

## E-Spiritualitas: Ekspresi Keagamaan Individu di Dunia Maya (Kajian Perbandingan E-Spiritualitas di Berbagai Platform Media Sosial: Facebook, Twitter, dan Instagram)

**Author:**

Ridha Alhamdi<sup>1</sup>  
Sri Pratiwi<sup>2</sup>

**Affiliation:**

<sup>1</sup>Universitas Islam  
Negeri Sumatera  
Utara

<sup>2</sup>Politeknik LP3I  
Medan

**Corresponding author:**

[ridhaalhamdi@gmail.com](mailto:ridhaalhamdi@gmail.com)

[pratiwi853@gmail.com](mailto:pratiwi853@gmail.com)

**Abstract:** *In the digital era, social media has become a new space of expression for individuals to show their identity and values, including religious values. This study aims to analyze and compare individuals' religious expressions on three popular social media platforms: Facebook, Twitter, and Instagram. This type of research is descriptive using qualitative methods with primary data sources coming from Facebook, Instagram and Twitter. The research data was collected from various sources, such as posts, comments, and interactions between users. The data analysis technique uses Cresswell's technique, namely organizing and preparing data for analysis, Read or look at all the data, Start Coding of the data, Used coding process to generate a description, Interlating themes, Interpreting the meaning of time. The results show that there are differences in the way individuals express their religious values on Facebook is used to share informative and educational content about religion, such as articles and videos of lectures. Twitter is used to discuss and debate religious issues, as well as to spread proselytizing and inspirational messages. Meanwhile, Instagram is used to display photos and videos related to religious activities, such as worship, pilgrimage, and religious social activities. This research provides new insights into the need for digital skills and an understanding of religious moderation to express religion online. The findings of this study can help social media users who are active in cyberspace to utilize social media positively in terms of expressing religion.*

**Keywords:** *E-Spirituality, Religious Expression, Social Media, Facebook, Twitter, Instagram, Comparative Study*

**Author:**

Imron Aryadi<sup>1</sup>  
Wijaya<sup>2</sup>  
Umi Nur Kholifah<sup>3</sup>

**Affiliation:**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam  
Negeri Raden Fatah  
Palembang

**Corresponding author:**

imronaryadi2000@g  
mail.com

**Abstrak:** Di era digital, media sosial telah menjadi ruang ekspresi baru bagi individu untuk menunjukkan identitas dan nilai-nilai mereka, termasuk nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan ekspresi keagamaan individu di tiga platform media sosial populer: Facebook, Twitter, dan Instagram. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif dengan sumber data primer berasal dari Facebook, Instagram dan Twitter. Data penelitian dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti postingan, komentar, dan interaksi antar pengguna. Teknik analisis data menggunakan teknik Creswell yakni organizing and preparing data for analysis, Read or look at all the data, Start Coding of the data, Used coding proses to generate a description, Interlating theme, Interpreting the meaning of time. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam cara individu mengekspresikan nilai-nilai keagamaan mereka di Facebook digunakan untuk berbagi konten informatif dan edukatif tentang agama, seperti artikel dan video ceramah. Twitter digunakan untuk berdiskusi dan berdebat tentang isu-isu keagamaan, serta untuk menyebarkan dakwah dan pesan-pesan inspiratif. Sedangkan Instagram digunakan untuk menampilkan foto dan video yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan, seperti ibadah, ziarah, dan kegiatan sosial keagamaan. Penelitian ini memberikan wawasan baru untuk mengekspresikan keagamaan di dunia maya maka dibutuhkan keterampilan digital dan pemahaman moderasi beragama. Temuan penelitian ini dapat membantu para pengguna media sosial yang beraktifitas di dunia maya untuk memanfaatkan media sosial secara positif dalam hal mengekspresikan keagamaan.

