

PARADIGMA DAKWAH MODERASI BERAGAMA DI MEDIA SOSIAL

Agus Mubarok

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Daarut Tauhiid
agus.mubarok@staidaaruttauhiid.ac.id

Received: 2023-10-09; Accepted: 2023-10-16; Published: 2023-12-30

Abstrak : This research aims to reveal the important role of da'wah in spreading the concept of religious moderation in religious life on social media. The method used in this research is library research with a qualitative approach. So that a strong theoretical foundation is obtained in analyzing how the concept of religious moderation is applied in the context of social media, as well as how da'wah can play an important role in spreading the message of religious moderation on social media. The study results show that da'wah plays a central role in communicating religious moderation in the context of religious life. Analysis of Google search trends with keywords such as "religious moderation," "Islamic Moderation," "Islam Wasatiyah," and "Dakwah" indicates significant interest in issues of moderation and religion on social media. The conclusion of this research shows that the strategy of preaching religious moderation on social media has great potential to address issues of radicalism, intolerance and extremism. This research can have implications for opening the mindset of the religious moderation preaching paradigm on social media as well as becoming a concept that corrects wrong understanding in religious life.

Keywords : Da'wah, Religious Moderation, Social Media, Extremism.

Copyright © 2023, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan media, Perkembangan media mulai dari media cetak, elektronik sampai newmedia yang disebut media sosial ini bisa menjadi jalan tersebarnya dakwah ke seluruh pelosok negeri bahkan bisa langsung sampai ke genggaman tiap orang. Menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Setiap saat dan setiap detik orang bisa mengakses media sosial. Tersebarnya informasi keagamaan di media sosial dapat mempengaruhi pemahaman keagamaan setiap individu yang mengakibatkan munculnya perilaku ekstrim atas nama agama yang mengakibatkan konflik, rasa benci, intoleran bahkan peperangan yang berkepanjangan yang dapat memusnahkan peradaban. Sikap-sikap seperti itulah yang perlu dimoderasi (Litbang kemenag, 2019). Kehadiran narasi keagamaan yang moderat menjadi semakin penting dalam era digital yang ditandai oleh perkembangan teknologi informasi yang cepat dan dominasi kapitalisme global.

Menurut Hamdi, dkk. (2020) dalam Rumata, Iqbal (2021) mengungkapkan bahwa salah satu faktor penyebab terjadinya konflik antar dan intern umat beragama adalah karena kurangnya pemahaman dan acunya umat agama atau kelompok agama tertentu untuk dapat memahami tentang umat agama atau kelompok agama yang lain yang berbeda ideologi (Rumata & Iqbal, 2021). Dalam konteks ini, individu-individu cenderung lebih independen dalam pemahaman dan praktik keagamaan mereka, dengan akses bebas ke beragam pandangan dan ajaran di internet. Seiring dengan pergeseran otoritas keagamaan yang semakin terfragmentasi, narasi keagamaan moderat dapat berperan sebagai pengimbang yang membantu mengatasi polarisasi dan radikalisasi pandangan keagamaan. Dengan demikian, dalam dunia digital yang kompleks ini, narasi Internet dan media sosial dianggap sebagai alat yang paling efektif dan mudah digunakan dalam dunia digital untuk memicu emosi kuat dalam kalangan umat manusia. Oleh karena itu, pendekatan periklanan internet dalam konteks moderasi beragama kini menjadi sangat penting. Upaya untuk mempromosikan moderasi beragama secara terbuka harus tersebar luas dan terkoordinasi di media sosial, Meskipun generasi milenial mendominasi penggunaan media sosial, studi yang dilakukan oleh Hamdi dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan moderasi beragama. Penggunaan media sosial seringkali diwarnai oleh informasi berbahaya, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan pandangan radikal. Namun demikian, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan ajaran konservatif oleh kelompok salafi (Hamdi, dkk. 2021)

Masyarakat khususnya generasi milenial (generasi Z) menunjukkan kecenderungan tren yang baru mengenai ketertarikan dalam mempelajari ilmu agama belakangan ini. Tren yang dimaksud adalah mencari rujukan agama secara *virtual*. Ketua PP Muhammadiyah sekaligus Guru Besar UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Prof. Dadang Kahmad dikutip dari artikel situs muhammadiyah.or.id menyampaikan bahwa secara persentase, generasi Z dengan rentang usia 10-40 tahun mencari rujukan

agama melalui internet sebesar 50,8%, buku/kitab sebesar 48,57%, melalui televisi 33,73%, dan terakhir 17,11% menyimak dakwah virtual (Utami Oktafiani, dkk., 2022).

Konsep moderasi beragama ini menjadi kaerangka acuan dalam memahami kehidupan beragama, di dalam al-quran konsep moderasi beragama ini terkenal dengan nama washatiyah, QS. al-Baqarah ayat 143. Hal ini yang melatarbelakngi pentingnya bersikap washatiyah sehingga diharapkan bisa menjadi solusi dari pemahaman yang radikal, intoleran, dan ekstrimisme. Agama Islam sudah pasti moderat, namun umatnya belum tentu moderat, karena terkadang umatnya masih melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan agama Islam.³ Jadi, yang dianjurkan untuk moderat adalah umat Islam itu sendiri (Achmad & Jannah, 2022)

Penelitian mengenai paradigma dakwah moderasi beragama di media sosial ini menjadi konsen dalam penulisan artikel ini. Untuk mengetahui perbedaan dan posisi penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya; Pertama "Aktualisasi Moderasi beragama abad 21 Melalui Media Sosial" (Widiningtyas Wibowo & Siti Nurjanah, 2021), Penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan aktivitas dan keefektifan penggunaan media sosial sebagai sarana penggalakkan moderasi beragama di Indonesia, tiga hal mendasar yang menjadi poin pokok dari pembahasan artikel ini yaitu pemahaman moderasi beragama dan peran media sosial. Poin tersebut membentuk suatu kesatuan dalam mendukung moderasi beragama di Indonesia berbasis literasi era media 4.0 di abad 21. Kedua "Moderasi beragama dikalangan milenial Peluang, Tantangan, Kompleksitas dan tawaran solusi" (Inayatillah, 2021), Dalam penelitian ini realita di lapangan fenomena radikalisme telah mengakar kuat, Program moderasi yang ditawarkan pemerintah kalah pamor dengan gerakan radikalisme yang dikemas menarik dan sesuai dengan trend kekinian, faktor sosial-politik-ekonomi, meliputi kemiskinan, kekerasan negara, ketidakadilan hukum, ketidakstabilan politik, isu sara, militerisme dapat mempengaruhi pemahaman dalam kehidupan beragama. ketiga "Moderasi beragama : landasan dalam Tradisi berbagai agama dan implemnetasi di era disrupsi Digital" (Nisa et al., 2021). Penelitian ini membahas landasan moderasi dalam tradisi berbagai agama dan implementasi di era disrupsi digital dan menunjukkan bahwa terdapat beberapa landasan moderasi dalam semua ajaran agama. Ajaran moderasi agama bukanlah hanya kepunyaan satu agama tertentu saja, melainkan berbagai agama bahkan peradaban dunia juga mempunyai hal seperti itu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa moderasi beragama sangat diperlukan dalam implementasi di era digital saat ini.

