

MODERASI BERAGAMA DALAM RUANG DIGITAL: GERAKAN OPINI DIGITAL #SKB3MENTERI

RELIGIOUS MODERATION IN THE DIGITAL SPACE: DIGITAL MOVEMENT OF OPINION #SKB3MENTERI

Nadya Amalia Nasution^{1a}, Umi Rojiati^{2b}

¹ Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

² Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

^aE-mail: nadyaamalia@radenintan.ac.id

^bE-mail: umirojiati@radenintan.ac.id

ABSTRAK

Studi ini mengkaji tentang *Digital Movement of Opinion* (DMO) dengan penggunaan *hashtag* #SKB3Menteri di *Twitter* sehingga membentuk mobilisasi dukungan opini digital antara aktor dan *hashtag* serta opini digital. Data penelitian diambil melalui software *Netlytic* dengan rentang waktu mulai tanggal 03 Februari 2021– 11 Februari 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Social Network Analysis* dengan pendekatan gabungan antara kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, penelitian ini melihat jaringan komunikasi dari 2500 sampel dan data *tweet* 3.232 *tweet* #SKB3Menteri. Sedangkan secara kualitatif, peneliti menganalisis teks yang menggambarkan dan menjelaskan jejaring sosial terkait #SKB3Menteri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa #SKB3Menteri mampu menciptakan mobilisasi dengan sistem jaringan yang luas. Penelitian ini juga menunjukkan *hashtag* tersebut mampu menjangkau aktor-aktor pengguna *Twitter* untuk memberikan pendapat mereka.

Kata Kunci: Moderasi beragama; *Twitter*; SKB 3 Menteri; Gerakan Opini Digital, *Social Network Analysis*

ABSTRACT

The study examines *Digital Movement of Opinion* (DMO) by using *hashtag* #SKB3Menteri *hashtags* on *Twitter*, thus forming a mobilization of digital opinion support between actors and *hashtags* as well as digital opinions. The research data was taken through *Netlytic* software ranging from February 03, 2021 to February 11, 2021. The method used is *Social Network Analysis* combined both quantitative and qualitative approach. Quantitatively, the study investigated 2500 samples from communication networks and *tweets* #SKB3Menteri as many as 3,232. Qualitatively, the researchers analyzed the text which describes social networks related to #SKB3Menteri. The results showed that #SKB3Menteri *hashtag* creates mobilization with a wide network system. The study also showed the *hashtag* was able to reach out *Twitter* users to giving their opinions.

Keywords: Religious moderation; *Twitter*; SKB 3 Ministers; *Digital Movement of Opinion*; *Social Network Analysis*



PENDAHULUAN

Konsep moderasi beragama di tengah-tengah masyarakat multikultural seperti di Indonesia yang memiliki keragaman etnis, suku, budaya, bahasa menjadi sangat penting. Sikap tersebut akan mendorong kepada cara beragama yang seimbang antara pengamalan agama sendiri (eksklusif) dan penghormatan terhadap praktik keagamaan orang lain yang memiliki keyakinan berbeda (inklusif). Agama sendiri sebagai pusat spiritual sejatinya menjadi pemersatu yang mendamaikan umat manusia, bukan menjadi penyebab perpecahan yang dapat menimbulkan gesekan antar kelompok agama. Konflik yang disebabkan potensi perbedaan persepsi dan konsepsi yang sangat tinggi antar pemeluk agama. Moderasi beragama sesungguhnya merupakan kunci terciptanya toleransi dan kerukunan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global (Tim Penyusun Kementerian Agama RI, 2019).

Pemahaman moderasi beragama juga dapat diartikan sebagai komitmen bersama dalam menjaga keseimbangan yang paripurna setiap warga masyarakat. Apapun suku, etnis, budaya, agama, dan pilihan politiknya. Sikap moderasi harus mau saling mendengarkan, serta saling belajar melatih kemampuan mengelola dan mengatasi perbedaan satu sama lain (Hakim, 2018 : 10).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama bahkan menetapkan tahun 2019 adalah "tahun moderasi beragama". Di tengah keragaman dan tekanan arus disruptif, dalam setiap kegiatan yang

dilaksanakan, kebijakan-kebijakan dan berbagai kesempatan, Kementerian Agama berupaya untuk menempatkan diri sebagai institusi yang mampu menengahi dengan mempergunakan media massa dan media sosial. Harapannya masyarakat Indonesia mampu memahami konsep moderasi beragama sebagai kepanjangan dari konsep kebhinekaan. Prinsip ini meminta agar perbedaan suku dan agama sebagai sesuatu yang harus dijaga. Hal ini dilakukan melalui beragama, tidak ekstrim, dan juga tidak mendewakan rasio yang berpikir bebas tanpa batas. (Tim Penyusun Kementerian Agama RI, 2019).

