

NARASI TOLERANSI DI MEDIA ONLINE

(Studi Deskriptif Eksploratif Terhadap Diseminasi Narasi Toleransi

di Media Online Islami.co)

SKRIPSI

Disusun Untuk Melengkapi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Dalam Bidang Ilmu Sosiologi



Disusun oleh :

Yeyep Apandi

NIM : SOS15010007

PROGRAM BIDANG SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA INDONESIA JAKARTA

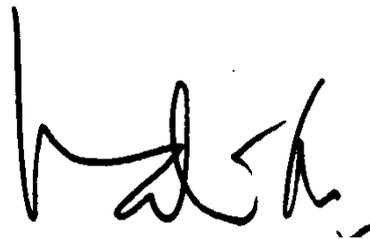
2022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Narasi Toleransi di Media Online” (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co) yang disusun oleh Yeyep Apandi, dengan Nomor Induk Mahasiswa : SOS 15010007 telah diujikan dalam sidang munaqasyah pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta pada 29 Juli 2022 dan di revisi sesuai saran tim penguji. Maka skripsi tersebut telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Sosiologi (S.Sos).

Jakarta, 18 November 2022

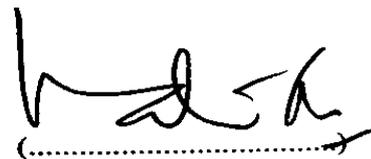
Dekan, Fakultas Ilmu Sosial



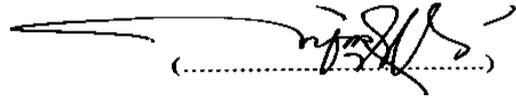
Naeni Amanulloh, M.Si

TIM PENGUJI :

1. Naeni Amanulloh, M.Si
(Pembimbing)



2. Moh. Faiz Maulana, M.Si
(Ketua Sidang)



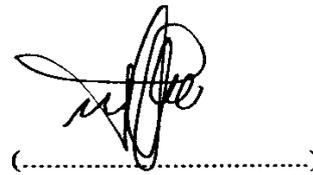
(.....)

3. Shinta M. Rezky, M.Si
(Sekretaris Prodi Sosiologi)



(.....)

4. Mujtaba Hamdi, M.Si
(Penguji I)



(.....)

5. Muhammad Nurul Huda
(Penguji II)



(.....)

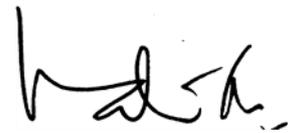
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Narasi Toleransi di Media Online” (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co) yang disusun oleh Yeyep Apandi, dengan Nomor Induk Mahasiswa : SOS 15010007 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke seminar proposal skripsi.

Jakarta, 14 Desember 2021

Pembimbing Skripsi



Naeni Amanulloh, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Narasi Toleransi di Media Online” (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co) yang disusun oleh Yeyep Apandi, dengan Nomor Induk Mahasiswa : SOS 15010007 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 26 Juni 2022

Pembimbing Skripsi



Naeni Amanulloh, M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yeyep Apandi

NIM : SOS 15010007

Tempat/Tgl. Lahir : Bogor, 15 Juni 1995

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Narasi Toleransi di Media Online” (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co) adalah hasil karya asli penulis, bukan hasil plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya atau atas petunjuk pembimbing. Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka sepenuhnya akan menjadi tanggungjawab penulis dan bersedia gelar akademiknya dibatalkan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juli 2022



Yeyep Apandi

NIM : SOS 15010007

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan bagi Allah SWT yang Maha Pengasih juga Maha Penyayang, sehingga dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan semampunya. Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada mahluk mulia Nabi Muhammad SAW, pada keluarga, sahabat serta pada umatnya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terbilang kurang sempurna, masih banyaknya kekurangan dan kesalahan di dalamnya, tetapi dengan berbagai keterbatasan, baik referensi, keluasan pembahasan, maupun kecakapan dalam penulisan, mampu memperkaya perspektif dalam pengembangan media digital. Peneliti berharap, adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan selanjutnya.

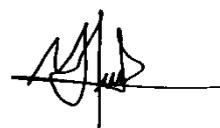
Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan kesediaan pembimbing serta berbagai pihak yang dengan rela hati meringankan proses kepenulisannya. Penulis sangat menyadari, bahwa tanpa dorongan, bimbingan sangatlah sulit untuk sampai pada tahap penyelesaian skripsi sekarang ini. Untuk itu, dengan kemampuan yang dimiliki peneliti, ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Naeni Amanulloh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, juga merangkap sebagai Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran, arahan dan kebaikannya menghantarkan pada tahap akhir penulisan skripsi.
2. Bapak Muhammad Nurun Najib, M. Si selaku Ketua Program Studi Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta yang telah memberikan dukungan sepenuhnya.

3. Ibu Shinta M. Rezky, M.Si, selaku sekretaris Program Studi Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta yang terus mensupport dan memberikan arahan-arrahannya.
4. Dosen-dosen Program Studi Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta ; Bu Neng Dara, Pak Syamsul, Pak Huda, Mas Okky, Bu Maulid, Mas Taba, Mas Faiz.
5. Mas Alvin, Mas Fairuz yang sudah memberikan kesempatan berbagi wawasan terkait penelitian dan sudi membagi waktunya.
6. Umi, adik, kaka dan seluruh keluarga yang selalu mendokan dan mendukung pada setiap hal yang diperjuangkan.
7. Pak Amsar, KH. Mujib, Bang Mahrus, Bang Aflah, Ayu Fatma, Mas Wildan, Kak Sari, Noval Kurnia Akbar dan Ibu, terima kasih banyak sudah bersedia direpotkan, dan juga Rizky yang bersedia membuat cover skripsi, semoga Allah membalas sebaik-baiknya balasan.
8. KH Lukman Hakim selaku pembimbing/pengasuh asrama Qudsi Al-Amin yang terus memberikan dukungan dan semangat
9. Teman-teman Asrama Qudsi Al-Amin, yang memberikan semangat.
10. Dan tak lupa teman-teman seangkatan yang hadir menjadi saksi mata dalam setiap naik turunnya menuntut ilmu.