Paradigma dakwah moderasi beragama di ranah digital, melalui berbagai platform seperti blog, situs web, dan media sosial seperti youtube, whatsapp, facebook, instagram, dan twitter, menjadi sebuah inisiatif yang sangat penting (Khumaedi & Fatimah, 2019). Artikel ini mengeksplorasi upaya dakwah moderasi beragama di media sosial dengan beberapa tujuan utama: memberikan definisi yang lebih jelas tentang "moderasi beragama," mengulas berbagai isu keagamaan yang ditemui di media sosial, mengidentifikasi strategi dakwah moderasi beragama yang

telah dijalankan, dan menganalisis berbagai metodologi yang digunakan dalam dakwah tersebut.

Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis studi pustaka (*library research*). Studi pustaka merupakan sebuah metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap literatur terkait seperti artikel jurnal, buku, berita, maupun sumber lain terkait dengan revitalisasi syiar moderasi beragama di media sosial (Hermawan, 2019). Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendalami pemahaman dan menganalisis isu-isu seputar moderasi beragama dalam konteks media sosial. Metode studi pustaka merupakan pendekatan untuk mengumpulkan data, terutama ketika penelitian berfokus pada pengumpulan informasi dari literatur yang relevan seperti artikel jurnal, buku, berita, dan sumber-sumber lain yang terkait dengan revitalisasi syiar moderasi beragama di media sosial (Sari, 2020). Pendekatan kualitatif dengan menganalisis bagaimana peran dakwah memberikan kontribusi besar dalam upaya mensyiarkan konsep moderasi beragama di ruang digital/media sosial. Dengan kata lain, maraknya doktrin-doktrin penguasaan media oleh kelompok radikal-ekstremis di era kini, menjadi tanggung jawab bersama semua kalangan untuk mengimbangi atau bahkan mendominasi dakwah Islam santun di media sosial. Dengan sifatnya yang dinamis, menjadikan objek yang diteliti dengan kualitatif bisa saja berubah sesuai dengan perkembangan fenomena. Biasanya menggunakan pendekatan fenomenologi yang bersifat alamiah (Ahyar & Juliana Sukmana, 2020).

Objek penelitian ini terdiri objek formal dan objek material (Arifudin, 2021), objek formal dalam penelitian ini berupa data yaitu data yang berhubungan dengan kajian Paradigma Dakwah moderasi beragama di media sosial. Adapun yang termasuk pada objek materialnya berupa sumber data kajian paradigma dakwah ,moderasi beragama di media sosial. Teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi, yaitu mengadakan survey bahan kepustakaan untuk mengumpulkan bahan-bahan, dan studi literatur yakni mempelajari bahan-bahan yang berkaitan dengan objek penelitian, Teknik Prosedur Penelitian. Data pada penelitian ini dicatat, dipilih dan kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kategori yang ada, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analitis (Rahayu, 2020).

Pembahasan

Paradigma Dakwah

Dakwah islam menjadi hal yang penting dalam tersebarnya islam sampai ke pelosok negeri, islam bisa difahami syariatnya dengan adanya peran para da'i dalam melaksanakan dakwahnya. Dakwah Islam yang telah internalized menjadi paradigma untuk memberi struktur dan makna terhadap realitas sosial dan fisik serta menjadi kerangka dasar pemecahan masalah. Oleh karena perubahan sosial menuju ke arah tertentu maka dakwah berfungsi memberikan arah dan corak ideal tatanan masyarakat

baru yang akan mendatang. Aktualisasi dakwah berarti upaya penataan masyarakat terus-menerus ditengah-tengah dinamika perubahan sosial sehingga tidak ada satu sudut kehidupan pun yang lepas dari perhatian dan pengharapannya. (Syamsuddin, 2019). Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus berperan menuju pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek. (Teguh, 2019)

Strategi Dakwah Dalam Moderasi Beragama

Dakwah Islam tidak mempertentangkan ilmu agama dan bukan agama. Bahkan justru juru dakwah harus mampu menciptakan agama Islam sebagai motivator dan dinamisator pengembangan keilmuan, kerja keras sebagai amal saleh, kepribadian yang luhur, mempertahankan nilai-nilai moralitas yang luhur. (Aang, 2020) Berbagai dakwah haruslah mampu menciptakan manusia yang berkualitas tinggi sebagai panutan, baik terhadap diri sendiri bahkan pada orang lain. Wacana pola dan strategi dakwah Islam dalam lingkup moderasi beragama harus sejalan dengan pluralisme agama.

Menurut Djohan Effendi pluralisme agama memiliki makna bukan hanya pengakuan secara sosiologis bahwa umat beragama berbeda, tetapi juga pengakuan tentang titik temu secara teologis di antara umat beragama. Djohan tidak setuju dengan absolutisme agama. Ia membedakan antara agama itu sendiri dengan keberagamaan manusia. Pengertian antara agama dan keberagamaan harus dipahami secara proporsional. Menurutnya, agama terutama yang bersumber pada wahyu, diyakini sebagai bersifat ilahiyah. Agama memiliki nilai mutlak. Namun, ketika agama itu dipahami oleh manusia, maka kebenaran agama itu tidak bisa sepenuhnya ditangkap dan dijangkau oleh manusia, karena manusia sendiri bersifat nisbi. Oleh karena itu, kebenaran apapun yang dikemukakan oleh manusia termasuk kebenaran agama yang dikatakan oleh manusia bersifat nisbi, tidak absolut. Yang absolut adalah kebenaran agama itu sendiri, sementara kebenaran agama yang dikatakan oleh manusia itu nisbi.