Baru-baru ini, perwujudan moderasi beragama yang coba diusahakan pemerintah tampak tertuang pada SKB 3 Menteri. Aturan ini terkait penggunaan pakaian seragam dan atribut agama bagi peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan di lingkungan sekolah dasar sampai menengah negeri, yang ditandatangani oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim, Menteri Dalam Negeri Tito Karnavian, dan Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas.

Menurut Makarim, ada 3 pertimbangan yang mendasari terciptanya SKB 3 Menteri ini, yakni (1) Sekolah memiliki peran penting dan tanggung jawab menjaga eksistensi ideologi dan konsensus dasar bernegara yaitu Pancasila, UU Dasar Negara, keutuhan negara kesatuan RI dan bhineka tunggal ika, serta memperkuat moderasi beragama. (2) Sekolah berfungsi membangun wawasan, sikap, dan

karakter peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan untuk memelihara persatuan dan kesatuan bangsa. (3) Bahwa pakaian seragam dan atribut bagi peserta didik, pendidik, dan tenaga kependidikan pada jenjang dasar dan menengah di lingkungan sekolah yang diselenggarakan pemerintah daerah merupakan salah satu bentuk perwujudan moderasi beragama. Dapat disimpulkan bahwa pemerintah sangat *concern* dengan prihal moderasi beragama (KEMENDIKBUD RI, 2021).

SKB tersebut pada intinya adalah sekolah negeri yang di selenggarakan oleh pemerintah daerah tidak diperbolehkan untuk mewajibkan atau melarang murid mengenakan seragam beratribut agama. Menurut Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas "*Memaksakan atribut agama tertentu kepada yang berbeda agama, saya kira itu bagian dari pemahaman (agama) yang hanya simbolik. Kami ingin mendorong semua pihak memahami agama secara substantif,*" (Rohmi, 2021).

SKB 3 Menteri Seragam Sekolah ini seketika mendadak populer dan menjadi sorotan dunia maya, terutama *Twitter*. *Twitter* sendiri merupakan salah satu media sosial yang membuat kita dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini dan sangat berperan dalam aktifitas keseharian bersosial di masyarakat. Media sosial memiliki kemampuan untuk dengan cepat menyebarkan informasi tentang apapun di jaringan yang sangat luas (Anwar & Rusmana, 2017). Kini dapat kita lihat bagaimana media sosial berkembang menjadi alat yang

digunakan oleh masyarakat umum dalam menyampaikan pendapat mereka terhadap suatu isu sehingga membentuk opini publik di kalangan masyarakat.

Twitter juga menjadi salah satu media sosial yang dapat dengan mudah dan cepat dalam mendapatkan informasi dan membentuk opini publik karena sifatnya yang sederhana. Penggunaan *Twitter* juga sering menggunakan *hashtag* (#) sebagai salah satu penanda, guna mempermudah sebuah topik untuk dibicarakan. Dengan kata lain, fitur *hashtag* paling banyak digunakan untuk membedakan antara suatu topik dengan topik lain yang memiliki kalimat yang serupa. Penggunaan tanda pagar (*hashtag*) di *Twitter* pada negara-negara lain tujuannya agar orang lain paham tentang topik yang dimaksudkan oleh pengguna *hashtag*. Namun kenyataan yang lain terjadi di Indonesia, di mana tujuan penggunaan tanda pagar tersebut salah satunya adalah untuk menaikkan popularitas terkait isu tertentu (Juditha, 2018). Menurut Ismail Fahmi pakar keamanan siber yang juga founder Drone Emprit menjelaskan yang menjadi indikator sebuah tagar di *Twitter* menjadi trending bukan karena jumlah dari keseluruhan *tweet* yang mengandung tagar tersebut, tetapi jumlah *tweet* yang banyak dibicarakan dalam jangka waktu tertentu (Fahmi, 2017).