Jakarta, 27 Juli 2022

Penulis,



Yeyep Apandi

ABSTRAK

Judul : Narasi Toleransi di Media Online (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co)

Nama Mahasiswa : Yeyep Apandi

NIM : SOS15010007

Pembimbing : Naeni Amanulloh, M.Si

Media sosial sebagai media baru dalam mengakses informasi mampu menggerakkan bagaimana orang beropini, berasumsi tentang kebebasannya dalam berpendapat maupun berkomentar. Sedemikian unik informasi dikemas agar pembaca tertarik. Berkembangnya pengguna handphone dan internet, membuat warganet memiliki akun media sosial secara personal, sehingga mempercepat penyebaran informasi tanpa jarak dan waktu yang lama, kemudian literasi digital masyarakat yang belum mumpuni, sehingga timbul berbagai permasalahan. Di tengah menguatnya isu intoleransi di Indonesia, kehadiran media online yang menyeru toleransi sebagaimana Islami.co sangatlah penting untuk dicermati. Narasi toleransi yang diusung oleh Islami.co setidaknya tampak menandingi derasnya isu intoleransi yang sempat mendominasi dunia maya di Indonesia. Penelitian ini hendak memeriksa secara lebih dekat proses penyebarluasan gagasan toleransi yang dikerjakan oleh Islami.co sebagai salah satu media online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek sosiologis yang melatarbelakangi Islami.co dalam penyebarluasan narasi toleransi, mengetahui cara kerja

penyebarluasan narasi toleransi yang menjadi ketetapan Islami.co dan mengetahui hambatan/tantangan dalam penyebarluasan narasi toleransi di media sosial. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti menemukan beberapa temuan, bahwa Islami.co dalam diseminasi narasi toleransi menggunakan *sembilan nilai Gus Dur dan five moral* Jonathan Haidt sebagai acuan atau landasan dalam membuat kontennya. Pendekatan publik figure, dan beradaptasi dengan membuat sosial ads. Adapun tantangan yang di alami Islami.co yaitu media-media *mainstream* yang menyebarkan konten keislaman tanpa menyebut sumbernya, menjaga ekosistem penulis agar tetap produktif mengirim tulisannya, dan algoritma media sosial yang sulit ditebak.

Kata Kunci : Media Sosial, Islami.co, Diseminasi Narasi Toleransi, Toleransi.

ABSTRACT

Title : Narrative of Tolerance in Online Media (Exploratory Descriptive Study on
Dissemination of Tolerance Narratives in Online Media Islami.co)

Student Name : Yeyep Apandi

NIM : SOS15010007

Supervisor : Naeni Amanulloh, M.Si

Social media as a new medium in accessing information, able to move how people are opinionated, assume about their freedom of opinion and comment. A unique amount of information is packaged so that the reader is interested. The development of mobile phone and internet users has made netizens have personal social media accounts, thereby accelerating the dissemination of information without distance and a long time, plus the digital literacy of people who are not yet qualified, so that various problems arise. In the midst of the strengthening of the issue of intolerance in Indonesia, the presence of online media that calls for tolerance as Islami.co is very important to pay attention to. The narrative of tolerance carried by Islami.co at least seems to match the torrent of intolerance issues that once dominated cyberspace in Indonesia. This study wants to examine more closely the process of disseminating the idea of tolerance carried out by Islami.co as one of the online media.

This study aims to find out the sociological aspects behind the Islami.co in disseminating the tolerance narrative, knowing how the dissemination of the tolerance narrative works which is the stipulation Islami.co and knowing the obstacles / challenges in disseminating the tolerance narrative on social media. Using qualitative research methods,

researchers found several findings, that Islami.co in the dissemination of tolerance narratives using the nine values of Wahid and the five morals of Jonathan Haidt as a reference or foundation in creating their content. The public approach is picture, and adapts by making social ads. The challenges experienced by Islami.co are mainstream media that spread Islamic content without mentioning the source, keeping the writers' ecosystem productive in sending their writings, and social media algorithms that are difficult to guess.

Keywords : Social Media, Islami.co, Dissemination of Tolerance Narratives, Tolerance.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI	III
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PERSETUJUAN PEMBIMBING	IV
PERNYATAAN ORISINALITAS	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	X
DAFTAR ISI	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Pertanyaan Penelitian	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Kerangka Pemikiran	13
1. Islami.co sebagai aktor.....	13
2. Diseminasi narasi toleransi.....	14
3. Media online	16
C. Ringkasan.....	19
BAB III	20
METODOLOGI PENELITIAN	20
A. Metode Penelitian.....	20

B. Lokasi Penelitian	21
C. Deskripsi Posisi Peneliti	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
1. Observasi	23
2. Wawancara	25
3. Studi Pustaka	26
E. Informan Penelitian	27
F. Teknik Analisis Data dan Triangulasi	28
G. Ringkasan.....	28
BAB IV	30
TEMUAN DAN ANALISIS	30
A. Sejarah Islami.co	30
B. Aspek-Aspek Sosial Narasi Toleransi Islami.co	38
C. Strategi Diseminasi Narasi Toleransi	42
1. Tokoh	43
2. Pendekatan Public Figure	43
3. Media Sosial	44
D. Tantangan Islami.co Dalam Diseminasi Narasi Toleransi.....	46
1. Tantangan Media Islam dari Media-Media Mainstream.....	47
2. Tantangan Menjaga Ekosistem Penulis.....	49
3. Tantangan Algoritma Media Sosial.	50
E. Ringkasan.....	51
BAB V	53
PENUTUP	53
A. Kesimpulan.	53
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62

BAB I

PENDAHULUAN

Bab 1, sebagai pendahuluan, akan menjelaskan terkait latar belakang masalah yang sedang peneliti lakukan, setelah itu peneliti merumuskan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang

Tahun 1990-an internet berkembang semakin maju dan *Institut Teknologi Massachusetts* (MIT) berhasil menemukan program *World Wide Web Consortium*. Di jaman sekarang internet bisa kita akses dengan menggunakan teknologi tanpa kabel (*wireless*). Kemudian internet berkembang lebih maju di tahun 1960-an ketika Departemen Pertahanan Amerika Serikat meluncurkan program *Advance Research Projects Agency Network* (ARPANET) di kepalai oleh J.C Licklider yang memiliki program ARPANET dengan tujuan menghubungkan komputer melalui jaringan. Di Indonesia sendiri, internet muncul pada tahun 1988, saat itu internet hadir dan mempermudah segala kebutuhan masyarakat Indonesia, hingga tahun 2000-an dan sekarang internet mulai menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia yang tidak tergantikan, sehingga penggunaan teknologipun meningkat (Nugroho, 2020).

Perkembangan penggunaan Teknologi di Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya, hal ini dijelaskan dalam Buku Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019, bahwa lima tahun terakhir, penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh rumah tangga di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangan penduduk yang menggunakan telepon seluler terus mengalami peningkatan, hingga pada tahun 2019

mencapai 63,53 persen. Pertumbuhan penggunaan telepon seluler ini diikuti pula oleh pertumbuhan kepemilikan komputer dan kepemilikan akses internet dalam rumah tangga yang mencapai angka 18,78 persen untuk kepemilikan komputer dan 73,75 persen untuk kepemilikan akses internet dalam rumah tangga. Penggunaan internet juga mengalami peningkatan selama kurun waktu 2015-2019, yang ditunjukkan dari meningkatnya persentase penduduk yang mengakses internet pada tahun 2015 sekitar 21,98 persen menjadi 47,69 persen di tahun 2019. Sebaliknya kepemilikan telepon tetap kabel dalam rumah tangga mengalami penurunan dari tahun ke tahun, di tahun 2015 persentase rumah tangga yang memiliki atau menguasai telepon kabel sekitar 4,01 persen, turun menjadi 2,09 persen pada tahun 2019. Pada tahun 2015, persentase penduduk diusia lima tahun ke atas yang pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir sekitar 21,98 persen dan meningkat menjadi 43,51 persen di tahun 2019.

