

## INTERNALISASI NILAI-NILAI MODERASI BERAGAMA DI INSTAGRAM

### *INTERNALIZING RELIGIOUS MODERATION VALUES ON INSTAGRAM*

**Yusnawati<sup>1a</sup>, Ahmad Wira<sup>2b</sup>, Afriwardi<sup>3c</sup>**

<sup>1</sup>Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Payakumbuh, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Andalas, Indonesia

<sup>a</sup>Email: [yusnawati2908@gmail.com](mailto:yusnawati2908@gmail.com)

<sup>b</sup>Email: [ahmadwira@uinib.ac.id](mailto:ahmadwira@uinib.ac.id)

<sup>c</sup>Email: [afriwardi@yahoo.com](mailto:afriwardi@yahoo.com)

#### ABSTRAK

Sorotan terkini terkait moderasi beragama adalah maraknya isu-isu kontemporer tentang toleransi beragama di media sosial. Atas dasar itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah kajian keagamaan di Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang akuntabel di kalangan generasi muda. Desain penelitian kualitatif digunakan dengan metode studi literatur. Pengumpulan data meliputi dokumentasi tertulis dari konten Instagram, komentar. Teknik analisis isi digunakan pada sumber primer terkait topik bahasan. Penelitian ini menegaskan bahwa Instagram memberikan dampak positif dalam proses internalisasi nilai-nilai moderasi beragama pada generasi muda. Hal ini ditunjukkan melalui antusiasme dan respon terhadap materi konten yang dipublikasikan oleh akun media dakwah yang beragam. Penelitian ini merekomendasikan penelitian berikutnya untuk mengidentifikasi efektivitas akun dakwah yang memberikan edukasi dalam moderasi beragama.

**Kata Kunci:** Generasi muda; Instagram; Moderasi Beragama

#### ABSTRACT

*The latest highlight of religious moderation is the rise of contemporary issues of religious tolerance on social media. On that basis, this study aims to study religious studies on Instagram as one of the accountable social media platforms among the younger generation. Qualitative research design is used by literature study method. Data collection includes written documentation of Instagram content, comments. Content analysis techniques are used in primary sources related to the topic. This study confirms that Instagram has a positive impact in the process of internalizing religious moderation values among the younger generation. It is demonstrated through enthusiasm and response to the content material published by various da'wah media accounts. This study recommends subsequent research to identify the effectiveness of da'wah accounts that provide education in religious moderation.*

**Keywords:** Young generation; Instagram; Religious Moderation

DOI : 10.38075/tp.v15i1.178



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Fenomena problematika plurarisme di Indonesia semakin tinggi. Hal ini ditandai dengan sikap sentimen masyarakat terhadap perbedaan agama, suku dan budaya (Hefni, 2020). Sebagaimana konsep *Bhineka Tunggal Ika* menjadi poin penting untuk diinternalisasikan secara intens. Strategi yang digunakan diharapkan dapat memobilisasi pemuda dalam menciptakan kerukunan bangsa.

Peralihan proses internalisasi nilai-nilai moderat diharapkan beralih pada strategi berbasis digital (Kawangung, 2019; Kosasih, 2019; Rafa'al & S. Sangadji, 2020). Hal ini menjadi penunjang untuk memudahkan pencapaian nilai-nilai moderat khususnya pada generasi muda. Melalui peran media sosial diharapkan dapat menyeimbangkan berita dan informasi negatif yang tersebar melalui media sosial, khususnya instagram. Sebagaimana diketahui bahwa pengguna instagram semakin tinggi seiring perkembangan teknologi (Arenggoasih & Wijayanti, 2020; Yanti & Witro, 2020).