Moderasi beragama berasal dari bahas inggris yaitu moderation yang artinya sikap tengah atau sikap tidak berlebihan Dalam bahasa Arab, istilah "moderat" dikenal sebagai "*al-wasathiyah*," dan referensinya dapat ditemukan dalam Al-Quran pada Surah al-Baqarah ayat 143. Istilah "*al-Wasath*" mengandung makna yang mencerminkan yang terbaik dan paling sempurna. Dalam hadis juga disebutkan bahwa hal terbaik adalah yang berada di tengah-tengah (Akhmadi, 2019). Secara substansial, moderasi beragama mengacu pada pemahaman yang seimbang dan tengah terhadap ajaran agama. Ini melibatkan kemampuan untuk menghormati serta memahami nilai-nilai agama sambil tetap menerima adanya pandangan berbeda dan sudut pandang yang beragam. Moderasi beragama juga mencakup sikap toleransi terhadap pemahaman agama yang berbeda dan menekankan penolakan terhadap kekerasan

dalam upaya memaksakan keyakinan atau pandangan agama pada orang lain (Sutrisno, dkk., 2019).

Sikap moderat dalam kehidupan beragama bukan meniadakan hal yang penting dalam beragama tapi Moderat dalam konteks pemikiran Islam menekankan pentingnya sikap toleransi terhadap perbedaan dan keterbukaan dalam menerima keragaman keagamaan (inklusivisme). Kehadiran agama pada hakikatnya adalah untuk menjaga harkat, martabat dan peradaban manusia bukan sebaliknya atas nama agama melakukan tindakan ekstrimesme dengan memaksakan kehendak orang lain. Moderasi beragama adalah upaya mengembalikan pemahaman dan praktik beragama agar sesuai dengan essensinya (Litbang kemenag, 2019)

Menurut pandangan Quraisy Shihab, sikap moderat dapat diartikan sebagai keberadaan ditengah tapi tetap dalam lingkung tarik menarik di kedua sisi. Moderasi bukanlah tentang berdiam diri di tengah-tengah tanpa tindakan, tetapi melibatkan diri secara aktif dalam usaha menyeimbangkan arus dari spektrum yang berlawanan. Ini mengharuskan kesabaran dan ketekunan dalam menghadapi berbagai tekanan, dan juga memerlukan pengetahuan dan pemahaman yang cukup untuk tidak terjebak oleh salah satu ekstrem. Sebaliknya, dalam praktiknya, kedua ekstrem dari spektrum tersebut harus diarahkan menuju tengah, dengan tujuan mencapai keadilan dan kebaikan yang menjadi syarat mutlak dalam menciptakan moderasi (Shihab, 2019).

Secara budaya, moderasi beragama diakui sebagai esensi dan contoh yang telah berkembang selama berabad-abad di wilayah Nusantara. Meskipun masyarakat Nusantara sangat beragam secara keagamaan, mereka tetap menjunjung tinggi nilai-nilai kultural yang menjadikan mereka sebagai model dalam mempromosikan toleransi dan inklusivitas. Nilai-nilai, prinsip, dan praktik keagamaan di Nusantara didasarkan pada konsep tasammuh, yang menekankan bahwa pendekatan ini tidak bersifat ekstrem dalam arti radikal-fundamentalis, dan juga tidak liberal-sekuler dalam arti yang ekstrim (Inayatillah, 2021).

Secara khusus, dalam konteks Islam, konsep Wasatiyah (moderasi) memiliki peran sentral dalam mempromosikan sikap toleransi dan inklusivitas. Islam Wasatiyah adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan gagasan moderasi beragama dalam Islam (Ash-shalaabi, 2001). Konsep ini berasal dari kata Arab "*wusuth*," yang memiliki dua arti: "*al-mutawassith*" (orang yang moderat) dan "*al-mu'tadil*" (orang yang seimbang). Istilah "*al-wasath*" juga bisa berarti "*al-mutawassith al-mutakhashimain*" (perantara antara dua orang yang berselisih) (Huriani et al., 2022).

Menurut Yusuf Al Qardhawi, konsep *wasathiyyah* mirip dengan *al-tawazun*, yang mengacu pada upaya menjaga keseimbangan antara dua sisi atau aspek yang berlawanan, dengan tujuan mencegah dominasi satu sisi atas yang lain. Contoh-contoh keseimbangan ini dapat ditemukan dalam konteks seperti spiritualisme dan materialisme, individualisme dan sosialisme, pemikiran pragmatis dan idealis, dan lain-lain. Prinsip utamanya adalah memberikan bagian yang adil dan proporsional kepada masing-masing sisi tanpa berlebihan, baik itu berlebihan dalam satu sisi atau

terlalu sedikit dalam yang lain, yang merupakan cara terbaik untuk mengembangkan pola pikir yang seimbang (Al-Qardhawi, 1999).

Konsep pemikiran Islam, *Wasatiyah* (jalan tengah) dicirikan sebagai "toleransi," "keseimbangan," "keadilan," dan "*iqtishad*" (kesederhanaan), yang semuanya merupakan bagian dari pengertian *tawassuth* dan *tasamuh* (inklusivitas). Nilai-nilai ini mengajarkan bahwa dalam Islam, perbedaan dalam pemahaman dan praktik agama tidak seharusnya menjadi penghalang untuk menjalin kerja sama, dengan prinsip-prinsip kemanusiaan sebagai landasan yang mendasari. Wahbah al-Zuhaili menyatakan bahwa pendekatan moderasi dalam pemikiran dan tindakan keagamaan merupakan kunci untuk mencapai stabilitas dan kedamaian yang dapat memberikan manfaat besar bagi seluruh masyarakat dan warga negara. Oleh karena itu, konsep wasathiyyah mencerminkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip moral Islam secara menyeluruh (Zuhaili, 2009).

Menurut sebagian ulama, konsep *wasathiyyah* bukan sekadar sikap terhadap keyakinan agama individu atau metode untuk memahami keyakinan agama pribadi. Yang pasti, karakter *wasathiyyah* hanya dapat diperoleh melalui kesetiaan pada ajaran agama. Dalam konteks ini, karakter *wasathiyyah* adalah manifestasi iman dan moralitas yang memungkinkan umat Islam menjadi saksi yang diberkati oleh Allah, dikenal sebagai "*shuhad' al-nas*." Keteguhan karakter religius Nabi Muhammad dan para pengikutnya telah digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang sifat *wasathiyyah* ini. *Wasathiyyah* menjadi gambaran kehidupan nyata dari hikmah dan pemahaman Allah dalam menciptakan konsep ini. Karakter *wasathiyyah* telah diperhatikan oleh Allah dan Rasul-Nya di antara para sahabat Nabi Muhammad. Oleh karena itu, mereka yang mendalami dan menerapkan ajaran Islam dengan tekun, serta aktif terlibat dalam manhaj komunitas sahabat, lebih mendekati karakter *wasathiyyah* dibandingkan dengan mereka yang tidak melakukannya.