Saling terhubung satu dengan yang lain, meningkatnya penggunaan telepon yang di barengi dengan penggunaan internet, hingga mudahnya mengakses informasi tanpa batas melalui internet dari berbagai sumber yang tersedia di dalam media sosial, mesin pencarian seperti google, ternyata menimbulkan beberapa masalah, seperti munculnya informasi hoax, polarisasi identitas, pembentukan opini publik, sehingga membentuk cara orang berperilaku, cara keberpihakannya terhadap yang menurutnya sesuai dengan kemauannya, dan hal itu akan mengancam demokrasi yang berada diruang media sosial atau di lingkungan sosialnya, perpecahan sesama individu atau kelompok, bahkan bisa sampai mengikis ideologi negara: Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika (Widyastuti, 2019).

Intoleransi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah ketiadaan tenggang rasa, dalam artian intoleransi mampu membuat manusia menjadi tidak bersahabat dengan orang, tempat dan lain sebagainya. Masalah intoleransi di Indonesia seringkali

berkaitan tentang mayoritas, minoritas, baik perbedaan agama, budaya, etnis, dan bahkan sampai pada pilihan politik. Dengan hal ini, intoleransi dapat dipahami secara sosiologis, yaitu interaksi sosial yang bernuansa kebencian antar beberapa pihak, baik secara individu maupun kelompok. Disadari atau tidak perilaku masyarakat tentang pendapat suatu penganut agama lain berada pada sebuah prasangka atau sekedar asumsi, sehingga memunculkan/tumbuhnya intoleransi, namun hal demikian kadang tidak diketahui olehnya, sebab hanya berdasarkan persepsi/asumsi yang sesuai sebaran informasi dari media sosial atau sekedar informasi yang tersebar dari mulut ke mulut tanpa mengetahui benar atau tidaknya.

Berdasarkan catatan Komnas HAM kasus intoleransi meningkat, hal ini di dukung dengan adanya sejumlah kasus intoleransi setiap tahunnya. Pada tahun 2014, Komnas HAM mencatat ada 74 kasus intoleransi yang dilaporkan ke pos pengaduan Desk KBB. Tahun 2015, jumlah pengaduan meningkat, jadi bertambah 87 kasus dan tahun 2016 hampir 100 kasus, berbeda dengan hasil yang di catat oleh Setara Institut bahwa ada 208 kasus pelanggaran kebebasan beragama/berkeyakinan di tahun 2016 (Putra, 2017). Ssedang di tahun 2017, terdapat 155 pelanggaran kebebasan beragama/berkeyakinan dengan 201 bentuk tindakan, 75 tindakan pelanggaran melibatkan aktor negara, yaitu 71 tindakan aktif, 3 tindakan *by rule*, sementara 1 tindakan lainnya merupakan tindakan pembiaran. Sebanyak 126 tindakan dilakukan oleh aktor non-negara dengan pelaku tertinggi adalah kelompok warga, yakni 28 tindakan. Sehingga menempatkan Indonesia pada posisi 117 dari 128 negara di kategori *Social Progress Index* yang dirilis oleh *Social Progres Imperative* (Gerintya, 2018).

Tindakan Intoleransi berdasarkan laporan di atas menunjukkan bahwa penyebaran pesan-pesan intoleransi masih aktif di galakkan, maka dari itu *International NGO*

Forum on Indonesiaan Development dan Jaringan GUSDURian melakukan penelitian di lingkup media sosial. Berdasarkan penelitiannya tentang “Persepsi dan Sikap Generasi Muda terhadap Radikalisasi dan Ekstremisme Kekerasan Berbasis Agama” dilaporkan bahwa ada 90 ribu akun yang memuat pesan radikal dan ekstremisme dalam waktu sebulan, juga di laporkan ada 25 kata kunci yang masuk kategori radikal dan ekstremis diantaranya “kafir”, “sesat”, “syariat Islam”, “tolak demokrasi”, “jihad”, “antek asing” “komunis”. “liberal”, “pengkhianat agama” dan “musuh Islam”.

Menurut *International NGO Forum on Indonesiaan Development* dan Jaringan GUSDURian berdasarkan penelitiannya tercatat bahwa di Twitter ada 20 akun yang sering mencuit dan mengicau-balik pesan-pesan radikal atau ekstremis, sementara pada platform pesan Telegram, riset tersebut menemukan channel @hizbuttahririd, @salamdakwah, @salafyways, @jalanlurus dan @forumkajianislamcikampek yang paling sering menyampaikan pesan-pesan radikal dan ekstremis. Pada Facebook ada 884 unggahan memuat kata-kata radikal dan ekstremis. Sedangkan di instagram ada pembedaan yang memberikan arahan solusi seperti “tolak pemimpin kafir”, “perangi kaum kafir” (Saroh, 2017).

Mengacu pada laporan di atas bahwa media sosial sebagai media baru dalam mengakses informasi, mampu menggerakkan bagaimana orang beropini tentang kebebasannya dalam berpendapat. Sedemikian unik informasi dikemas agar pembaca tertarik, kemudian berkembangnya pengguna media sosial secara personal menambah kecepatan bagaimana informasi bergerak, belum lagi literasi digital masyarakat yang belum mumpuni. Media sosial menjadi sarana atau media baru dalam penyampaian nilai, ajaran dan perihal yang bersangkutan dengan agama, politik maupun negara. Seperti seiring berkembangnya teknologi, media sosial memiliki peranan penting

dalam jalan dakwah Islam. Seiring berkembangnya media sosial juga, informasi berkembang cepat, sehingga ketika ada narasi intoleransi masyarakat menerima tanpa menyaringnya terdahulu. Seringkali opini publik di media sosial menyebabkan orang bertindak diskriminasi kepada yang berbeda keyakinan, hadirnya media Islami.co sebagai media Islam yang menyerukan nilai, ajaran agama Islam yang Toleran dan Rahmatan lil alamin yang kita butuhkan saat ini. Maka dari itu, berdasarkan fenomena yang terjadi dalam penyebaran wacana intoleransi, terhadap penguatan identitas di media sosial, hoax hingga pembentukan opini publik, peneliti tertarik atas topik Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online dan Islami.co sebagai studi kasus pada penelitian yang akan peneliti lakukan.