Penggunaan media sosial dalam strategi dakwah juga menjadi opsi bagi internalisasi nilai-nilai toleransi pada generasi muda. Fenomena belajar agama di media sosial juga menjadi sorotan akhir-akhir ini (Faisal, 2020; Fakhruroji et al., 2020; Saputra, 2017; Latifah & Romario, 2019; Nugraha, 2013; Nugraha, 2015). Munculnya akun-akun dakwah di instagram menunjukkan fenomena perkembangan strategi dakwah semakin pesat dengan memanfaatkan teknologi sebagai media informasi global (Saefudin & Al Fatimah, 2020).

Berpijak dari penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa media sosial memberikan dampak bagi pemahaman agama generasi muda (Latifah & Romario, 2019; Rohman, 2020a). Hal ini ditandai dengan tingkat respon terkait konten yang diunggah semakin tinggi. Kondisi ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya membentuk internalisasi nilai-nilai moderat di media sosial (Akmaliah, 2020). Sebagaimana saat ini pergerakan informasi dan komunikasi berjalan melalui aktivitas media sosial. Atas dasar itu, media sosial juga memberikan peran penting dalam edukasi nilai moderasi beragama (Saputra, 2017; Syatar, 2020).

Media sosial memiliki ruang digital untuk menyeimbangkan arus informasi negatif terkait konflik dan radikalisme (Hefni, 2020; Syahputra, 2020). Tingginya frekuensi penyebaran informasi negatif dapat memberikan ancaman bagi masyarakat Indonesia terhadap kerawanan konflik antar agama. Berpijak dari hal tersebut, dibutuhkan kolaborasi dari seluruh elemen masyarakat (Alam, 2020), seperti aktualisasi nilai-nilai moderat di media cetak (Rohman, 2020b).

Moderasi Beragama sangat penting dijadikan *framing* dalam mengelola kehidupan beragama sebagai contoh sikap saling menghargai karena masyarakat Indonesia adalah masyarakat plural dan multikultural (Sirajuddin, 2020). Sehingga, tantangan tersebut tidak memberikan kekhawatiran terhadap kosep moderasi saat ini (Arifianto, 2019). Berdasarkan analisis terhadap penelitian sebelumnya, maka masih dibutuhkan penelitian yang fundamental terkait persepsi

internalisasi nilai moderasi beragama melalui instagram. Atas dasar itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis akun-akun dakwah dalam menginternalisasi nilai-nilai moderasi beragama di media instagram.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode studi teks melalui analisis isi. Penelitian kualitatif berfungsi melihat fenomena lebih kompleks dan lebih mendalam (Bogdan & Sari, 1982). Sebagaimana studi teks memberikan gambaran interkasi lingual tempat masyarakat secara nyata dan aktual menggunakan bahasa (Rahardjo, 2020).

Data penelitian didapatkan melalui *platform* instagram dengan menganalisis beberapa publikasi konten pada akun media dakwah. Hal ini berfungsi untuk menganalisis fenomena internalisasi nilai-nilai moderasi beragama secara holistik dan integral.

Akun yang dipilih secara random dengan ketentuan *followers* (pengikut) akun lebih dari 700 ribu pengikut. Hal ini didasari bahwa semakin banyak pengikut akun media dakwah tersebut, maka semakin banyak kontribusi yang diberikan pada masyarakat, terutama dalam internalisasi nilai-nilai moderasi beragama pada generasi muda yang menjadi pengikut akun dakwah tersebut.

Data primer berasal dari akun dakwah berikut ini; @indonesiamengaji.id (780 ribu pengikut), @negeriakhirat.official (37,2

ribu pengikut), @mozaik\_islam (84 ribu pengikut), @nuonline\_id (774 ribu pengikut), @inspirasialquran (704 ribu pengikut), @kajianreligi (140 ribu pengikut), @tausiyahku\_ (2,3 juta pengikut). Sedangkan data sekunder berasal dari buku, artikel, sumber bacaan terkait topik internalisasi nilai-nilai moderasi beragama pada *platform* Instagram. Setelah itu, proses analisis berbasis analisis konten secara mendalam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Moderasi beragama merupakan satu ajaran yang kokoh dalam Islam sebagaimana telah terlihat baik secara tekstual dan kontekstual dilakukan oleh Nabi Muhammad saw. Sebagaimana diketahui sikap toleransi beliau dalam menghargai sesama manusia meskipun memiliki pandangan dan agama yang berbeda (Zaduqisti et al., 2020; Nugroho; Firdaus, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa mempraktikkan Islam yang dapat diterima, dengan ciri-ciri non-kekerasan dan diikuti oleh keyakinan pada metode demokratis dengan semangat toleransi adalah apa yang membuat seorang memiliki sikap moderat (Ab Rashid et al., 2020; Arifinsyah et al., 2020).