**Kata Kunci:** E-Spiritualitas, Ekspresi Keagamaan, Media Sosial, Facebook, Twitter, Instagram, Kajian Perbandingan.

## PENDAHULUAN

Di era digital ini, internet telah menjadi ruang publik baru yang dimanfaatkan oleh berbagai individu dan komunitas untuk mengekspresikan diri, termasuk dalam hal keagamaan. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menyediakan wadah bagi para pengguna untuk berbagi pengalaman spiritual, pemikiran keagamaan, dan terhubung dengan komunitas iman mereka. Penelitian tentang ekspresi keagamaan individu di dunia maya menjadi penting dikarenakan Dunia maya telah menjadi ruang publik baru yang penting bagi individu untuk mengekspresikan diri, termasuk dalam hal keagamaan. Memahami bagaimana individu menggunakan platform media sosial untuk mengekspresikan keyakinan mereka dapat memberikan wawasan tentang bagaimana agama dipraktikkan dan dimaknai di era digital. Platform media sosial yang berbeda memiliki karakteristik dan budaya pengguna yang berbeda pula. Memahami bagaimana individu menggunakan platform media sosial yang berbeda untuk mengekspresikan religiositas mereka dapat membantu kita memahami bagaimana platform media sosial mempengaruhi ekspresi keagamaan.

E-spiritualitas, atau spiritualitas di dunia maya, merupakan fenomena yang terus berkembang. Memahami bagaimana individu mengekspresikan religiositas mereka di dunia maya dapat membantu kita memahami tren dan perkembangan e-spiritualitas di masa depan. Ekspresi keagamaan di dunia maya memiliki implikasi sosial dan budaya yang kompleks. Memahami implikasi ini dapat membantu kita memahami bagaimana agama mempengaruhi individu, komunitas, dan masyarakat di era digital. Penelitian tentang ekspresi keagamaan di dunia maya dapat membantu memperkuat dialog interreligius dengan menyediakan platform bagi individu dari berbagai agama untuk berbagi pengalaman dan pemikiran mereka. Memahami bagaimana individu mengekspresikan keyakinan mereka di dunia maya dapat membantu kita memahami fenomena sosial yang lebih luas, seperti identitas, komunitas, dan interaksi sosial.

Penelitian tentang ekspresi keagamaan di dunia maya juga dapat membantu para pengembang teknologi untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna religius, sehingga mereka dapat mengembangkan teknologi yang lebih ramah dan inklusif, dapat membantu mereka memahami cara mereka sendiri dalam mengekspresikan keyakinan mereka di era digital. Temuan penelitian tentang ekspresi keagamaan di dunia maya dapat membantu pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang lebih adil dan inklusif terkait dengan agama dan teknologi. Penelitian tentang ekspresi keagamaan individu di dunia maya masih tergolong baru dan memiliki banyak potensi untuk memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman kita tentang agama, media sosial, dan budaya digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan ekspresi keagamaan individu di tiga platform media sosial populer: Facebook, Twitter, dan Instagram. Melalui kajian perbandingan e-spiritualitas di Facebook, Twitter, dan Instagram, penelitian ini akan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam cara pengguna memanfaatkan platform media sosial tersebut untuk mengekspresikan religiositas mereka. Berikut ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu:

1. Penelitian berjudul “Media Sosial sebagai Sumber Keberagaman Alternatif Remaja dalam Fenomena *Cyberreligion*” yang diteliti oleh Hatta (2019). Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya fenomena *cyberreligion* pada siswa SMA Negeri 6 Depok, Jawa Barat. Ada dua pendekatan analisis yang penulis gunakan pada penelitian ini. Pertama adalah tradisi pemikiran fenomenologis Alferd Schutz terkait aktifitas *cyberreligion* sebagai sebuah fenomena sosial. Dan kedua, Teori Ketergantungan Media Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFluer (1976) dalam mengungkap aspek ketergantungan siswa pada media sosial dan dampak yang ditimbulkannya. Penelitian ini menggunakan *Mixed Methods Research*, yakni sebuah metode penelitian gabungan kuantitatif dan kualitatif yang digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan objektif. Beberapa temuan menarik

dari penelitian ini mengungkap adanya ketergantungan siswa dalam penggunaan *smartphone*. Dalam satu hari, siswa minimal menghabiskan waktu 4 jam lebih untuk berselancar di media sosial. Umumnya siswa menyukai tausiyah dari para ustad atau ulama yang dikaguminya. Antusiasme siswa belajar agama dari para ustad pilihannya di media sosial ini, terkadang juga dilandasi oleh kekaguman yang berlebihan dan bahkan cenderung pada kultus individu.