B. Rumusan Masalah

Perkembangan media informasi mengalami perubahan yang signifikan, sehingga mempengaruhi keberlangsungan hidup manusia. Kecepatan dalam penerimaan informasi selain mempersingkat waktu dan jarak, ternyata membentuk penguatan identitas dan opini publik. Media sosial sebagai alat baru dalam penyebaran informasi, mampu mempermudah orang dalam mengakses suatu informasi yang bersumber jelas ataupun seringkali orang termakan oleh informasi-informasi hoax, bahkan mempengaruhi cara beragama orang, sehingga tak heran seringkali isu-isu intoleransi bertebaran di media sosial.

Isu Intoleransi ditengah keberagaman bangsa Indonesia menjadi ancaman yang kesekian kalinya, seperti yang dilansir dari BeritaSatu.com berdasarkan hasil survei Kemendagri bahwa intoleransi memiliki persentase paling besar dengan jumlah 46,4 %, lalu berita hoax 30,8 %, isu SARA 15,4 %, dan paham khilafah 7,7% (Sihalolo, 2021). Jika dulu pesan-pesan intoleransi di sampaikan lewat mimbar, selebaran koran, majalah atau media tertentu, sehingga tingkat penyebarannya tidak begitu cepat dan

memerlukan waktu yang lebih lama. Namun, seiring berkembangnya teknologi dan informasi, intoleransi menyebar begitu cepat, ditambah tumbuhnya media sosial yang bersifat personal atau pribadi serta dipicu adanya kontestasi politik, hal ini menjadi tantangan bagi para aktivis kemanusiaan dan media sosial berbasis keislaman yang merepresentasikan Islam Rahmatan Lil Alamin, terkhusus bagi media Islami.co.

Perkembangan terakhir dalam keminatan suatu negara untuk belajar bagaimana islam di Indonesia adalah sesuatu hal yang perlu kita banggakan, sekaligus dorongan untuk Indonesia bahwa negara lain melirik Indonesia yang bisa hidup rukun dan berdampingan antar etnis, golongan, agama dalam suatu negara. Dalam hal ini, Indonesia sebagai negara berkembang memiliki peran penting dalam penyebaran citra islam di kancah nasional dan internasional.

Di tengah menguatnya isu intoleransi di Indonesia, kehadiran media online yang menyeru toleransi sebagaimana Islami.co sangatlah penting untuk dicermati. Narasi toleransi yang diusung oleh Islami.co setidaknya tampak menandingi derasnya isu intoleransi yang sempat mendominasi dunia maya di Indonesia. Penelitian ini hendak memeriksa secara lebih dekat proses penyebarluasan gagasan toleransi yang dikerjakan oleh Islami.co sebagai salah satu media online.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Apa aspek-aspek sosial yang mendorong Islami.co menyebarluaskan narasi toleransi ?
2. Bagaimana strategi dalam menyebarkan narasi toleransi? Apa tantangan yang dihadapi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan latar belakang serta fokus penelitian bertujuan untuk:

1. Mengetahui aspek-aspek sosiologis yang melatar belakangi Islami.co dalam penyebarluasan narasi toleransi.
2. Mengetahui cara kerja penyebarluasan narasi toleransi yang menjadi ketetapanannya Islami.co
3. Mengetahui hambatan dalam penyebarluasan narasi toleransi di media sosial.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan membawa manfaat sebagai berikut :

1. Menyajikan perspektif mengenai cara kerja sosial dalam menyebarkan gagasan dan narasi toleransi.
2. Menyajikan perspektif mengenai peran dari lembaga sosial, dalam hal ini adalah Islami.co sebagai sebuah lembaga jurnalistik di dunia online.

F. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini terdiri atas lima Bab, yaitu :

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini terdiri atas beberapa sub bab meliputi latar belakang, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran. Di Bab ini akan dipaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu terkait dengan toleransi serta konsep-konsep operasional yang digunakan dalam penelitian. Dalam Tinjauan Pustaka, akan ditunjukkan beberapa penelitian terdahulu, masalah yang diajukan, serta temuan pentingnya. Bagi penelitian ini, tinjauan tersebut penting untuk menempatkan tema, masalah, dan pertanyaan penelitian di antara berbagai penelitian mengenai toleransi yang telah dilakukan.

Bab III adalah tentang Metodologi Penelitian. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu metode penelitian, lokasi penelitian, deskripsi posisi peneliti, informan penelitian, triangulasi dan analisis data. Tujuan dari penulisan Bab ini adalah untuk menunjukkan metode atau cara kerja yang peneliti gunakan dalam mendekati masalah, menggali data, dan melakukan analisis data.

Bab IV adalah Temuan Penelitian dan Pembahasan. Di Bab ini akan ditunjukkan sejumlah temuan lapangan yang dihasilkan dari penelitian. Setelah itu temuan tersebut akan didiskusikan dan dibahas dengan menggunakan konsep dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di Bab II.

Bab V adalah Kesimpulan. Di Bab ini akan dituangkan refleksi atau permenungan atas keseluruhan paparan yang telah disajikan dari Bab I sampai Bab IV; khususnya akan ditarik beberapa kesimpulan sesuai dengan apa yang telah dipaparkan dalam Bab IV.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab ini akan memaparkan hasil penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai isu toleransi, khususnya di media online. Di dalamnya juga akan disinggung kajian tentang intoleransi baik di media sosial maupun di media online secara umum. Selain itu akan dipaparkan konsep-konsep kunci yang akan digunakan dalam penelitian.

A. Tinjauan Pustaka

Setelah peneliti melakukan pencarian dan menelaah terhadap beberapa penelitian terdahulu, berikut penelitian yang menurut peneliti memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suha Paramitha (2019) dengan judul “Pengaruh Berita Toleransi Beragama Di Media Online Terhadap Sikap Toleransi Siswa Kelas 3 SMA di Pekanbaru” menyatakan bahwa berita toleransi beragama mempunyai hubungan atau pengaruh terhadap sikap toleransi. Hasil dari penelitiannya ini memperkuat bahwa ketika penyebaran berita toleransi tinggi, maka akan mempengaruhi sikap toleransi yang tinggi juga, sehingga akan semakin terjalin hubungan yang lebih positif. Adapun relevansi penelitian yang telah peneliti telaah ialah sama-sama fokus terhadap “Toleransi di Media Online”. Perbedaan terletak pada subjek penelitian, dimana penulis memilih Siswa Kelas 3 SMA di Pekanbaru, sedang penelitian yang dilakukan penulis memilih media online islami.co, media toleran yang menyebarkan narasi toleransi.

Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Husnul Aprilia (2019) yang berjudul “Kontruksi Isu Toleransi Agama Dalam Media Online”. Dengan

menggunakan metode analisisnya Framing Robert N. Entman menemukan hasil penelitian dari keempat media online yang ia teliti diantaranya Republika Online, Kompas.com, Detik.com dan Tribunnews.com memiliki perbedaan pembedaan dalam memberitakan isu toleransi agama : Republika Online sebagai media yang dipelopori komunitas muslim dalam konstruksinya memaknai toleransi agama berdasarkan nilai-nilai, sedangkan seperti Kompas.com, Tribunnews.com, dan Detik.com memandang toleransi agama dalam konteks universal yang merujuk kearah nilai-nilai keberagaman dan Hak Asasi Manusia (HAM).