Sikap moderasi beragama dapat ditanamkan melalui media sosial yang sedang berkembang pesat. Salah satunya melalui akun-akun dakwah yang dipublikasikan melalui *platform* media sosial instagram. Sebagaimana salah satu konten yang menunjukkan sikap persuasif ialah pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Teks Persuasif

Melalui gambar 1 dapat diamati bahwa ajakan sikap moderasi beragama dapat mempengaruhi pola pikir para pengikut akun dakwah tersebut. Hal ini didukung oleh salah satu komentar terkait publikasi tersebut oleh salah satu informan:

*“Singkat, padat dan bermakna luas” (Informan ke-1, As).*

Berdasarkan informasi tersebut, maka pengikut akun tersebut menunjukkan ketertarikan terhadap argumentasi dan publikasi akun dakwah yang ditelusuri. Selain itu, melalui publikasi yang berkesinambungan, maka para pengguna media instagram dapat mengambil pemahaman dan pengamalan dalam meningkatkan nilai-nilai moderasi beragama. Sebagaimana sikap moderat dapat menjadi faktor kunci yang berkontribusi pada promosi perdamaian dunia (Anshori, 2020; Zaduqisti et al., 2020).

Sikap moderat berperan menekan tindakan kekerasan yang disebabkan oleh perasaan sentimen agama yang berlebihan dan pemahaman agama terhadap sumber teks agama yang keliru. Untuk itu, adanya akun-akun dakwah dapat

memberikan nuansa baru dalam menekan adanya sentimen tersebut (Rohman, 2020a). Sebagaimana didukung oleh pernyataan para informan berikut:

Tabel 1. Tanggapan Persuasi

Komentar	Informan
<i>Leres bu nyai (benar bu nyai)</i>	<i>(Informan ke-2, Ag)</i>
<i>Iya bu hajah</i>	<i>(Informan ke-3, Ba)</i>
<i>Leres saestu (benar sekali)</i>	<i>(Informan ke-4, Yd)</i>
<i>Leress (benar)</i>	<i>(Informan ke-5, Ms)</i>

Berdasarkan ungkapan pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa sikap para pengguna akun dakwah tersebut menyetujui publikasi konten terhadap sikap moderasi beragama. Sebagaimana media sosial memberikan wadah bagi para penggunanya untuk mendapatkan informasi, berdiskusi terkait topik yang diunggah oleh pemilik akun dakwah (Marzali, 2017).

Analisis persuasi juga didapatkan melalui kata kerja ajakan yang terdapat dalam unggahan konten. Sebagaimana tertuang dalam gambar berikut.



Gambar 2. Teks Perbandingan

Melalui gambar 2 dijelaskan bahwa teks berupa ajakan dapat berupa kata kerja yang relevan dengan tema pembahasan. Sebagaimana hal ini memberikan dorongan bagi pembaca untuk meningkatkan antusiasme dalam mengikuti anjuran yang tertuang pada isi teks. Selain itu, proses ajakan juga memberikan informasi sebab akibat terkait sikap positif jika dilakukan ataupun sebaliknya. Hal ini dapat memberikan peluang bagi pembaca untuk menelaah sikap beragama untuk berorientasi terhadap sikap moderasi. Sebagaimana menjauhi sikap kebencian, permusuhan dan meningkatkan kebersihan hati.