2. Penelitian berjudul “Dakwah Anti Ekstremisme elalui Media Instagram (Analisis Konten di Instagram Infonesia)” diteliti oleh Asiyah et al., (2024), Moch. Nasrullah, Umdatul Baroroh. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi masalah dakwah anti ekstremisme melalui media instagram. Melalui metode deskriptif kualitatif dengan memetakan media instagram Infonesia. Hasilnya dakwah anti ekstremisme di media intagram melalui tiga tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.
3. Penelitian berjudul “*Cyberspace* dan Unggahan Status Religius di Media Sosial: diteliti oleh Winman & Lahamendu (2021). Kajian ini bertujuan meneliti tentang persepsi manipulatif dalam hal bermedia-sosial, terutama yang berkaitan dengan status religius, yaitu doa dan kesaksian, dari para pengguna. Tujuannya untuk menganalisis status religius dalam bermedia-sosial berdasarkan pengalaman pengguna. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang *cyber*, secara spesifik media sosial, dapat berguna bagi perjumpaan beserta relasi yang terjalin antara manusia dengan Tuhan di dalamnya, melalui status-status doa dan kesaksian. Walaupun demikian, ada juga sebagian besar unggahan status religius dari pengguna, yang terbaca religius (oleh pembaca/pengguna lain), tidak benar-benar ditujukan kepada Tuhan karena pengunggah memiliki tujuan dan makna yang berbeda terhadap status-status religius tersebut. Hal ini menjadi tantangan tersendiri di dalam upaya berteologi di ruang *cyber*.

4. Penelitian berjudul “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Beragama” yang diteliti oleh Nawawi & Sari (2023). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku beragama pada siswa kelas XI SMAN. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *corellation research*. Jumlah sampel 65 siswa. Angket pernyataan dikembangkan dalam 30 butir item dan diberikan kepada setiap sampel. Hasil uji validitas angket pada variabel Media sosial 13 pernyataan angket valid dan 2 pernyataan angket tidak valid. Sedangkan pada variabel Perilaku beragama 14 pernyataan angket valid dan 1 pernyataan angket tidak valid karena memiliki nilai dibawah 0,244. Hasil uji realibilitas pada variabel didapati *Alpha Croanbach* 0,815 dan 0,711. Data dianalisis dengan bantuan SPSS 26. Nilai koefiensi korelasi variabel Media sosial dan perilaku beragama sebesar 0,441 karena berada pada nilai interpretasi 0,40-0,60. Dan nilai koefiensi determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,194 atau 19,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku beragama siswa berada pada tingkat hubungan yang sedang atau cukupan.

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Data akan dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi non partisipan dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik Cresswell yakni *organizing and preparing data for analysis, Read or look at all the data, Start Coding of the data, Used coding proses to generate a description, Interlating theme, Interpreting the meaning of time*.

#### **HASIL DAN DISKUSI**

Facebook sebagai platform media sosial terbesar di dunia menghadirkan ruang bagi para penggunanya untuk mengekspresikan berbagai aspek kehidupan, termasuk keyakinan dan praktik keagamaan mereka. Ekspresi keagamaan di Facebook dapat dilihat dalam berbagai bentuk, di antaranya:

1. Konten Teks, pesan yang dikirimkan berupa teks dan pen-share-annya dilakukan berdasarkan kelompok, kelompok yang dimaksud adalah a) status dan pesan biasanya pengguna membagikan pemikiran, doa, ayat suci, kutipan inspiratif, dan pengalaman spiritual mereka dalam bentuk status dan pesan; b) grup dan komunitas biasanya pengguna bergabung dengan grup dan komunitas online yang berfokus pada agama, denominasi, atau isu-isu keagamaan tertentu. Di sana, mereka berdiskusi, saling mendukung, dan berbagi sumber daya terkait agama; c) halaman resmi seperti organisasi keagamaan, tokoh agama, dan komunitas keagamaan memiliki halaman resmi di Facebook untuk menyebarkan informasi, berita, acara, dan konten keagamaan lainnya.
2. Konten visual, pesan yang dikirimkan berupa gambar dan foto biasanya pengguna membagikan gambar dan foto terkait tempat ibadah, ritual keagamaan, perayaan keagamaan, dan kegiatan keagamaan lainnya. Video dakwah, khotbah, nyanyian pujian, dan konten keagamaan lainnya dibagikan untuk menyebarkan pesan dan inspirasi spiritual. Siaran langsung ibadah, ceramah agama, dan acara keagamaan lainnya memungkinkan partisipasi virtual bagi pengguna yang tidak dapat hadir secara fisik.
3. Interaksi dan Partisipasi dapat berupa sukai, komentar, dan bagikan biasanya pengguna berinteraksi dengan konten keagamaan dengan menyukai, berkomentar, dan membagikannya dengan jaringan mereka. Interaksi ini menunjukkan tingkat keterlibatan dan partisipasi dalam komunitas online keagamaan. Diskusi dan tanya jawab dilakukan melalui platform komentar dan grup Facebook memfasilitasi diskusi dan tanya jawab tentang berbagai topik keagamaan, memungkinkan pengguna untuk saling belajar dan berbagi pengetahuan. Dukungan dan Motivasi: Pengguna saling memberikan dukungan dan motivasi dalam menghadapi tantangan spiritual dan personal melalui interaksi di Facebook.

Instagram, platform media sosial yang berfokus pada gambar dan video, telah menjadi ruang penting bagi individu untuk mengekspresikan keyakinan

dan praktik keagamaan mereka. Pengguna Instagram menggunakan platform ini dengan beberapa cara, cara tersebut antara lain:

- a. Postingan Foto dan Video, biasanya pengguna membagikan foto dan video terkait ritual keagamaan, tempat suci, kutipan inspiratif, dan momen spiritual lainnya.
- b. Fitur *Stories* Instagram memungkinkan pengguna berbagi momen singkat dan personal tentang kehidupan beragama mereka, seperti doa, refleksi, dan kegiatan keagamaan.
- c. Grup dan hashtag, biasanya pengguna bergabung dengan grup dan menggunakan hashtag terkait agama untuk menemukan dan terhubung dengan orang lain yang memiliki keyakinan dan minat yang sama.
- d. Akun Komunitas Agama memuat banyak komunitas agama, masjid, gereja, dan organisasi keagamaan lainnya memiliki akun Instagram untuk berbagi berita, acara, dan konten inspiratif.
- e. Konten Edukasi biasanya terdapat akun Instagram tertentu fokus pada edukasi dan pembelajaran agama, menawarkan ceramah, kajian, dan konten informatif lainnya.
- f. Diskusi dan tanya jawab biasanya pengguna dapat berdiskusi dan saling bertanya tentang agama melalui komentar, pesan langsung, dan fitur live streaming.
- g. Galang Dana biasanya platform Instagram digunakan untuk menggalang dana bagi berbagai kegiatan dan organisasi keagamaan.
- h. Promosi kegiatan biasanya pengguna mempromosikan kegiatan keagamaan seperti kajian, seminar, dan bakti sosial.
- i. Bio dan Profil biasanya pengguna mencantumkan keyakinan agama mereka di bio dan profil mereka.
- j. Konten kreatif, biasanya pengguna membuat konten kreatif yang mengekspresikan identitas keagamaan mereka, seperti seni kaligrafi, puisi religi, dan musik religi.

Twitter telah menjadi platform penting bagi orang-orang untuk mengekspresikan diri, termasuk keyakinan agama mereka. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, doa, dan pengalaman

spiritual mereka dengan orang lain di seluruh dunia. Terdapat beberapa tren untuk mengekspresikan keagamaan di Twitter, tren tersebut antara lain:

- 1) Hashtag seperti #Muslim, #Christian, dan #Hindu telah menjadi populer di Twitter, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menemukan dan terhubung dengan orang lain yang berbagi keyakinan mereka.
- 2) Banyak organisasi agama sekarang memiliki akun Twitter yang mereka gunakan untuk membagikan berita, acara, dan sumber daya dengan pengikut mereka.
- 3) Beberapa orang menggunakan Twitter untuk berdoa bersama, berbagi bacaan suci, dan bermeditasi.
- 4) Twitter telah menjadi platform penting untuk diskusi tentang isu-isu agama, baik yang kontroversial maupun tidak.