Media sosial *Twitter* khususnya tidak hanya menjadi media penyampai informasi dan diskusi di ruang publik, namun dapat pula menjadi media kampanye digital yang mampu menginformasikan SKB 3

Menteri prihal aturan seragam tersebut dengan cepat. Terbukti dari banyaknya jumlah *tweet*, yang membahas isi dari SKB 3 Menteri, bahkan memasuki urutan ke-8 trending topik Indonesia, dengan jumlah *tweet* 3.232 dalam waktu satu hari. Bahkan Zarrella (2010) berpendapat bahwa kini isu-isu hangat yang biasa dibicarakan di media masa semua berawal dari *Twitter*. Orang-orang akan beramai-ramai membahas isu tersebut sehingga menjadi sebuah trending topik.

Kampanye digital dirancang untuk mengajak para pengguna media sosial (*netizen*) agar terlibat dalam kampanye gerakan sosial yang umumnya memiliki aktor atau organisasi sosial tertentu sebagai pemimpinnya (Lindner & Riehm, 2009). Padahal, secara digital, pengguna media sosial dalam kampanye, memiliki tujuan yang jelas dan spontan, yakni untuk mengungkapkan pendapat pribadinya dengan cara berinteraksi satu sama lain tanpa adanya dorongan atau kendali dari aktor tertentu. Gerakan ini dikenal dengan *Digital Movement Opinion* (DMO). DMO merupakan sebuah gerakan untuk mengikuti perkembangan teknologi khususnya media baru di media sosial dengan secara spontan, dan membuat jaringan virtual antara pengguna satu sama lain dengan mengomentari masalah yang ada (Barisione & Ceron, 2017).

Riset terkait DMO juga pernah diteliti dengan judul *Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis / SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags* by Eriyanto (2019). Studi ini mengkaji

perbedaan mobilisasi yang diciptakan oleh #BubarkanKPAI dan #KamiBersamaKPAI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa #BubarkanKPAI lebih mampu menciptakan mobilisasi dibandingkan dengan #KamiBersamaKPAI. #BubarkanKPAI berhasil menciptakan lebih banyak mobilisasi karena lebih emosional, mampu menciptakan imajinasi naratif dan memiliki *frame* yang jelas. (Eriyanto, 2020).

Riset *Digital Opinion Movement #Truebeauty on Twitter for Webtoon Comic Adaptation Movie Casts* by Tjahyana meneliti opini penggemar terkait aktor yang cocok untuk peran dalam film adaptasi *True Beauty*. Penelitian ini menunjukkan bahwa fans adalah aktor DMO yang tersebar di seluruh jaringan dan tidak terpusat. Para pelaku dibagi menjadi beberapa klaster yang berbeda, dan setiap klaster memiliki ciri khas tersendiri berdasarkan lokasi dan budaya yang berbeda (Tjahyana, 2020).

Riset lain terkait DMO adalah *Digital Movement of Opinion Mobilization: A SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker*. Hasil penelitiannya, yakni berimplikasi pada bagaimana aktor menggunakan *hashtag* untuk mendapatkan lebih banyak dukungan di ranah digital. Pelaku gerakan sosial harus lebih memperhatikan penggunaan *hashtag*, agar masalah ini bisa lebih didukung oleh pengguna media sosial (Prihantoro et al., 2021).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian yang bertajuk Moderasi Beragama dalam Ruang Digital: Gerakan Opini Digital Surat Keputusan Bersama 3 Menteri.