Berpijak dari sikap persuasi yang ditekankan oleh pemilik akun, maka sikap moderasi dapat diinternalisasikan melalui distribusi ajakan secara berkelanjutan. Hal ini berfungsi memberikan penguatan terhadap sikap positif yang dihasilkan dari tindakan moderat. Selain itu, proses komunikasi juga ditampilkan di ruang publik (Latifah & Romario, 2019). Hal ini juga didorong oleh narasi sederhana yang dibangun bertujuan untuk meningkatkan dan mempermudah pemahaman para pengikut akun dakwah, sehingga pesan yang disampaikan dapat dicerna dengan baik oleh pembaca. Sebagaimana poin penting dalam menyebarkan sikap moderasi beragama ialah mengetahui kondisi yang dapat disesuaikan dengan karakter masyarakat (Salik, 2019).

Selain sikap persuasif, konten dakwah juga berisi terkat larangan berbuat keji. Salah satunya menghindari sikap sombong dan meremehkan orang lain. Sebagaimana salah satu unsur moderasi beragama

adalah saling menghargai sesama manusia meski ada perbedaan pendapat, suku, agama, ras dan budaya (Wibisono, 2020). Hal ini dapat dilihat melalui gambar berikut.



**Gambar 3. Teks Himbauan**

Melalui gambar 3 diketahui bahwa proses internalisasi moderasi beragama juga dapat dilakukan melalui himbauan untuk tidak melaksanakan hal-hal keburukan. Sebagaimana proses internalisasi ini memberikan wawasan hubungan kausalitas yang dihasilkan dari sikap tersebut. Hal ini menjadi salah satu fungsi terhadap penambahan wawasan religi para pengikut akun tersebut (Ummah, 2020). Proses variasi metode juga memberikan kualitas yang baik terhadap penyampaian pesan pada pembaca akun media sosial (Rohman, 2020b; Wuarlela, 2020).

Berpijak dari fakta tersebut maka dakwah digital menjadi salah satu tren yang marak dilakukan oleh pemilik akun maupun para pengikutnya. Hal ini menjadi wadah bagi pertukaran informasi untuk menanamkan nilai-nilai moderasi beragama (Akmaliah, 2020). Proses ini menjadi salah satu pendekatan untuk

meningkatkan kerukunan umat beragama serta ajang promosi peningkatan nilai-nilai toleransi umat (Ummah et al., 2020; Sazali et al., 2020).

Peningkatan nilai-nilai tersebut merupakan dampak dari penyebaran konten dakwah secara berkelanjutan. Hal ini diketahui untuk menyeimbangkan informasi yang keliru dari oknum yang memiliki kepentingan. Sebagaimana diungkapkan bahwa media sosial instagram memberikan dampak positif terhadap pemahaman religi khususnya pada generasi muda (Saputra, 2017; Sazali et al., 2020).

Tantangan yang perlu diperhatikan ialah keberadaan akun dakwah yang berusaha untuk menimbulkan konflik (Ardiana & Tumanggor, 2020). Fenomena tersebut menjadi perhatian untuk para pengguna media sosial instagram agar lebih mewaspadaai konten yang diberikan. Hal ini memberikan dorongan bagi pengguna instagram untuk mengikuti akun yang cenderung meningkatkan perdamaian manusia (Arenggoasih & Wijayanti, 2020).

Melalui pemahaman Islam yang benar dan moderat, model dakwah Islam akan lebih bermakna jika dilakukan dengan melibatkan kerjasama semua pihak. Melalui internalisasi moderasi beragama dalam media sosial akan menekan bibit radikalisme dan meningkatkan perdamaian antar umat beragama (Arifinsyah et al., 2020; Kasdi et al., 2020).