Berikut ini peneliti akan membandingkan ekspresi keagamaan di Facebook, Instagram dan Twitter.

**Tabel 1**  
**Perbandingan Ekspresi Keagamaan di Facebook,**  
**Instagram dan Twitter**

Uraian	Facebook	Instagram	Twitter
Format	Teks panjang, gambar, video, tautan, live streaming	Foto, video pendek, Stories.	Pesan singkat (280 karakter), hashtag, gambar, video.
Kecocokan	Cocok untuk berbagi cerita panjang, khotbah, artikel agama, dan diskusi mendalam.	Cocok untuk konten visual yang menarik seperti kutipan inspirasional agama, gambar masjid/gereja yang indah, dan momen ibadah pribadi.	Cocok untuk pemikiran singkat, doa, berita agama terkini, dan percakapan interaktif.
Kekuatan	Jangkauan luas, grup komunitas, acara online.	Konten visual yang menarik, engagement tinggi, hashtag untuk penemuan.	Sifatnya yang real-time, trending topik, mudah untuk terhubung dengan influencer agama.

kelemahan	Kurang fokus visual dibandingkan Instagram, algoritma dapat membatasi jangkauan organik.	Format tidak ideal untuk teks panjang, konten bisa bersifat sementara (Stories).	Batasan karakter, fokus pada percakapan singkat, tidak ideal untuk konten visual yang mendalam.
-----------	--	--	---

Sumber: Diolah Peneliti

## DISKUSI

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Sugeng Cahyono, n.d.). Media sosial telah menjadi fenomena global yang merevolusi cara kita berkomunikasi, berbagi informasi, dan terhubung dengan orang lain. Platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah menjadi ruang publik virtual di mana individu dan komunitas mengekspresikan berbagai aspek identitas mereka, termasuk keyakinan agama mereka. Ekspresi keberagaman di media sosial menghadirkan fenomena yang kompleks dan multidimensi, menawarkan wawasan berharga tentang bagaimana orang mengalami dan memahami agama di era digital.

Setiawan & Ika (2018) menyebutkan bahwa hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 mengungkap jumlah pengguna mencapai 143,26 juta jiwa atau meningkat dibanding tahun sebelumnya 132,7 juta jiwa. 17 Pengguna internet yang didominasi kaum muda menandakan adanya peralihan dari media konvensional ke media massa digital. Pada tahap perkembangannya, internet kini, juga berfungsi sebagai tempat menimba ilmu agama. Maraknya website dan situs-situs keagamaan di internet mempertegas adanya aktivitas “*ngaji*” ilmu agama di dunia maya. Dengan beragam kemudahan dan fasilitas yang disediakan internet, menggoda masyarakat untuk ramai-ramai beralih ke dunia maya yang kemudian secara alamiah membentuk apa yang disebut “*cybercommunity*”

atau komunitas *cyber*. Tak terkecuali para pencari tuhan atau mereka yang gemar mengaji atau menimba ilmu agama di internet (Rahman, 2011). Hal ini berbanding lurus dengan hasil penelitian di mana *Cybercommunity* menyediakan ruang virtual bagi individu untuk mengekspresikan keyakinan agama mereka secara bebas dan terbuka, terlepas dari batasan geografis atau sosial. Platform online memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki keyakinan serupa, membangun komunitas virtual yang kuat dan suportif.

Kemudian komunitas online agama dapat menjadi sumber dukungan dan dorongan bagi individu yang sedang bergumul dengan iman mereka atau menghadapi diskriminasi di dunia nyata.