METODE

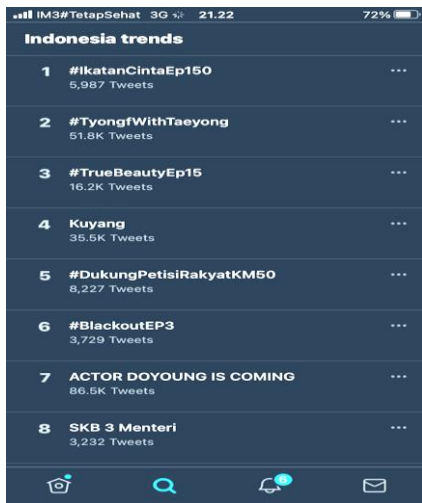
Penelitian ini menggunakan metode *Social Network Analysis* dengan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian (Creswell, 2010). Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur jaringan yang dilihat dari statistik pada tingkat aktor dengan indikator penilaian Sentralitas Derajat, Sentralitas Kedekatan, Sentralitas Antara, Sentralitas Eigenvektor (*Eigenvektor*). Pada level sistem, terlihat seberapa luas jaringan komunikasi dalam distribusi pesan #PakaiMasker dan #DirumahAja dilihat dari modularitas, sentralisasi, diameter, densitas, dan timbal balik (Eriyanto, 2014). Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan jaringan sosial dan struktur jaringannya menggunakan analisis teks untuk mengetahui tren dan pola pesan dalam jaringan komunikasi (Harder, Howard, Rehberg Sedo dalam Tjahyana 2019). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang akan menjelaskan masalah secara lebih akurat dan faktual sesuai dengan populasi atau objek penelitian.

Penelitian ini mengambil *dataset* tagar #SKB3Menteri dari *Twitter* melalui software *Netlytic* dengan rentang waktu mulai tanggal 03 Februari 2021– 11 Februari 2021. Rentang waktu tersebut digunakan bertepatan dengan waktu ditandatanganinya SKB 3 menteri tentang seragam sekolah, sampai pembahasan mulai menyurut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aturan berkenaan dengan seragam sekolah menjadi trending setelah surat keputusan bersama ditandatangani oleh ketiga Menteri. Bahkan memasuki urutan ke-8 trending topik Indonesia sejak 03 Februari 2021 hingga pukul 21.22 WIB., dengan jumlah *tweet* 3.232 /postingan oleh pengguna *Twitter*. Terus menjadi trending topik berkat dialog yang diselenggarakan Mata Najwa di hari yang sama, khusus membahas SKB 3 Menteri, bertema “Sekali Lagi Soal Toleransi”. Dalam dialog yang menghadirkan Wakil presiden RI, Ace Hasan Syadzily, Anwar Abas, Alissa Wahid, dan Mardani Ali Sera. Wapres sendiri berkomentar, “*bahwa awal terjadi di Padang, peraturan sekolah merupakan turunan dari peraturan daerah, bahwa penggunaan jilbab bagi siswa non muslim sebagai bentuk kearifan local yang justru bisa menunjukkan pembauran mayoritas dan minoritas. Yg terjadi di padang, bukan yg pertama. Pada periode tahun 2016-2018, beberapa SMP, SMA Negeri di Riau, Yogyakarta, Banyuwangi juga mewajibkan siswa non muslim memakai jilbab. Berbeda dengan di Maumere 2017, Manokwari 2019 dan di Bali 2014, siswa dilarang memakai jilbab. Pemerintah mengambil tindakan, ketika fenomena tersebut mengganggu kebhinekaan, toleransi dalam skala yg lebih luas. Yakni dengan penetapan SKB 3 Menteri. SKB 3 menteri adalah respon pemerintah.*”

Diskusi pun berlangsung apik, dan langsung menuai berbagai respon, yang ikut ditumpahkan masyarakat di *Twitter*. Berikut adalah urutan trending topik *Twitter* Indonesia.



Gambar 1. Indonesia Trends (*Twitter*) (03 Februari 2021)

Dari gambar 1 di atas, dapat dilihat bahwa para aktor-aktor

pengguna *Twitter* cukup tertarik untuk dapat mengungkapkan opini mereka terkait peraturan penggunaan seragam di sekolah negeri. Opini dalam ruang digital dapat dilihat dalam kata kunci atau *word cloud* yang menampilkan grafik yang ditandai pada kata-kata yang sering muncul (Wardani et al., 2019). Artinya dalam #SKB3Menteri, terdapat kata-kata yang sering disertakan oleh pengguna *Twitter* untuk menyampaikan pesan dalam sebuah postingan. Kata kunci yang digunakan antara lain #SKB, #menteri, #seragam, #berhijab, #agama #pendidikan dan lain-lain.