## KESIMPULAN

Instagram sebagai media internalisasi moderasi beragama memberikan dampak positif bagi pemahaman keagamaan generasi muda. Hal ini ditunjukkan melalui publikasi konten dakwah yang memberikan nilai-nilai moderasi beragama meliputi ragam strategi himbauan, ajakan maupun larangan terkait tema moderasi beragama yang intens. Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa adanya korelasi positif yang ditandai dengan respon dan komentar terkait informasi yang diberikan oleh akun-akun dakwah dengan strategi memberikan ajakan bagi para pembaca untuk mengikuti langkah-langkah bersikap moderat, seperti saling menghargai serta menyikapi keberagaman berbagai perbedaan kultur dan agama. Temuan lainnya mengungkapkan bahwa adanya kecenderungan para pengikut media instagram untuk menyeleksi akun-akun yang menjadi sumber belajar mereka. Melalui adanya penyebaran akun dakwah yang moderat diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemahaman moderasi beragama bagi masyarakat Indonesia melalui media berbasis digital. Berdasarkan hal itu, penelitian ini hanya mengeksplorasi internalisasi melalui media instagram dan merekomendasikan penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih dalam terkait media sosial lainnya dalam upaya meningkatkan nilai-nilai moderasi beragama di Indonesia berbasis digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Ab Rashid, R., Fazal, S. A., Ab. Halim, Z., Mat Isa, N., Mohamad Yusoff, Z. J., Musa, R., & Hamzah, M. I. (2020). Conceptualizing the characteristics of moderate

- Muslims: a systematic review. *Social Identities*, 26(6), 829–841.  
<https://doi.org/10.1080/13504630.2020.1814720>
- Akmaliah, W. (2020). The demise of moderate Islam: New media, contestation, and reclaiming religious authorities. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.18326/ijims.v10i1.1-24>
- Alam, M. (2020). A collaborative action in the implementation of moderate islamic education to counter radicalism. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(7), 497–516.
- Anshori, I. (2020). Muhammadiyah Political Theology on the Religiosity Moderation in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 1(3), 767–770. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.162>
- Ardiana, R. T., & Tumanggor, R. O. (2020). Social Media Instagram Addiction and Self-Esteem in High School Students, 478(Ticash), 290–294. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.042>
- Arenggoasih, R. R. W., & Wijayanti, C. R. (2020). Pesan Kementerian Agama dalam Moderasi Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 06, 160–176.
- Arifianto, A. R. (2019). Islamic Campus Preaching Organizations in Indonesia: Promoters of Moderation or Radicalism? *Asian Security*, 15(3), 323–342. <https://doi.org/10.1080/14799855.2018.1461086>
- Arifinsyah, A., Andy, S., & Damanik, A. (2020). The Urgency of Religious Moderation in Preventing Radicalism in Indonesia. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 21(1), 91. <https://doi.org/10.14421/esensia.v21i1.2199>
- Bogdan, R., & Sari, B. (1982). *Qualitative Research for Education to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon.
- Faisal, M. (2020). Manajemen Pendidikan Moderasi Beragama Di Era Digital. *Journal of International Conference On Religion, Humanity and Development Title*, 195–202.
- Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro, B. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial “Islam Populer.” *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 203–234. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i1.182>
- Kasdi, A., Farida, U., & Mahfud, C. (2020). Islamic Studies and Local Wisdom at PTKIN in Central Java: Opportunities, Challenges, and Prospects of Pioneering Religious Moderation in Indonesia. *Hikmatuna*, 6(1), 51–62.
- Kawangung, Y. (2019). Religious moderation discourse in plurality of social harmony in Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(1), 160–170. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v3n1.277>
- Kosasih, E. (2019). Literasi Media Sosial dalam Pemasyarakatan Sikap Moderasi