Para ahli meyakini bahwa moderasi beragama adalah kunci untuk membawa masyarakat menuju perdamaian, menghindari pertentangan dan ekstremisme. Setidaknya, Islam menawarkan sejumlah nilai persaudaraan (*ukhuwwah*), yaitu: pertama, *Tawasuth* yang memiliki arti pertengahan. Posisi tengah membuat individu tidak berpihak kepada salah satu ekstrem, sehingga mereka dapat bertindak dengan adil. Posisi tengah memungkinkan seseorang dilihat oleh berbagai pihak dari berbagai sudut pandang, dan inilah yang membuatnya bisa menjadi contoh yang baik bagi semua orang (Shihab, 2011). Kedua, *Tawazzun* (keseimbangan). yaitu sikap berimbang atau harmoni dalam berkhidmat demi terciptanya keserasian hubungan antar sesama umat manusia dan antara manusia dengan Allah SWT.

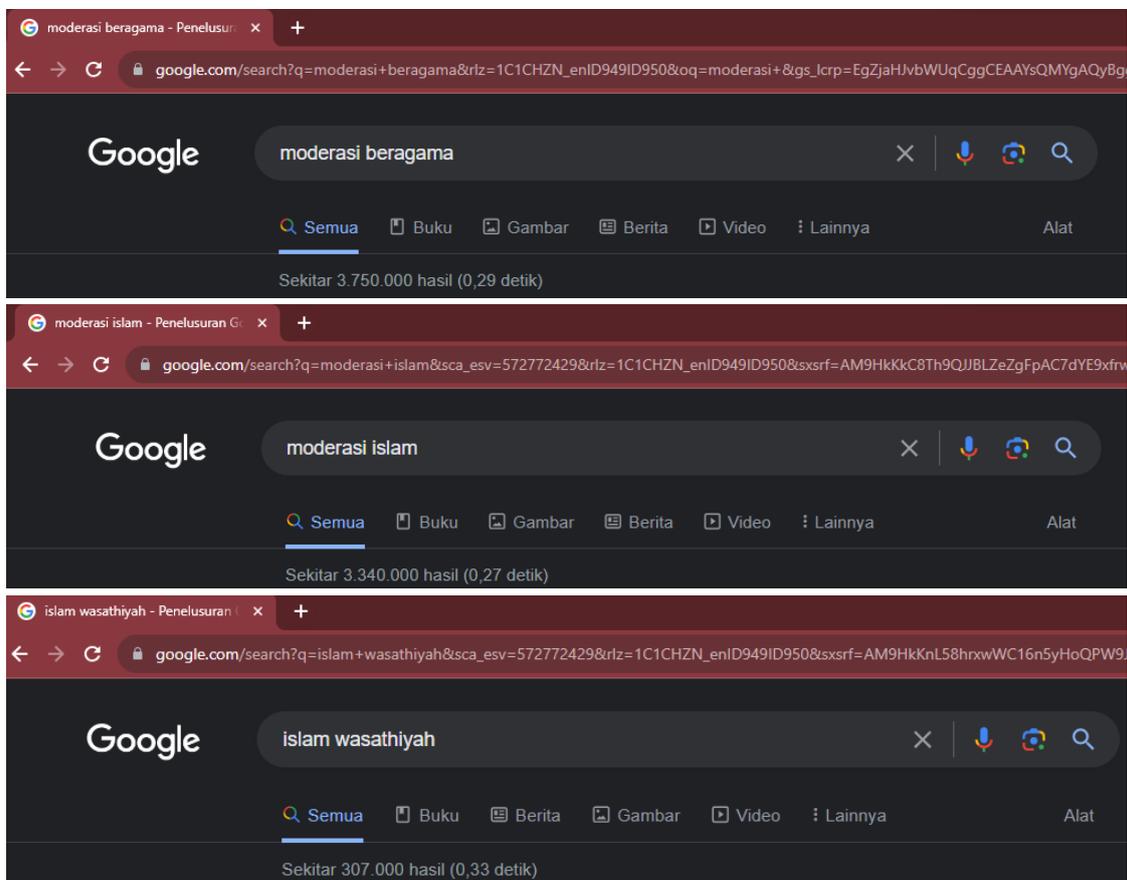
Ketiga, *I'tidal* (lurus dan tegas). Ungkapan "lurus dan kokoh" secara gramatikal mengacu pada penempatan yang tepat dan pelaksanaan yang benar, serta pemenuhan hak dan kewajiban. Ini berarti memastikan bahwa hak dan kewajiban setiap individu dihormati, tanpa adanya pembatasan hak asasi manusia karena kewajiban (Maarif, 2017). Keempat, *Tasamuh* (toleransi). Sikap toleran dalam perbedaan, baik dalam masalah keagamaan, terutama hal-hal yang bersifat *furu'* atau

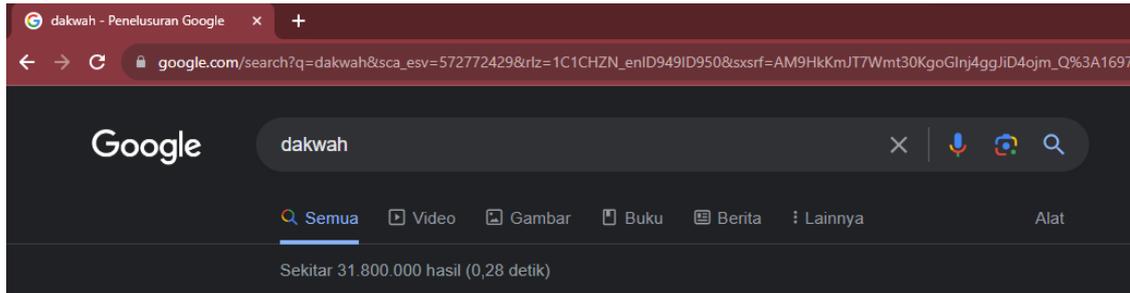
perkara yang menjadikan khilafiyah (perbedaan), serta dalam masalah kemasyarakatan dan kebudayaan (Azizah, 2021).