Gambar 2. Netlytic text analysis #SKB3Menteri/ *word cloud*

Tingginya jumlah *retweet* dalam jaringan tagar #SKB3Menteri menandakan bahwa banyak aktor – aktor yang lebih memilih untuk melakukan *retweet* daripada *reply*. Salah satu motif pengguna melakukan *retweet* adalah untuk mendapatkan *feedback* dari para pengguna (Abdullah et al., 2017).

Banyaknya *retweet* pesan yang berisikan pernyataan tentang Majelis Mujahidin:

"SKB 3 Menteri mendiskreditkan ajaran agama Islam. Menutup aurat bagi setiap muslimah adalah kewajiban, keyakinan dan kepercayaan agama. Dilaksanakan tanpa paksaan, demi melindungi kehormatan peserta didik beragama Islam".

(<https://t.co/0kzPHiOKnb>)

"Pernyataan Bikin Gaduh Nasional, DPR Minta SKB 3 Menteri soal Seragam Segera Dicabut" (<https://t.co/2zWVRxmklA>). "Publik Tidak Percaya Mendikbud Lagi, SKB 3 Menteri Resahkan Guru, Kepsek, dan

Orang Tua"
(<https://t.co/vcfFQOu8JL>)

"Keren, mas @nadiemmakarim, Gus @Ansor_Satu dan pak Tito Karnavian. Negeri ini selangkah lebih maju dalam hal toleransi. Dengan adanya SKB 3 Menteri ini, gugur sudah perda2 syariat yg berlaku di sekolah2 negeri." (<https://t.co/6f6jnsY4h2>).

"Ajari anak untuk menutup aurat sejak dini, apalagi saat sekolah, bodo amat dg SKB 3 menteri, dosa anak kita yg nanggung, bukan menteri."

Klo pendidikan tak boleh melarang dan tak boleh mewajibkan soal pakaian atribut keagamaan ini tak lagi mencerminkan pendidikan. Memang usia sekolah itu perlu dipaksa melakukan yg baik dr perintah agama krn utk pembiasaan pelajar. Jd SKB 3 Menteri itu ditinjau kembali atau dicabut.

Urusan jilbab matanya mendelik sampe keluar SKB Lha itu di pelosok kampung di pedalaman sana masih banyak anak sekolah gak pake sepatu gak pake seragam bahkan sekolah nya pun ada yg mau rubuh. Gak keluar tuh SKB 3 menteri buat perbaikan. Mikir".

Pernyataan-pernyataan tersebut di atas adalah kalimat yang banyak di *retweet* oleh aktor-aktor pengguna *Twitter*. Hal tersebut menandakan bahwa banyak aktor - aktor yang lebih ingin menjadi perpanjangan tangan untuk menyampaikan pesan dari aktor dominan, dengan tujuan lebih kepada untuk memulai diskusi atau mengetahui pendapat dari aktor-aktor lain mengenai Aturan seragam sekolah yang surat keputusan bersama ditandatangani oleh ketiga Menteri, daripada melakukan *reply* untuk memberikan opini mereka. Dalam gerakan opini digital, hal ini sangat

bermanfaat dalam pembentukan klusters baru yang terdiri dari aktor-aktor dengan opini yang beragam. Tentunya diskusi-diskusi dalam klusters tersebut juga dapat memperpanjang usia tagar #SKB3Menteri pada jaringan komunikasi.

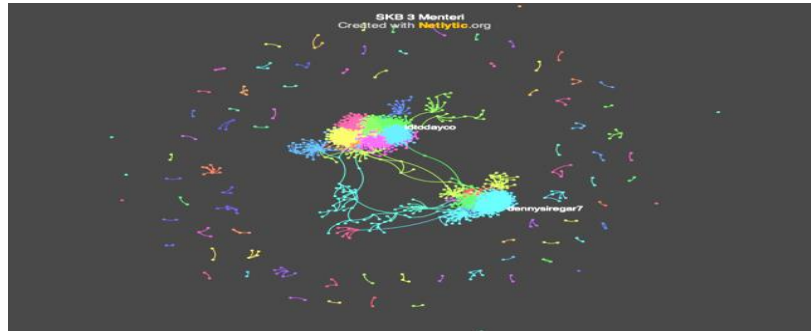
Terlihat dari beberapa *tweet* di atas, menunjukkan bahwa media sosial seperti *Twitter* merupakan sarana bagi gerakan opini digital untuk menyampaikan opini secara langsung kepada pihak yang dituju tanpa harus terdapat mediasi berupa institusi resmi atau lembaga survey. Selain itu opini yang disampaikan dalam gerakan opini digital juga lebih mewakili perasaan dan emosi spontan dari masyarakat Indonesia tanpa harus mengkhawatirkan tata bahasa dan tata krama dalam penyampaian opini (Barisione & Ceron, 2017)