## Tatar Pasundan

Jurnal Diklat Keagamaan

pISSN 2085-4005; eISSN 2721-2866

Volume 15 Nomor 1 Tahun 2021

- Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 12(2), 263-296.  
<https://doi.org/10.37302/jbi.v12i2.118>
- Latifah, N., & Romario, R. (2019). Trendsetter Muballigh di Medsos: Analisis Framing Instagram Felix Siauwan dan Hanan Attaki. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 15(1), 36-48. <https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1150>
- Marzali, A. (2017). Agama dan Kebudayaan. *Umbara*, 1(1).  
<https://doi.org/10.24198/umbara.v1i1.9604>
- Nugraha, F. (2013). PENYULUHAN AGAMA TRANSFORMATIF: Sebuah Model Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 7(21), 1-25. (June 2013).
- Nugraha, F. (2015). Model dan Etika Penyuluhan Agama di Internet. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 9(25), 139-149.
- Nugroho; Firdaus, A. (2019). Islam dan HAM dalam Bingkai Toleransi Beragama dan Berbangsa. *Jurnal Ilmu Agama*, (2), 177-191.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.19109/jia.v20i2.5074>
- Rafa'al, M., & S. Sangadji, S. (2020). Merawat Moderasi Beragama Cerdas Bermedia di Pondok Pesantren Harisul Khairaat Kelurahan Ome Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 223-230.  
<https://doi.org/10.46306/jabb.v1i2.34>
- Rahardjo, M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora (Dari Teori ke Praktik)*. Malang: Republik Media.
- Rohman, D. A. (2020a). Indonesian Islamic Moderation In Print. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 14(1), 121-134.
- Rohman, D. A. (2020b). Peran Media Cetak dalam Narasi Moderasi Islam Indonesia. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 20(1), 23-45.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8868>
- Saefudin, A., & Al Fatihah, A. F. (2020). Islamic Moderation Through Education Characters of Aswaja An-Nahdliyyah. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 160-179. <https://doi.org/10.31538/nzh.v3i2.594>
- Salik, M. (2019). Conserving moderate Islam in Indonesia: An analysis of Muwafiq's speech on online media. *Journal of Indonesian Islam*, 13(2), 373-394.  
<https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.2.373-394>
- Saputra, M. A. (2017). Media Daring Dan Pembentukan Paham Keagamaan Siswa Madrasah Aliyah Di Kota Samarinda. *Umbara*, 1(1), 249.
- Sazali, H., Siregar, Y. D., & Putri, I. A. (2020). The Impact of Instagram Social Media on Religious Behavior of Mosque Youth in Siumbut Baru Village. *Malikussaleh Social & Political Reviews*, 1(1), 25-31. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29103/mspr.v1i1.2905>
- Sirajuddin, S. (2020). *Buku Literasi Moderasi Beragama di Indonesia*.
- Syahputra, M. C. (2020). Jihad Santri Millennial Melawan Radikalisme di Era Digital:



- Studi Gerakan Arus Informasi Santri Nusantara di Media Sosial. *Jurnal Islam Nusantara*, 4(1), 69–80. <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v4i1.187>
- Syatar, A. (2020). Strengthening Religious Moderation In University: Initiation to Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Kurioritas: Media Komunikasi Keagamaan*, 13(1), 78–102.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial. *Tasâmuh*, 18, 54–78.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan. *Komunike*, XII(2), 210–234.
- Wibisono, Y. (2020). Revitalisasi Peran Strategis Penghulu Dalam Pelayanan Kegamaan Masyarakat Dan Pengarusutamaan Moderasi Beragama. *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 14(1), 193–205.
- Wuarlela, M. (2020). Variasi Metode Dan Media Pembelajaran Daring Untuk Mengakomodasi Modalitas Belajar. *ARBITRER: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 261–272. <https://doi.org/10.30598/arbitrervol2no2hlm261-272>
- Yanti, B. Z., & Witro, D. (2020). Islamic Moderation as A Resolution of Different Conflicts of Religion. *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, 8(1), 446–457. <https://doi.org/10.36052/andragogi.v8i1.127>
- Zaduqisti, E., Mashuri, A., Zuhri, A., Haryati, T. A., & Ula, M. (2020). On being moderate and peaceful: Why Islamic political moderateness promotes outgroup tolerance and reconciliation. *Archive for the Psychology of Religion*, 42(3), 359–378. <https://doi.org/10.1177/0084672420931204>