Adanya *Cybercommunity* akan memfasilitasi penyebaran informasi agama secara luas dan cepat, memungkinkan akses mudah ke teks suci, khotbah, ceramah, dan sumber daya keagamaan lainnya. Platform online memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan agama mereka dengan orang lain, mempromosikan pembelajaran dan pemahaman antaragama. Pada akhirnya media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran tentang isu-isu agama dan menggalang dukungan untuk tujuan sosial dan filantropi. Hatta (2019) menyebutkan bahwa fenomena *cyberreligion* sebetulnya bukan hanya terjadi di Indonesia. Kecenderungan yang sama juga terjadi di Amerika. Dari hasil sebuah penelitian pada akhir tahun 2000 yang diselenggarakan Pew Internet and American Life Project kerjasama dengan Stewart M. Hoover and Lynn Schofield Clark dari *Center For Research on Media, Religion and Culture, Universitas Colorado* mengungkap bahwa 25 persen pengguna internet di Amerika atau sekitar 20 juta jiwa mendapat informasi keagamaan dari online. Brasher (2001) mendefinisikan *cyberreligion* sebagai kehadiran institusi dan aktivitas keagamaan di dunia siber. Sementara Lorne L Dawson dalam Hatta (2019) mengartikan sebagai organisasi atau grup keagamaan yang eksistensinya hanya berada di dunia siber.

*Cyberreligion*, atau agama siber, mengacu pada fenomena penggunaan teknologi digital dan internet untuk mengekspresikan, mengalami, dan menyebarkan keyakinan agama. Ekspresi beragama, di sisi lain, mengacu pada cara individu dan komunitas menyatakan dan menjalankan keyakinan agama mereka. *Cyberreligion* menyediakan ruang baru dan inovatif bagi individu untuk mengekspresikan keyakinan agama mereka dengan cara yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya. Platform online seperti media sosial, situs web agama, dan aplikasi mobile memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, doa, dan pengalaman spiritual mereka dengan orang lain, terhubung dengan komunitas agama di seluruh dunia, mengakses sumber daya keagamaan seperti teks suci, khotbah, dan ceramah, berpartisipasi dalam ritual dan ibadah online.

Pada akhirnya *Cyberreligion* mendorong munculnya bentuk-bentuk baru ekspresi keagamaan yang unik untuk ruang online, seperti: komunitas online yang berfokus pada minat dan keyakinan agama tertentu, penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan agama dan menggalang dukungan untuk tujuan tertentu, pembuatan konten agama digital seperti blog, video, dan podcast, penggunaan game dan dunia virtual untuk mengeksplorasi tema dan nilai agama.

*Cyberreligion* memiliki dampak yang signifikan pada cara individu dan komunitas yang mempraktikkan agama mereka. Dampak yang dimaksud adalah meningkatkan aksesibilitas terhadap informasi dan praktik keagamaan, memfasilitasi koneksi dan interaksi antar umat beragama, menciptakan peluang baru untuk pembelajaran dan pendidikan agama, menantang tradisi dan norma keagamaan yang ada. Namun, *Cyberreligion* juga menghadirkan beberapa tantangan dan risiko, seperti: penyebaran disinformasi dan konten berbahaya yang terkait dengan agama, pelecehan online dan cyberbullying terhadap individu karena keyakinan agama mereka, potensi keterasingan dan isolasi sosial akibat ketergantungan berlebihan pada komunitas online, kesulitan dalam menjaga privasi dan keamanan data pribadi dalam konteks agama online.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil diskusi di atas maka dapat diketahui bahwasanya kemampuan yang perlu dimiliki dalam mengekspresikan keagamaan individu di dunia maya adalah kemampuan literasi digital dan pemahaman terhadap moderasi beragama. Alasan dibutuhkannya kemampuan literasi digital adalah dikarenakan:

1. Akses informasi sangat melimpah.

Internet menyediakan akses mudah ke berbagai informasi, termasuk informasi keagamaan. Namun, tidak semua informasi tersebut akurat dan terpercaya. Literasi digital membantu individu untuk mencari dan memverifikasi informasi agama dari sumber yang kredibel, membedakan fakta dari opini dan fiksi, menghindari konten berbahaya dan menyesatkan yang terkait dengan agama.

2. Komunikasi dilakukan secara online.

Media sosial dan platform online lainnya memungkinkan individu untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain tentang agama. Literasi digital membantu individu untuk mengekspresikan keyakinan mereka dengan hormat dan santun, melibatkan diri dalam dialog antaragama yang konstruktif, menghindari ujaran kebencian dan *cyberbullying*.