Isu toleransi agama dalam media online, baik konstruksi maupun dari sisi penyebarluasan ialah salah satu keterkaitan yang peneliti lakukan, jika penulis memilih media online yang umum, yang dalam perspektifnya ada nilai HAM seperti Kompas.com, Tribunnews.com, dan Detik.com, kemudian Republika online yang di pelopori muslim, maka peneliti memilih media online Islami.co sebagai media islam yang menjunjung tinggi bahwa islam ialah rahmat bagi semua mahluk, itulah yang menjadi pembeda dalam penelitian yang dilakukan peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Sandriansyah (2020) dengan judul “Islam dan Internet : Toleransi Beragama di Dunia Maya” menggunakan jenis penelitian kepustakaan. Dalam penelitiannya ia mengatakan bahwa kehidupan beragama sangat dinamis apalagi didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju. Meski agama sejatinya sudah menanamkan sikap toleransi antar agama agar tidak saling mengganggu dan mengusik agama lain, tetapi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan yang terjadi ialah sikap intoleransi terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat dalam memahami sikap toleransi itu sendiri, ditambah dengan perkembangan zaman dan terciptanya internet membuat intoleransi semakin menjadi-jadi dan sikap intoleransi yang dibawa ke dunia maya membuat sikap balasan yang

berakibat sikap toleran antar agama menjadi rusak dan memiliki dampak yang lebih besar jika tidak ditanggapi dengan serius, maka dari itu peneliti menyarankan : membutuhkan aturan dalam dunia maya yang mengatur tentang toleransi antar umat beragama.

Dunia maya menjadi dunia manusia yang kedua, segala bentuk ekspresi dapat diungkapkan dengan bebas. Sebagaimana penulis ungkapkan bahwa perkembangan informasi didukung atas lahirnya media-media atau akun-akun secara personal, sehingga kekuatan tersebarnya informasi intoleransi melesat begitu cepat. Maka dari itu, penulis dalam hasil penelitiannya menyarankan agar adanya aturan dalam dunia maya, terutama tentang toleransi antar umat agama. Adapaun perbedaannya, jika penulis men-subjekkan dunia maya, tanpa menunjuk salah satu media, maka dalam penelitian ini lebih mengangkat tentang penyebarluasan narasi toleransi yang dilakukan Islami.co sebagai pelaku utama dan lebih spesifik.

Penelitian yang dilakukan oleh Danar Kristiana Dewi dan Lulus Sugeng Triandika (2020) dengan judul “Konstruksi Toleransi pada Akun Media Sosial Jaringan GUSDURian” menemukan bahwa toleransi dikonstruksikan sebagai kunci perdamaian dan persatuan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan teknik analisis framing Entman sebagai pisau penelitian. Kemudian persoalan intoleransi disebabkan oleh ekstrimisme. Nilai moral yang melegitimasi toleransi adalah islam agama yang ramah, solidaritas dan wawasan transedental bangsa Indonesia. Sedangkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan toleransi adalah merawat keberagaman dan mengimplementasikan nilai-nilai pancasila dalam kehidupan sehari-hari.

Keterkaitan penelitian ini yaitu sama-sama mengangkat isu toleransi, maraknya persoalan intoleransi di media sosial menjadi alasan yang sama bahwa dengan

menyebarkan informasi toleransi lewat media sosial atau pun online dapat menyeimbangkan narasi intoleransi. Untuk perbedaan pada penelitian ini yaitu penulis memilih akun media sosial Jaringan GUSDURian sebagai subjek penelitian, dan penelitian yang dilakukan memilih media islami.co yang bukan dibawah koordinasi komunitas.

Penelitian terdahulu yang berjudul “Media Sosial dan Gerakan Sosial-Politik Umat Islam di Indonesia” yang di tulis oleh Firmanda Taufiq dan Lalu Wayu Putra Utama (2018), menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dewasa ini berdampak luas bagi kehidupan masyarakat, termasuk wilayah keagamaan. Mudahnya dalam mengakses informasi tidak berdampak positif atas dakwah Islam tetapi juga digunakan sebagai alat provokatif. Penelitian ini mengkaji dan menelaah konten informasi media sosial khususnya berita-berita masyarakat Islam di Indonesia dengan metode kualitatif (deskriptif-analisis). Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa media mempunyai posisi strategis dalam menggambarkan, mengkonsep dan memberikan pengaruh atas suatu fenomena masyarakat.

Keresahan yang di alami penulis terkait penyebaran konten informasi khususnya berita yang seringkali provokatif dalam masyarakat islam, sehingga membelah rakyat dalam perpecahan. Hal ini di sadari secara bersama bahwa mudahnya mengakses informasi tidak serta merta membuat masyarakat berpikir mana konten yang benar dan salah, setiap berita yang di buat oleh akun-akun media sosial atau media online dianggap sebagai sumber informasi yang benar. Maka dari itu, kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menegaskan bahwa media sosial maupun media online berperan dalam mengkonsep dan memberikan pengaruh atas suatu fenomena, sebagaimana Islami.co yang menurut penulis dapat menyeimbangkan atas maraknya berita-berita provokatif, terutama tentang intoleransi.

B. Kerangka Pemikiran

Pada bagian kerangka pemikiran, akan menyajikan konsep yang akan di gunakan dalam temuan penelitian, konsep tersebut meliputi ;

1. Islami.co sebagai aktor

Setiap peristiwa akan selalu ada aktor di dalamnya, terlebih sebagai pelaku utama atau bukan. Kehidupan diantaranya tentang mempengaruhi, dipengaruhi atau dipimpin dan memimpin jalan seperti apa yang menjadi tujuan akhir. Perubahan yang signifikan terhadap media mampu membawa setiap individu atau kelompok menggiring menuju ke setiap kepentingannya. Era digital yang kian hari tak bisa dibendung setiap kemajuannya, kini muncul banyak penyimpangan, salah satunya terhadap narasi intoleransi yang di sebar melalui media online.

Islami.co sebagai media online memiliki peran dalam menyeimbangkan narasi-narasi intoleransi. Sebagai aktor, Islami.co mampu menjalankan peran sesuai norma sosial yang berlaku, hal itu terbukti ketika menjadi media paling populer di tahun 2019 yang berada dalam posisi kedua sebagai media keislaman, Sarjoko (2021). Keberhasilan Islami.co sebagai media islam yang paling populer adalah sebuah jalan panjang dari bagaimana Islami.co sebagai penentu narasi-narasi toleransi. Lebih jauh, untuk memahami Islami.co sebagai aktor yang memiliki peran besar dalam menyeimbangkan narasi keislaman yang tidak menghakimi atau memprovokasi, maka diperlukan memahami arti peran dari berbagai tokoh ilmu sosial.

