-yes/>).
- Misbah, Aflahal. 2019. "Kesenangan Dan Otoritas Keagamaan: Sosialisasi Anti-Musik Di Instagram." *Urnal Masyarakat & Budaya* 21 (2):149-68.
- Munip, Abdul. 2012. "Menangkal Radikalisme Agama Di Sekolah." *Jurnal Pendidikan Islam* 1 (2):159-81. Pengusahamuslim.com. 2022. "Profil Yufid Network." Retrieved (<https://pengusahamuslim.com/profil-yufid-network#:~:text=Yufid%20adalah%20tim%20kreatif%20yang%20berada%20di%20bawah%20naungan%20Yayasan,untuk%20dakwah%20dan%20pendidikan%20islam.>).
- Romario. 2022. "Generation Z and the Search for Religious Knowledge on Social Media." *Hikmatuna* 8 (2):144-56.
- Sanjaya, Makroen, Andi Faisal Bakti, Ridzki Rinanto Sigit, and Rulli Nasrullah. 2022a. "Reinterpellation And Reimitation Of Conservative Ideology Of Salafi Through The Mediatization Of Religion On Instagram Rodjatv." *Eduvest - Journal of Universal Studies* 2 (10):1986-97.
- Sanjaya, Makroen, Andi Faisal Bakti, Ridzki Rinanto Sigit, and Rulli Nasrullah. 2022b. "The Practice Of Digital Capitalism And The Commodification Of The Salafi Community On Instagram Rodjatv." *International Journal Of Enviromental Sustainibility And Social Sciens* 3 (3):577-91.
- Setia, Paelani, and Asep Muhammad Iqbal. 2021. "Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia: Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel." *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 11 (2):359-78.
- Suharto, Toto. 2019. "Examining the Moderate Understanding of Islam among Higher Education Students of the State Institute of Islamic Studies Surakarta." *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam* 9 (1):60-80.
- Sunarwoto. 2021. "Online Salafi Rivalries in Indonesia: Between Sectarianism and 'Good'Citizenship." *Religion, State & Society* 49 (2):157-73.
- tvMU. 2020. "Tentang TvMU." Retrieved March 17, 2023 (<https://tvmu.tv/tentang-kami#:~:text=Muhammadiyah%20telah%20meluncurkan%20televisi%20satelit,untuk%20menegakkan%20amar%20ma'ruf>).

Van Bruinessen, Martin. 2014. *Selayang Pandang Organisasi, Serikat, Dan Gerakan Muslim Di Indonesia Dalam Conservatif Turn: Islam Indonesia Dalam Ancaman Fundamentalisme*. edited by M. Van Bruinessen. Bandung: Mizan.

Wahid, Din. 2012. "Challenging Religious Authority The Emergence Of Salafi Ustadh In Indonesia." *Journal of Indonesian Islam* 6 (2):246-64.