3. Keamanan dan privasi. Berbagi informasi pribadi dan keyakinan agama secara online dapat menimbulkan risiko. Literasi digital membantu individu untuk melindungi privasi mereka di media sosial, menjaga keamanan data pribadi mereka, menggunakan internet dengan aman dan bertanggung jawab.

Sedangkan alasan dibutuhkan pemahaman terhadap moderasi beragama adalah;

- a. Untuk mencegah Konflik dan Polarisasi.

Ekspresi keagamaan yang tidak terkendali dapat memicu kesalahpahaman, perselisihan, dan bahkan kekerasan antarumat beragama. Moderasi beragama mendorong dialog dan pemahaman antarumat beragama, sehingga meminimalisir potensi konflik dan polarisasi.

b. Meningkatkan toleransi dan saling menghormati.

Moderasi beragama menumbuhkan sikap toleransi dan saling menghormati terhadap perbedaan keyakinan dan tradisi. Hal ini menciptakan lingkungan yang kondusif untuk koeksistensi damai dan saling menghargai antarumat beragama.

c. Untuk mempromosikan Pemahaman Kontekstual.

Moderasi beragama mendorong individu untuk memahami ajaran agama mereka secara kontekstual dan tidak kaku. Hal ini membantu menghindari penafsiran ekstrem dan berbahaya yang dapat memicu ekspresi keagamaan yang intoleran dan diskriminatif.

d. Menjaga keseimbangan kebebasan dan tanggung jawab.

Moderasi beragama menyeimbangkan kebebasan individu dan komunitas untuk mengekspresikan keyakinan mereka dengan tanggung jawab untuk menghormati hak dan perasaan orang lain. Hal ini memastikan bahwa ekspresi keagamaan tidak melanggar hak asasi manusia atau mengganggu ketertiban umum..

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi maka dapat disimpulkan bahwa Facebook terbaik untuk komunitas, cerita panjang, dan diskusi mendalam, Instagram terbaik untuk konten visual yang menarik dan inspiratif sedangkan Twitter terbaik untuk pemikiran singkat, berita terkini, dan percakapan interaktif. Cara terbaik untuk menggunakan ketiga platform ini dalam mengekspresikan keagamaan tergantung pada tujuan audiens yang ingin dijangkau. Penting untuk menggunakan platform ini dengan bijak dan hormat, dan menyadari potensi risiko cyberbullying dan disinformasi.

Ekspresi keagamaan di era digital membutuhkan kemampuan literasi digital yang kuat. Dengan memahami dan menerapkan literasi digital, individu dapat memanfaatkan kekuatan media sosial dan platform online lainnya untuk menyebarkan pesan agama yang positif, membangun komunitas yang inklusif, dan mempromosikan toleransi serta perdamaian antarumat beragama.

Moderasi beragama adalah tanggung jawab bersama. Dengan bekerja sama, kita dapat membangun komunitas online yang inklusif dan harmonis di

mana individu dapat mengekspresikan keyakinan agama mereka secara bebas dan bertanggung jawab.

## REFERENSI

- Asiyah, S., Nasrullah, M., & Baroroh, U. (2024). Dakwah Anti Ekstremisme Melalui Media Instagram (Analisis Konten Di Instagram Infonesia). *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(1), 493-516. <https://doi.org/10.35878/muashir.v2i1.1185>
- Brasher, B. (2001). *Give Me that Online Religion*. Jossey-Bass Inc.
- Hatta, M. (2019). Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 22(1), 1-30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>
- Nawawi, M. K., & Sari, R. A. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Beragama. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 19143-19149.
- Rahman, F. (2011). *Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan-Pesan Keagamaan di\_duni@maya*. Lembaga Studi Islam Pogresif (LSIP).
- Setiawan, S. R. D., & Ika, A. (2018). *Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang*. Kompas.Com. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>
- Sugeng Cahyono, A. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Winman, D. F., & Lahamendu, N. O. K. D. (2021). Cyberspace dan Unggahan Status Religius di Media Sosial. *PUTE WAYA: Sociology of Religion Journal*, 2(1), 44-62.