Peran diartikan dalam kamus besar bahasa Indonesia sebagai laku, bertindak. Menurut Poerwadarminta dalam Kresna (2021) peranan disebut sebagai tindakan yang dilakukan individu atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa. Dalam artian

peranan ialah interaksi kemanusiaan yang dipengaruhi oleh struktur dan fungsi dalam hubungan terhadap status dan posisi. Sedang menurut Soekanto dalam Kresna (2021) peranan dapat diartikan sebagai aspek dinamis dari kedudukan. Apabila seseorang menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan statusnya maka dia menjalankan suatu peranan. Sehingga peranan dapat menentukan apa yang diberikan serta kesempatan apa yang diberikan masyarakat terhadap pelaku. Soekanto menambahkan bahwa ada 3 hal yang menjadi tujuan dalam mencapai peranan, yaitu : (1) peranan adalah norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, dalam arti peranan dapat membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. (2) peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan individu dalam masyarakat maupun dalam organisasi dan (3) peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Adapun peranan sosial dalam pengertian yang di maksud oleh Moehamad Anwar dalam Kresna (2021) ialah gambaran tentang pola perilaku yang diharapkan, diperbuat oleh seseorang sesuai dengan status sosial yang disandangnya. Dalam artian, peran sosial, memiliki kapasitas untuk bertindak, berbuat, dan mempengaruhi subyek yang lain.

2. Diseminasi narasi toleransi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diseminasi adalah penyebarluasan ide, gagasan dan sebagainya. Diseminasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut.

Proses penyebarluasan informasi baik penanaman ide, pemahaman gagasan dari kelompok ke individu atau individu ke kelompok dalam sosiologi di sebut sosialisasi.

Sosialisasi adalah proses penanaman kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi selanjutnya dalam sebuah kelompok atau lingkup masyarakat. Menurut David Gaslin dalam Maryati dan Suryawati (2001) sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma sosial agar dia dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat. Adapun Berger dan sejumlah tokoh sosiologi dalam Maryati dan Suryawati (2001) memahami bahwa yang dipelajari dalam sosialisasi adalah peran-peran. Dalam artian memahami bagaimana seseorang berperan sesuai dengan nilai, kebiasaan, dan norma yang berlaku dari masyarakat atau kelompoknya.

Diseminasi dan sosialisasi menjadi proses perkembangan suatu kegiatan/praktek dalam suatu keilmuan tertentu dalam memanfaatkan dan merealisasikan hasil-hasil penelitian. Maka tidak heran dari semua yang telah diteliti banyak wadah dalam menyebarkanluaskannya, salah satunya Islami.co, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai rujukan atau dasar pengambilan keputusan dalam bidang/praktek tertentu. Sehingga membantu dalam mencapai keilmuan yang lebih efisien dan efektif.

Narasi toleransi adalah dua kata yang memiliki arti yang berbeda. Narasi dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan pengisahan suatu cerita atau kejadian, dalam pengertian lebih luas berarti narasi menyajikan sebuah kejadian yang disusun berdasarkan urutan waktu. Sedang toleransi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah sifat atau sikap yang berhubungan dengan penuh dalam perbedaan serta penyimpangan yang masih dapat diterima. Toleransi sering ditekankan sebagai kunci yang bisa menciptakan kedamaian hidup dan menciptakan kesatuan antar umat manusia. Jadi narasi toleransi adalah sebuah kejadian yang disusun berdasarkan keterangan waktu, terdiri dari sifat atau sikap serta tindakan yang dapat menciptakan kedamaian hidup antar umat manusia.

3. Media online

Pengertian Media Online secara umum adalah saluran komunikasi yang terjadi secara online melalui situs web di internet, baik itu berisi teks, foto, video atau musik. Sedangkan pengertian media online secara khusus adalah semua yang berhubungan dengan komunikasi massa. Dalam pengertian di atas kita bisa melihat bahwa perkembangan teknologi mengalami perubahan yang kian melesat, dari media massa sampai kini media online, mampu memperluas jangkauan penyebaran informasi tanpa batas jarak dan waktu, dengan bermodalkan jaringan dan internet, semua menjadi saling terhubung, sehingga pengguna akan lebih mudah dalam mengakses sesuatu yang dibutuhkan atau yang akan dikonsumsinya. Maka dari itu menurut Manuel *Castells* yang di tulis oleh Raudlatul Jannah (2012) menyebut sebagai “masyarakat jaringan’ dan lebih jelas mendefinisikan masyarakat jaringan sebagai masyarakat dengan fungsi dan proses dominan yang dibentuk oleh jaringan, baik internet, intranet maupun jaringan kerjasama berbagai perusahaan, organisasi, negara, hingga jaringan pergaulan.

Masyarakat informasi atau disebut dengan *information society* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah masyarakat dan sebuah ekonomi yang dapat membuat kemungkinan terbaik dalam menggunakan informasi dan teknologi komunikasi baru. Masyarakat informasi dalam perspektif Manuel *Castells*, sebagai berikut :

The Network Society, in the simplest terms, is a social structure based on networks operated by information and communication technologies based in microelectronics and digital computer networks that generate, process, and distribute information on the basis of the knowledge accumulated in the nodes of the networks (Castells, Manuel et al : 2005,7).

Manuel Castells memiliki banyak pandangan terhadap perkembangan masyarakat informasi. Diantaranya adalah mengenai konsep informasionalisme masyarakat jaringan (*Network Society*) dan kapitalisme. Secara umum, ada enam hal yang menjadi gambaran masyarakat informasi menurut perspektif Manuel Castells, yakni informasionalisme, masyarakat jaringan (*Network Society*), perekonomian global atau ekonomi informasional, transformasi angkatan kerja, global city dan *cybercultural*. Manuel Castells (2000)

Masyarakat informasi yang dimunculkan pertama kali oleh Daniel Bell tahun 1970-an tentang datangnya masyarakat pasca-industri (*post-industrial society*), dikembangkan oleh Manuel Castells melalui konsep tentang masyarakat jaringan (*Network Society*). Manuel Castells mengutarakan tiga pandangannya tentang kemunculan masyarakat, kultur, dan ekonomi yang baru dari sudut pandang revolusi teknologi informasi, seperti televisi, computer, maupun media sosial. Manuel Castells, meyakini bahwa informasi memakai peran penting dalam pengorganisasian aktivitas ekonomi di masyarakat kontemporer. Penerapan pengetahuan (*knowledge*) dan informasi menghasilkan suatu proses inovasi teknik yang sifatnya akumulatif serta berpengaruh signifikan terhadap organisasi sosial (Prasetyo dan Irwansyah, 2020:166). Contohnya seperti kemunculan website Islami.co.