Data keluaran *Netlytic* ini kemudian diperkuat oleh analisis data *Indonesiaindicator.com*, lembaga yang fokus pada riset media yang menggunakan IPA (*Intelligence Perception Analysis*) yakni analisis opini publik dari sumber *social media* untuk mendapatkan secara *real time* persepsi publik terhadap satu kejadian. Isi *postingannya* pun menunjukkan kalimat yang pada umumnya terbagi menjadi dua, yakni mendukung atau tidak mendukung keputusan yang dibuat oleh ketiga Menteri tersebut.

Alasan pro *netizen Twitter* adalah public menganggap kebijakan tersebut sudah tepat. Sekolah Negeri berlaku untuk siapa saja, tidak hanya untuk agama tertentu. Selain itu, keputusan ini berpotensi meningkatkan toleransi dan

menumbuhkan kesadaran beragama, melalui pemahaman bukan paksaan. Sedangkan alasan kontra *netizen Twitter*, didominasi oleh kelompok pengkritik kebijakan. *Netizen* menolak

kebijakan ini karena menganggap SKB 3 Menteri melanggar UUD, cenderung sekuler, serta mendiskreditkan agama Islam (Indonesiaindicator, 2021).



Gambar 3. Visualisasi Jaringan/ network analysis Netlytic #SKB3MenteriMenteri
 Sumber : Data hasil analisis menggunakan netlytic

Tabel 1. Struktur Jaringan #SKB3Menteri

Diameter	9
Density	0.000573
Reciprocity	0.006443
Centralization	0.093900
Modularity	0.791100

Sumber: netlytic.org, 2021

#SKB3Menteri berhasil menarik perhatian aktor-aktor pengguna *Twitter* di media sosial, dengan menjadi trending topic di *hashtag* yang menandakan melimpahnya pesan tentang opini digital para aktor-aktor pengguna *Twitter*, dan melalui struktur jaringan, *file* tingkat keberhasilan sebuah pesan dalam opini digital dapat dilihat pada tabel di atas.

Pada struktur *network analysis*, diameter jaringan memiliki nilai yang cukup rendah yaitu 9. Struktur *network analysis* terbentuk berdasarkan aktivasi *mention* untuk memberikan opini. Hal ini menandakan bahwa #SKB3Menteri merupakan jaringan dengan persebaran pesan yang kurang luas, karena disini ada pembatasan waktu

penelitian yaitu pada tanggal 3 – 11 Februari 2021. Akan tetapi jaringan tagar #SKB3Menteri dapat menjangkau berbagai kalangan bagi aktor-aktor pengguna *Twitter* untuk berinteraksi satu sama lain, dengan nilai *Density* yang didapatkan adalah 0.000573 yang artinya interaksi tidak sering dan rendah. Sedangkan nilai *Reciprocity* atau nilai timbal baliknya 0.006443 yang berarti pesan yang diterima atau diperoleh bersifat *one way with* aktor. Maka akan terlihat bahwa *centralization* #SKB3Menteri memiliki pengaruh yang relatif nilainya rendah yaitu 0.093900. Artinya tidak ada aktor dominan di media sosial *Twitter* dengan #SKB3Menteri dan justru lebih mengarah ke banyak aktor yang

cenderung diartikan sebagai desentralisasi. Hal ini dapat dilihat bahwa opini digital relatif bebas menyebar tanpa ada aktor lain dari tengah. Keadaan ini juga berdampak pada *modularity/modularitas* yang tinggi, yaitu 0.791100, yang menunjukkan bahwa masih banyak aktor-aktor dominan lain yang terdapat pada klaster-klaster dengan topik yang berbeda-beda dari percakapan.