Moderasi Beragama di Media Sosial : Tren di Indonesia

Transformasi digital telah membuka peluang baru dan tantangan unik dalam konteks moderasi beragama di Indonesia. Media sosial, platform berita daring, dan berbagai bentuk komunikasi digital memungkinkan individu dan kelompok untuk dengan cepat menyebarkan pesan-pesan beragama mereka, baik yang bersifat moderat maupun yang ekstrem. Tren terkini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin aktif dalam berpartisipasi dalam diskusi keagamaan, terutama melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan youtube. Namun, semakin berkembangnya ekosistem digital juga menghadirkan risiko, termasuk penyebaran pandangan radikal dan intoleran.

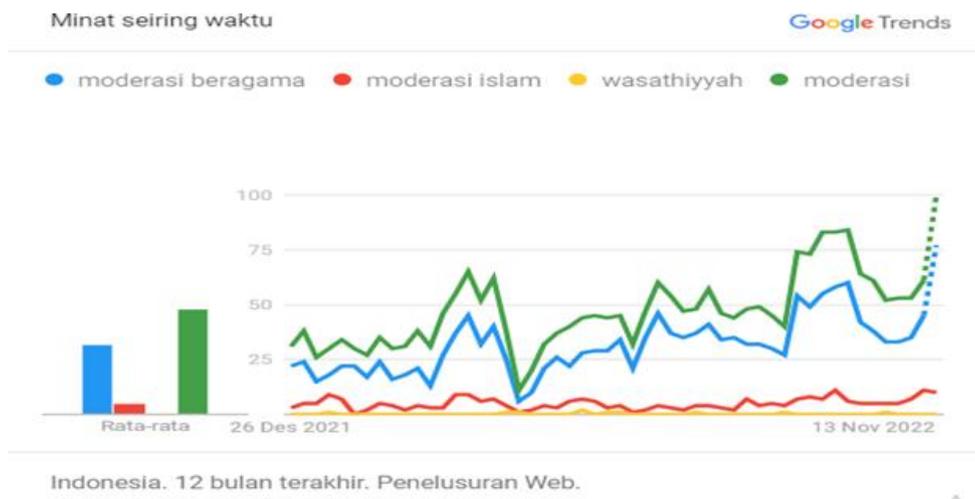
Salah satu tema yang cukup populer dalam lingkungan digital adalah moderasi beragama. Sebuah pencarian di mesin pencari Google menggunakan kata kunci "Moderasi Beragama" menghasilkan lebih dari 3,6 juta hasil, menunjukkan minat yang tinggi dari netizen terhadap topik ini. Bahkan, jika dibandingkan dengan kata kunci serupa seperti "*wasathiyah*" yang hanya menghasilkan sekitar 302 ribu hasil, pencarian dengan kata kunci "Moderasi Islam" menghasilkan lebih dari 4,03 juta hasil. Jumlah hasil yang cukup besar ini mengindikasikan bahwa banyak pengetahuan terkait moderasi beragama tersedia di internet, tetapi masih ada pertanyaan tentang sejauh mana pengetahuan tersebut benar-benar dimanfaatkan dan dipahami oleh pengguna.





Gambar 1. Hasil Pencarian Google untuk "Moderasi Beragama"

Dalam penelusuran selama 12 bulan terakhir dengan menggunakan kata kunci seperti 'moderasi beragama,' 'moderasi Islam,' 'wasathiyah,' dan 'moderasi,' terdapat temuan menarik. Lebih dari 32% warganet Indonesia mencari informasi tentang moderasi beragama, 5% mencari tentang moderasi Islam, kurang dari 1% mencari informasi tentang wasathiyah, sementara sekitar 48% warganet mencari tentang moderasi tanpa kata kunci tambahan. Temuan ini menunjukkan bahwa pembahasan seputar moderasi dan moderasi beragama di ruang digital telah menjadi tren signifikan pada tahun 2023. Untuk data lebih rinci, bisa dilihat pada gambar, Berikut:



Gambar 2. Hasil Penelusuran Tren Moderasi Beragama di Google

Peneliti juga mengkaji tren konten moderasi beragama di platform media sosial antara lain YouTube, Instagram, dan Tiktok selain mencari tren media digital menggunakan Google Trend untuk memastikan difusi konten tersebut. Tagar #moderasiberagama dimasukkan ke dalam mesin pencari media sosial dengan alat yang digunakan untuk mengevaluasi tren media sosial. Karena metrik media sosial tidak digunakan, pencarian ini saat ini manual. Di YouTube, penelusuran "#moderasiberagama" menghasilkan 7,3 ribu video di 4,4 ribu saluran (YouTube, 2022). 34.638 postingan secara keseluruhan di Instagram (per 2022), dan 14,2 juta tampilan di TikTok (TikTok, 2022). Tabel berikut mencantumkan platform media

sosial paling populer untuk distribusi konten, termasuk YouTube, Instagram, dan TikTok.

No	Media Sosial	Jumlah Konten
1	Youtube	7,3 rb video
2	Instagram	34,638 postingan
3	Tiktok	14,2 jt tampilan

Tabel 1. Penggunaan tagar #moderasiberagama di media sosial

No	Media Sosial	Jumlah Konten
1	Youtube	7,3 rb video
2	Instagram	34,638 postingan
3	Tiktok	14,2 jt tampilan

Tabel 1. Penggunaan tagar #moderasiberagama di media sosial

TikTok adalah platform media sosial yang menghasilkan konten paling banyak dan paling populer di kalangan pengguna jika dibandingkan dengan Instagram dan YouTube, menurut statistik tren konten moderasi agama di YouTube, Instagram, dan TikTok (Thadi, 2022). TikTok menerima lebih banyak impresi dibandingkan platform media sosial lainnya karena fitur yang ditawarkannya, seperti kemampuan membuat video musik berdurasi 60 detik yang dapat diubah dengan berbagai filter fitur dan musik latar serta mudah untuk diposting. Pengguna TikTok Indonesia menempati urutan keempat, di belakang WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Di Indonesia, 63,1% penduduk menggunakan Tiktok, naik 38,7% dari tahun sebelumnya.

Bentuk Dakwah Moderasi Beragama di media Sosial

Perkembangan budaya komunikasi dan interaksi sosial di ruang publik sangat dipengaruhi oleh maraknya media sosial (sosial media). Melalui penggunaan teknologi digital, interaksi manusia tidak lagi hanya bersifat maya (buatan) tetapi juga tidak lagi berhubungan dalam arti yang sebenarnya. Masyarakat nyata adalah kehidupan sosial yang langsung berhubungan dengan indrawi melalui kontak sosial secara langsung. Masyarakat virtual, di sisi lain, adalah cara hidup yang tidak dapat langsung dialami oleh indra tetapi dapat dirasakan dan dilihat sebagai kenyataan melalui penggunaan teknologi digital (Piliang, 2011).