Media online sebagai media atau periode baru dalam peradaban manusia menjadi sarana yang mesti di miliki bagi setiap kelompok dalam mencapai tujuannya. Maka tak heran, menurut Lorie Ackerman dalam Prawito (2018) media online adalah bentuk penerbitan online yang digunakan untuk menyampaikan berbagai ide.

Ciri-ciri media online :

1. Kecepatan informasi
2. Informasi dapat di-update

3. Dapat berinteraksi dengan audiens
4. Personalisasi
5. Kapasitas muatan dapat ditambah
6. Terhubung dengan sumber lain

Adapun fungsi dan manfaat media online sebagai berikut :

1. Fungsi informasi
2. Fungsi sosialisasi
3. Fungsi diskusi dan perdebatan
4. Fungsi pendidikan
5. Fungsi memajukan kebudayaan
6. Fungsi hiburan
7. Fungsi integrasi

Islami.co sebagai media online yang merupakan bagian dari perubahan dalam menyebarkan informasi memiliki definisi sebagai sebuah situs yang didedikasikan untuk menyebarluaskan informasi dan gagasan yang mendukung tumbuhnya masyarakat yang penuh toleransi dan kedamaian, *baladatul toyyibatun* yang diberkahi Allah dan diimpikan semua manusia.

Islami.co digawangi oleh anak-anak muda lulusan pesantren, Islami.co menyebut mediana sebagai bentuk *counter-hegemony* atas *website-website* yang sarat provokasi, sehingga bisa meneguhkan Islam sebagai agama yang bukan hanya rahmat bagi pemeluknya, tapi juga umat manusia pada umumnya juga ingin mensyiarkan nilai-nilai Islam yang penuh etika mulia dan ajaran hidup bersama.

C. Ringkasan

Maraknya penyebaran narasi provokatif, hoax yang dapat di akses berbagai kalangan, jika diperhatikan dari penelitian terdahulu menjadi keresahan, sebab semua kalangan mendapatkannya, sehingga berpengaruh dalam kehidupan pribadi dan khususnya lingkup agama islam. Mudahnya mengakses informasi tidak serta merta membuat masyarakat berpikir mana konten yang benar dan salah, setiap berita yang di buat oleh akun-akun media sosial atau media online dianggap sebagai sumber informasi yang benar. Media Islami.co sebagai media online memiliki peran dalam menyeimbangkan narasi-narasi kebencian. Sebagai aktor, Islami.co mampu menjalankan peran sesuai norma sosial yang berlaku, hal itu terbukti ketika menjadi media paling populer di tahun 2019 yang berada dalam posisi kedua sebagai media keislaman, Sarjoko (2021). Kemudian, Diseminasi narasi toleransi yang disebarkan Islami.co melalui bentuk tulisan maupun video berlandaskan nilai keislaman dan keIndonesiaan. Dengan terbentuknya media online/situs Islami.co membentuk cara berkomunikasi dan menambah sarana untuk berinteraksi antar individu/kelompok sehingga terbangun jejaring dari berbagai penulis dan merambah ke pembaca, yang di sebut oleh Manuel Castells Masyarakat Informasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab III adalah tentang Metodologi Penelitian. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu metode penelitian, lokasi penelitian, deskripsi posisi peneliti, teknik pengumpulan data, informan penelitian, triangulasi dan analisis data. Tujuan dari penulisan Bab ini adalah untuk menunjukkan metode atau cara kerja yang peneliti gunakan dalam mendekati masalah, menggali data, dan melakukan analisis data.

A. Metode Penelitian

Untuk memperoleh informasi dan data yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, perlu suatu desain atau rencana menyeluruh tentang urutan kerja penelitian dalam bentuk rumusan operasional suatu metode ilmiah, rincian garis-garis besar keputusan sebagai suatu pilihan, serta dasar atau alasan-alasan ilmiah.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian kualitatif menghendaki data dan informasi yang berbentuk deskripsi dan narasi supaya dapat mengungkapkan makna yang berada di balik deskripsi atau uraian dari informan. Penelitian kualitatif di artikan sebagai suatu proses penyelidikan yang dapat digunakan untuk memahami dan menelusuri masalah sosial secara menyeluruh dan mendalam, dalam bentuk ungkapan kata-kata, pandangan dari informan, kemudian pandangan dan ungkapan kata-kata tersebut disusun secara alamiah. Prinsip dasar penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bersifat interpretatif, selektif, mandalam, koheren, mengungkapkan kebenaran secara faktual.

Dalam rancangan penelitian kualitatif sebenarnya tidak terikat oleh aturan dan prosedur yang kaku, tetapi lebih terbuka dan berkembang sesuai dengan keadaan di

lapangan sehingga pengambilan data memerlukan waktu yang relatif lama. Relatif lamanya waktu yang dibutuhkan dalam penelitian kualitatif disebabkan oleh dasar teori yang dipergunakan sebagai pijakan oleh peneliti tidak lengkap dan tidak ditetapkan diawal penelitian, akan tetapi teori ditetapkan di akhir penelitian sesuai dengan umpan balik dari para informan (Creswell, 2002). Dari telaah di atas, dapat di pahami bahwa metode penelitian kualitatif, bersifat sistematis yang digunakan untuk mengkaji dan meneliti objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna (kualitas) dari fenomena yang diamati (Prastowo, 2016:24).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada media online Islami.co. Media Islami.co merupakan sebuah media online berbasis *world wide web* (WWW), yang menyebarkan narasi damai, baik ke-islaman maupun ke-Indonesiaan. Sebagai media online atau media keislaman yang ramah juga mencerahkan, Islami.co dapat diakses dari manapun dan kapanpun. Oleh sebab itu lokasi subyek penelitian ini berbeda dengan subyek atau aktor lain yang berlokasi di wilayah atau teritori tertentu. Namun demikian, Islami.co memiliki home base atau kantor yang bertempat di Apartemen Citylight Ruko, Rw 1, Cemp.Putih, Kec. Ciputat Tim, Kota Tangerang Selatan, Banten 15412.

Konsep home base Islami.co terbilang cukup unik, selain ruang untuk bekerja, juga didalamnya ada kafe Coffe Shop bernama Outlier, berdasarkan pengunjungan peneliti, cukup banyak aktifitas di luar aktifitas para pegawai Islami.co, ada yang sedang diskusi lewat zoom meeting, mengerjakan tugas kerjaan, tempat kongkow, juga di jadikan tempat untuk membuat konten oleh Islami.co, Habib Husein Ja'far, dan terbuka untuk siapapun yang akan mengadakan acara diskusi.