KESIMPULAN

Perwujudan moderasi beragama yang pemerintah coba lakukan melalui kebijakan dan menjadi *trending topic* di jagat maya salah satunya mengenai SKB 3 menteri tentang aturan seragam sekolah. Jaringan komunikasi tagar #SKB3Menteri pada *Twitter* terbentuk dari gerakan opini digital yang berkembang lebih pesat jika dibandingkan dengan opini konvensional, dan tidak ada aktor yang lebih dominan dalam menyampaikan pendapatnya. Pendapat tersebut muncul sesuai dengan keinginan pengguna media sosial.

Adapun secara struktur jaringan, dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan opininya, para aktor dalam jaringan cenderung menggunakan *retweet* dan *mention* daripada *reply* langsung kepada akun yang membahas topik tersebut. Opini digital tagar #SKB3Menteri yang terbentuk dari jaringan komunikasi

berimplikasi tentang bagaimana aktor-aktor pengguna media sosial menggunakan *hashtag* untuk menghimpun opini, menyampaikan perasaan, mendapatkan lebih banyak dukungan di media sosial, serta menyampaikan emosi mereka terhadap kebijakan yang tertuang pada #SKB3Menteri secara spontan melalui media sosial.

Sementara, untuk teks analisis menurut (Indonesiaindicator, 2021) #SKB3menteri tentang seragam sekolah menghasilkan data, pro 42,8% dan kontra 57,2% dari *netizen*. Pendapat-pendapat *netizen* yang beragam ini, menyesuaikan dengan tingkat pemahaman pribadi individu tentang #SKB3menteri. Konsep Moderasi beragama juga membutuhkan proses dan waktu untuk dapat sepenuhnya di pahami sekaligus diimplementasikan dalam kehidupan sosial oleh masyarakat Indonesia. Beberapa kebijakan pemerintah sebagai perwujudan moderasi beragama ini kerap mendapatkan pro dan kontra dari masyarakat, *feedback* ini dapat langsung terlihat dari interaksi media sosial terutama (*Twitter*). *Twitter* masih menjadi primadona yang *netizen* pilih untuk menyampaikan aspirasi, karena dianggap dapat menjadi sarana paling cepat untuk penyampaian pendapat dan informasi dari dan untuk masyarakat terutama kaum milenial.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, N. A., Nishioka, D., Tanaka, Y., & Murayama, Y. (2017). Why I Retweet? Exploring User's Perspective on Decision-Making of Information Spreading

- during Disasters. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences* (2017). <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.053>
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*.
- Barisione, M., & Ceron, A. (2017). A Digital Movement of Opinion? Contesting Austerity Through Social Media. In *Social Media and European Politics*. https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5_4
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2014). Analisis Jaringan Komunikasi. *Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT)*.
- Eriyanto, E. (2020). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. <https://doi.org/10.7454/jki.v8i3.11591>
- Fahmi, I. (2017). *Drone Emprit: Konsep dan Teknologi*. IT Camp on Big Data and Data Mining, Jakarta.
- Indonesiaindicator. (2021). *Riuh Dukung-Tolak Kebijakan Soal Seragam*. <http://indonesiaindicator.com>
- Juditha, C. (2018). FENOMENA TRENDING TOPIC DI TWITTER: ANALISIS WACANA TWIT #SAVEHAJILULUNG. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v16i2.1353>
- KEMENDIKBUD RI. (2021). Pengumuman Keputusan Bersama tentang Penggunaan Pakaian Seragam dan Atribut di Lingkungan Sekolah. Official Youtube Chanel KEMENDIKBUD
- Lindner, R., & Riehm, U. (2009). Electronic petitions and institutional modernization. *JeDEM - EJournal of EDemocracy and Open Government*.
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Rohmi, N. W. (2021). *Poin Lengkap SKB 3 Menteri soal Seragam Sekolah, Aturan hingga Sanksi*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/05/073300165/poin-lengkap-skb-3-menteri-soal-seragam-sekolah-aturan-hingga-sanksi?page=all>
- Tim Penyusun Kementerian Agama RI. (2019). *Buku Moderasi Beragama*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Tjahyana, L. J. (2020). GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>
- Wardani, F. K., Hananto, V. R., & Nurcahyawati, V. (2019). Analisis Sentimen Untuk Peningkatan Popularitas Situs Belanja Online Di Indonesia Menggunakan Metode Naive Bayes (Studi Kasus Data Sekunder). *Jsika*.
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. : PT. Serambi Ilmu Semesta.