Komunitas virtual yang terhubung satu sama lain di dunia maya berinteraksi dengan sangat cepat akibat terciptanya dunia maya. Ungkapan "dunia maya" awalnya digunakan dalam sebuah novel karya Venor yang diterbitkan pada tahun 1981. Kemudian, pada tahun 1984, Gibson menggunakan istilah "dunia maya" dalam bukunya "Neuromancer". Kumpulan representasi data grafik demi grafik yang hanya dapat diakses melalui perangkat komputer adalah cara Gibson lebih lanjut mendefinisikan istilah "dunia maya" (Nasrullah, 2018).

Selain itu, komunitas dapat menciptakan kehidupan palsu (kehidupan virtual) di dunia maya secara gratis, menghadirkan aspek baru kehidupan masyarakat saat mereka bertransisi ke masyarakat informasi dan digital. Penggunaan media yang tinggi untuk informasi di berbagai bidang, termasuk sosial, pendidikan, dan komersial,

merupakan ciri masyarakat informasi ini (Nasrullah, 2018). Diyakini bahwa ranah digital dapat menjadi platform yang ideal untuk mempromosikan moderasi beragama. Kampanye adalah teknik komunikasi verbal dan nonverbal. Artinya, pesan dapat disampaikan melalui berbagai media, antara lain pidato, iklan debat, poster, spanduk, dan baliho (Venus, 2009). Istilah “kampanye” umumnya lebih berkonotasi terkait dengan komunikasi politik, dan banyak yang menggunakannya menjelang pemilihan umum. Namun, ada ide-ide kampanye kunci yang dapat diterapkan ke berbagai media komunikasi.

Menurut Venus, faktor-faktor krusial berikut dapat membantu kampanye moderasi agama di ruang digital: 1). *The Intended Effect*. Efek yang diinginkan harus dipahami sebelum memilih komponen pendukung kampanye, memungkinkan pencapaian yang terperinci dan patut diperhatikan. 2). *Competing Communication*. Komunikasi yang bersifat persaingan. Untuk melaksanakan kampanye dengan benar, diperlukan perkiraan kemungkinan gangguan kampanye. 3). *The Communication Objective*. Penetapan tujuan jangka panjang diperlukan untuk strategi yang ditargetkan dan terukur. 4). *Target Population and Target Recipient Group*. Kelompok Penerima dan Populasi Sasaran Semua kelompok yang terlayani dalam program yang direncanakan disebut sebagai sasaran. 5). *The Channel*. Saluran komunikasi yang digunakan harus berkaitan dengan pesan dan kehidupan sehari-hari kelompok penerima. 6). *The Message*. Kampanye harus menyajikan pesan-pesan yang edukatif, informatif dan mempengaruhi perilaku sasaran (Venus, 2009).

Keadilan dan moderatisme berbagi afinitas yang kuat untuk menemukan jalan tengah di antara ekstrem yang berlawanan, yang memastikan keharmonisan dan keseimbangan sosial. Oleh karena itu, siapa pun, baik perorangan maupun komunitas online, dapat terlibat dalam proses advokasi moderasi beragama di ranah digital. Pengguna internet dan media sosial bisa dilatih menjadi pembela agama moderat di ranah digital, siap menjalankan kampanye melawan stunting, sampah plastik, dan isu lainnya (Halimatusa diyah et al., 2020).

Strategi Konten Kampanye Moderasi Beragama di Media Sosial

Menurut sebuah studi terbaru, media sosial dan internet di dunia digital dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk menyebarkan pesan moderasi. Misalnya dengan ikut serta dalam mem-posting pesan-pesan yang mendorong kebaikan dan mendidik, pesan-pesan tersebut dapat direpresentasikan dalam bentuk tulisan, melalui gambar ilustrasi, atau melalui video-video singkat yang mendidik. Kegiatan sederhana ini setidaknya berupaya mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh kurangnya konten yang dimoderasi di lingkungan online media sosial (Wibowo, 2019b)

Wasathiyyah, atau soal moderasi, tidak hanya relevan bagi setiap individu tetapi juga bagi persoalan masyarakat luas, khususnya ummat dan masyarakat. Pada kenyataannya, setiap aspek masyarakat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan keagamaan yang terhormat dan wajar. Apalagi sekarang, ketika berbagai gagasan mampu masuk dan membentuk sikap yang lebih radikal. Dengan nalar yang dipahami secara signifikan berbeda dengan substansi asli ajaran Islam, mereka menunjukkan

keragaman pola pikir keagamaan. Berawal dari kejadian tersebut, semua orang menyepakati nilai moderasi, namun masih ada ketidakjelasan di masyarakat mengenai makna, tujuan, dan penerapannya (Shihab, 2019).

Pesan mengasumsikan peran penting dalam proses kampanye, meningkatkan keberhasilan komunikasi. Efendy mengklaim bahwa pesan dapat disampaikan secara lisan atau tertulis dan mengandung simbol atau simbol dengan makna yang telah ditentukan. Pesan mencakup semua bentuk komunikasi verbal dan nonverbal, menurut Pratikno. Komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal melibatkan penggunaan simbol, gerak tubuh, sentuhan, perasaan, dan penciuman (Wibowo, 2019).

Siahan mengklarifikasi bahwa saat mengirim komunikasi, faktor-faktor berikut harus diperhatikan: 1. *Clear*. Pesannya harus dipahami dengan jelas, yang membutuhkan penggunaan bahasa yang sederhana tanpa konotasi kiasan yang menyimpang dan komprehensif. 2. *Correct*. Pesan harus didukung oleh fakta, hanya berisi kebenaran yang sudah mapan, dan bebas dari kebohongan (hoak); 3. *Concise*. Pesannya menyeluruh dan tidak mencairkan makna yang dimaksudkan; 4. *Comprehensive*. Jangkauan luas Komunikasikan harus memahami makna pesan secara keseluruhan karena mencakup seluruh komunikasi; 5. *Concrite*. Pesan itu benar dan dapat dijelaskan mengingat informasi yang tersedia. 6. *Comlete*. Pesannya komprehensif dan terorganisir secara logis.

Pesan moderasi beragama harus menggabungkan pesan persuasif dan menginformasikan ketika pesan tersebut dibuat untuk lingkungan digital. Setidaknya pengguna Facebook bisa menulis tagline atau postingan yang menawarkan informasi tentang nilai-nilai moderasi beragama. Pesan informatif adalah pesan yang didasarkan pada statistik dan fakta. Pesan tersebut juga harus memiliki daya tarik yang mempengaruhi opini atau sentimen pembaca atau pengguna facebook lainnya. Pesan tidak harus tertulis; mereka malah dapat mengambil bentuk film atau gambar deskriptif.

Ruang digital saat ini digunakan sebagai alat untuk berbagai keperluan yang tidak dapat dihindari di segala bidang kehidupan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya pengguna media sosial. Bahkan, sebuah penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa saat ini fenomena *cyberreligion* (bacaan agama di internet) sedang gencar dilakukan seiring dengan berkembangnya dakwah melalui media online (Hatta, 2018).

Fenomena seperti itu terus ada dan menjadi iklim keagamaan yang terus berkembang di masyarakat. Sehingga saat ini, orang yang tidak mengikuti pendidikan agama pun bisa bertindak seolah-olah sebagai ustadz yang serba tahu. Pelarian konsultasi agama ke media sosial akan mengkhawatirkan jika terkontaminasi oleh konten konservatif. Esensi dari konten-konten tersebut sebenarnya hanya akan memunculkan sikap radikal dan ekstrim. Akibatnya, jika pengguna selalu percaya dengan konten yang didapatnya, maka akan melahirkan pelaku-pelaku agama yang intoleran dan egois dengan ajarannya sendiri.

Ada beberapa strategi pesan Dakwah yang bisa digunakan untuk mempromosikan moderasi beragama di dunia maya:

1. Menampilkan Islam sebagai agama yang humanis.

Islam adalah agama yang mengedepankan prinsip-prinsip humanis yang mengandung banyak tujuan etis dan sosial. Rasulullah SAW benar-benar memerintahkan kita untuk memiliki pola pikir toleran dan menekankan nilai memperlakukan orang lain dengan kebaikan. Gagasan humanis bahwa nilai-nilai yang diterima secara universal tidak hanya berasal dari wahyu tetapi juga berpandangan bahwa manusia sebagai makhluk memiliki keunggulan atas spesies lain, terutama akal dan akal, sesuai dengan pendekatan penerimaan ini. Manusia dengan demikian telah melakukan penolakan terhadap bakat unggulnya berdasarkan premis humanisme bahwa ada perbedaan antara kebenaran dan kesalahan ketika seseorang hanya menuruti dogma agama tanpa memikirkan dengan hati-hati tentang esensi yang ada dalam akalnya. Ini menyiratkan bahwa setiap orang harus menyaring informasi atau ide yang mereka temui, terutama berhati-hati ketika menghadapi konsep yang mendorong ekstremisme dan radikalisme (Muhammaddin, 2017). Materi yang sederhana setidaknya dapat mengurangi kecenderungan intoleransi yang memicu ketegangan sekaligus menggambarkan Islam dalam cahaya kemanusiaan. Tayangan yang mendorong apresiasi terhadap keberagaman satu sama lain bisa menenangkan. Pada akhirnya, interaksi di media sosial akan dihasilkan dari materi-materi yang membangkitkan semangat ini, yang selanjutnya mendorong moderasi. Selain itu, konten terfilter yang dihadirkan setidaknya sesuai dengan konten konservatif yang banyak disebarluaskan di situs media sosial lainnya.

2. Menukar paradigma *Qabilah* dan *Ummah*.

Fanatisme terhadap masing-masing kelompok berpotensi menanam bibit intoleransi yang semakin cepat menyebar. Fanatisme adalah hal yang mutlak, terutama bagi individu yang berpegang pada paham eksklusif. Mereka akan menolak berbagai sudut pandang yang mereka yakini bertentangan dengan sudut pandang yang mereka pegang teguh. Mentalitas fanatik ini terkadang muncul sebagai akibat dari manhaj yang menuntut saling pengertian tetapi tidak memiliki kerangka berpikir yang netral. Konsekuensinya, mereka akan berpikir bahwa interpretasi lain tidak benar dan memicu lebih banyak perpecahan. Fanatisme ada dan dimulai dari rasa senang yang ekstrim terhadap sesuatu, ide, pergaulan, dan beberapa hal lain yang juga mempengaruhi tindakan seseorang, menurut penelitian psikologi agama. Pola pikir yang terlalu bersemangat ini pun cenderung membuat seseorang merasa lebih unggul dari orang lain dan merendahkan mereka yang berbeda. Dampak terburuk dari fanatisme adalah tumbuhnya perilaku agresif, yang bahkan dapat menimbulkan paham radikal (Hamdi, dkk., 2021).

Melihat hubungan sebab akibat ini, masuk akal bahwa konten moderasi sangat penting dalam menggeser paradigma fanatisme dari paradigma yang hanya mementingkan qabilah (kelompok itu sendiri) menjadi ummah (kelompok secara umum). Hal ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya melihat perbedaan secara utuh. Selain itu, ketika konten moderasi yang menghibur terus menyebar di media sosial, pembenaran penyebab stigma negatif bisa hilang. Melalui klarifikasi dan kedalaman substantif, tujuan inti moderasi konten adalah menyelaraskan dan memperluas perspektif. Tujuannya adalah untuk menelaah kejadian terkini secara lebih cermat dengan mempertimbangkan berbagai aspek.

3. Revitalisasi Islam Kaffah.

Fenomena banyaknya generasi muda yang berkerumun untuk cepat belajar agama melalui internet tidak dapat dihindari di dunia sekarang ini. Cyberreligion adalah nama yang diberikan untuk fenomena ini (Hatta, 2018). Hal ini menjelaskan bahwa ajaran Islam bersifat utuh, terpadu, holistik, total, dan lengkap, serta memiliki prinsip-prinsip pedoman yang menjadi landasan operasionalnya. Oleh karena itu, adalah salah jika ajaran Islam yang komprehensif hanya dipahami sebagian saja, karena hal ini akan menimbulkan miskonsepsi tentang Islam itu sendiri. Selain itu, khususnya dalam masyarakat Indonesia, cara memahami agama mungkin juga agak berbeda. Hal ini disebabkan fakta bahwa beberapa individu adalah spesialis dalam satu disiplin ilmu, seperti hukum. Selain itu, Fiqh yang lebih dalam secara eksklusif berkonsentrasi pada satu aliran pemikiran tertentu. Kasus seperti itu tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa beberapa individu masih memiliki kesalahpahaman tentang Islam (Nurjanah & Handayana, 2019).

Fenomena ini, mempromosikan Islam yang menyeluruh dan menyeluruh perlu menggunakan bahasa yang moderat. Karena pendekatan moderat sebenarnya berupaya memahami Islam dari berbagai perspektif, bukan hanya satu. Untuk mendekati sebuah fenomena secara jujur, konten moderasi menawarkan serangkaian sudut pandang yang masuk akal untuk membantu memahami semangat asli Islam. Bahkan, memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang agama adalah salah satu cara terbaik untuk mengembangkan pandangan moderat terhadapnya (Rahman & Noor, 2020)

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian dalam artikel ini, secara konseptual, moderasi dalam beragama merupakan sikap tengah, tidak sekuler dan non-religius. Topik keagamaan moderasi beragama dari laman mesin pencari Google menggunakan kata kunci "Moderasi Keagamaan" (di atas 3,4 juta), "Moderasi Islam" (di atas 3,7 juta) lebih tinggi "wasathiyah" (di atas 182 ribu), sedangkan "Moderasi" (5,7 juta). Melalui google trend hasil penelusuran moderasi beragama (32%), moderasi islami (5%) wasathiyah (kurang 1%), sedangkan moderasi (48%), berupa pesan

moderasi beragama dapat disampaikan dalam bentuk poster, spanduk, baliho, pidato, dan iklan diskusi. Sedangkan strategi dakwah moderasi beragama dengan menghadirkan Islam sebagai agama yang humanis, mengubah paradigma dari qabilah menjadi ummah, merevitalisasi Islam kaffah.

Daftar Pustaka

- Achmad, M., & Jannah, R. (2022). Moderasi Islam dalam Media Sosial; Studi Analisis Terhadap Pemahaman Agamawan di Youtube. *An-Nida'*, 46(2), 125. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i2.20845>
- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif SERI BUKU HASIL PENELITIAN View project Seri Buku Ajar View project. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Akhmadi, A. (2019). Moderasi beragama dalam keragaman Indonesia. *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45–55.
- Al-Qardhawi, Y. (1999). *Berinteraksi dengan al-Quran*. Gema Insani Press.
- Ash-shalaabi, 'Ali Muhammad Muhammad. (2001). *Al-Wasathiyah Fi Al-Qur'an Al-Kariem*. Maktabah At-Taabi'in.
- Azizah, I. (2021). Peran Santri Milenial dalam Mewujudkan Moderasi Beragama. *Prosiding Nasional*, 4, 197–216.
- Halimatusadiyah, I., Sutanto, T., Nur Jannah, A., Awaludin, A., & Imam Fauzy, F. (2020). *Beragama di Dunia Maya: Media Sosial dan Pandangan Keagamaan di Indonesia*. PPIM UIN Jakarta & MERIT Indonesia.
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. (2021a). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1–15. <https://doi.org/10.19109/intizar.v27i1.8191>
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. (2021b). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1–15.
- Hatta, M. (2018). *Media sosial, sumber keberagaman alternatif remaja (fenomena cyberreligion siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat)*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hefni, W. (n.d.). *Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Religious Moderation in The Digital Space: Case Study of Mainstreaming Religious Moderation among Islamic Higher Education Institutions*. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1).
- Huriani, Y., Zulaiha, E., & Dilawati, R. (2022). *Buku saku moderasi beragama untuk perempuan muslim*. Prodi S2 Studi Agama-agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Inayatillah, I. (2021a). Moderasi Beragama di Kalangan Milenial Peluang, Tantangan, Kompleksitas dan Tawaran Solusi. *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 7(1), 123–142. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v7i1.4235>

- Inayatillah, I. (2021b). Moderasi Beragama di Kalangan Milenial Peluang, Tantangan, Kompleksitas dan Tawaran Solusi. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 7(1), 123–142.
- Kementerian Agama RI. (2019). *Moderasi Beragama* (1st ed.). Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Khumaedi, T., & Fatimah, S. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 2(2), 106–113.
- Maarif, S. (2017). Meninjau Ulang Definisi Agama, Agama Dunia, dan Agama Leluhur. *Kebebasan, Toleransi Dan Terorisme: Riset Dan Kebijakan Agama Di Indonesia*, 13–48.
- Muhammaddin, M. (2017). Islam dan Humanisme. *Jurnal Studi Agama*, 1(2), 64–86.
- Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi antar budaya: Di era budaya siber*. Prenada Media.
- Nisa, M. K., Yani, A., Andika, A., Yunus, E. M., & Rahman, Y. (2021). MODERASI BERAGAMA: Landasan Moderasi dalam Tradisi berbagai Agama dan Implementasi di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Riset Agama*, 1(3), 79–96. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i3.15100>
- Nurjanah, S., & Handayana, S. (2019). *Metodologi Studi Islam Gerbang Moderasi Beragama*. Idea Press Yogyakarta.
- Piliang, Y. A. (2011). *Bayang-bayang Tuhan: agama dan imajinasi*. Mizan Publika.
- Rahman, K., & Noor, A. M. (2020). *Moderasi Beragama di Tengah Pergumulan Ideologi Ekstremisme*. Universitas Brawijaya Press.
- Rumata, A., & Iqbal, M. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. In *Jurnal Ilmu Dakwah* (Vol. 41, Issue 2).
- Sari, M. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*.
- Shihab, M. Q. (2011). *Tafsir al-Mishbah (IV)*. Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2019). *Wasathiyah Wawasan Islam tentang Moderasi Beragama*. Lentera Hati Group.
- Sutrisno, E., & others. (2019). Aktualisasi moderasi beragama di lembaga pendidikan. *Jurnal Bimas Islam*, 12(2), 323–348.
- Thadi, R. (2022). Kampanye Moderasi Beragama di Ruang Digital Indonesia. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 11(2), 171–186.
- Utami Oktafiani, T., Laeli Diaz Olivia, P., & Baruzzaman, M. (2022). Moderasi Beragama di Media Sosial: Narasi Inklusivisme dalam Dakwah. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan*.
- Wibowo, A. (2019a). Kampanye Moderasi Beragama di Facebook: Bentuk dan Strategi Pesan. *Edugama: Jurnal Kependidikan Dan Sosial Keagamaan*, 5(2), 85–103.

- Wibowo, A. (2019b). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339–356.
- Widiningtyas Wibowo, R., & Siti Nurjanah, A. (2021). Aktualisasi Moderasi Beragama Abad 21 Melalui Media Sosial. 11.
- Zuhaili, W. (2009). *at-Tafsi> r al-Muni> r fi al-Aqidah wa as-Syrariati wa al-Manhaj*. Juz. III. Damaskus, Da> r al-Fikr.