C. Deskripsi Posisi Peneliti

Peneliti merupakan mahasiswa Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Di sela-sela kesibukan sebagai mahasiswa, peneliti juga turut bergabung dengan gerakan Jaringan GUSDURian yang salah satu perhatiannya adalah mengembangkan wacana dan situasi toleran di Indonesia, bedanya peneliti sering melakukan pertemuan atau dialog kebangsaan dengan banyak pemuda, dibimbing tokoh agama, sedang Islami.co lebih aktif melakukan pergerakan sosial wacana toleransi di ruang media digital. Meski berbeda ruang, peneliti cukup akrab dan dekat dengan narasi toleransi yang dikembangkan oleh Islami.co.

Secara kelembagaan, tidak hubungan formal keorganisasian antara Islami.co dengan Jaringan GUSDURian, walaupun dalam beberapa kesempatan kerap kali berkolaborasi. Tetapi relasi peneliti dengan berbagai karyawan atau redaktur Islami.co cukup akrab, karena ada beberapa redaktur yang juga ikut tergabung di Jaringan GUSDURian. Dalam beberapa kesempatan peneliti terkadang bertemu redaktur Islami.co dalam kegiatan penguatan narasi toleransi di lingkup komunitas Jaringan GUSDURian, baik saat menjadi peserta, maupun kepanitiaan, sehingga bisa dikatakan peneliti cukup akrab dan berpartisipasi dalam kegiatan yang pernah dilakukan Islami.co, di Griya Gus Dur, contohnya. Oleh karena itu, keakraban dan saling mengenal, sekiranya dapat menambah wawasan peneliti terhadap wacana toleransi yang di bangun oleh Media Islami.co dalam setiap prosesnya. Seperti yang dikatakan oleh Andi Prastowo dalam bukunya tentang Metode Penelitian Kualitatif, bahwa subjek tidak sebagai objek atau yang lebih rendah kedudukannya. Akan tetapi, sebagai manusia yang setara. Peneliti tidak menganggap dirinya lebih tinggi atau lebih tau. Peneliti datang kepada subjek untuk belajar, menambah pengetahuan dan

pemahaman (Prastowo, 2016:46). Peneliti sendiri saat ini tinggal di Kalibata, Rt/Rw 006/007, Duren Tiga, Pancoran, kota Jakarta Selatan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan cara-cara sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Menurut Rukin (2021) bahwa observasi dilakukan untuk melihat secara langsung dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala alam yang terjadi dengan jalan pengamatan dan pencatatan tentang hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang telah ditanyakan kepada informan melalui wawancara. Dengan demikian segala data yang dikumpulkan oleh peneliti dapat dipercaya bahwa data yang dikumpulkan atau digali, sesuai data lapangan dan kenyataan yang terjadi.

Rukin (2021) menjelaskan lebih luas, bahwa dengan menggunakan atau melalui observasi partisipatif, data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku atau gejala yang muncul. Menurut Stainback dalam Rukin (2021) observasi partisipatif terbagi menjadi empat golongan, yaitu : partisipasi pasif, partisipasi moderat, observasi yang terus terang dan tersamar, dan terakhir observasi yang lengkap.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipasi aktif. Peneliti pernah terlibat dalam beberapa kegiatan yang di adakan oleh Islami.co, diantaranya peneliti menjadi panitia pada kegiatan focus grup discussion yang bertema “Efek Polarisasi Politik dalam Kampanye Kebencian di Indonesia” yang dilaksanakan pada hari jum’at 24 oktober 2019 di rumah pergerakan Gusdur, Jakarta Pusat. Kegiatan

tersebut bekerjasama dengan Kominfo dan Nu Online. Kemudian peneliti sering tergabung dalam satu forum dengan informan, diantaranya pada kegiatan Akademi Kepemimpinan Gusdur, tanggal 29 November 2019 di Depok, Temu Nasional Jaringan Gusdurian tahun 2018 di Asrama Haji Jogjakarta, dan acara launching program BEST (beda dan setara) yang di adakan oleh Yayasan Bani Abdurrahman Wahid, melalui Jaringan Gusdurian yang di dukung oleh Pemerintah Belanda, pada 23 Mei 2022 di Jakarta.,

Peneliti melakukan observasi pada tanggal 23 Juni 2022, dimana peneliti melihat langsung bagaimana kegiatan atau aktivitas di lapangan. Keadaan di lapangan saat itu cukup ramai, peneliti datang siang hari, yang menarik dari kantor Islami.co ialah satu tempat dengan kafe Coffe Shop bernama Outlier milik founder Islami.co yaitu mas Savic. Saat itu ada tiga meja yang terisi oleh pembeli, mereka sedang membuka zoom meeting, adapun segenap karyawan Islami.co sedang bekerja di ruangan yang bersegi empat. Sambil memesan kue dan teh, peneliti selain mengamati keadaan juga mengerjakan skripsi, di sore hari peneliti berdiskusi bersama informan, pengunjung yang juga sahabat dari informan dan beberapa teman lainnya, saat itu kami berdiskusi perihal film india, mengulik pandangan orang Hindu India terhadap penganut agama Islam, dan rencana membuat diskusi yang bisa dilakukan siapapun, setelah magrib kemudian peneliti ijin pamit pulang.

Adapun untuk pelaksanaan pada penelitian ini dilakukan sejak di keluarkannya surat bimbingan pada tanggal 31 September 2021, seiring berjalannya waktu bimbingan, peneliti mencari informasi terkait lokasi penelitian, seputar informasi objek yang di teliti melalui media sosial instagram serta membuka website Islami.co, kemudian peneliti mengontak sahabat/rekan yang bekerja di Islami.co tetapi dikarenakan beliau (Mas Dedik) sudah pindah bekerja di Kompas, maka

diberikannya kontak redaktur Islami.co yang bernama Alvin, setelah melakukan komunikasi serta menjelaskan niat dan tujuan peneliti, akhirnya peneliti dapat mewawancarai informan ke-1 pada tanggal 8 desember 2021, sebelum melakukan wawancara ke dua peneliti melakukan observasi ke lapangan pada tanggal 23 Juni 2022, baru kemudian peneliti mewawancarai informan ke-2 pada Rabu tanggal 30 Juni 2022.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan langsung yang dilakukan dua pihak atau lebih. Dari dua pihak tersebut masing-masing pihak memiliki peran sebagai pewawancara, sedang yang lain sebagai informan. Sebelum bertanya peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan terlebih dahulu, adapun untuk urutan pertanyaannya dapat disesuaikan dengan tema pembahasan atau obrolan yang dimulai.

Menurut Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik (2015) secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara yaitu : pertama, pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang memuat garis besar yang akan ditanyakan. Kedua, adalah pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang terlebih dahulu disusun secara terperinci. Keduanya bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan peneliti, tapi menurut Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik (2015) yang lebih banyak digunakan ialah pedoman semi struktur, dimana pewawancara mulai menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah disusun, kemudian dari situ pewawancara dapat memperdalam dari setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan demikian, jawaban yang didapat melingkupi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

Untuk mendapatkan informasi secara mendalam peneliti melakukan wawancara tahap ke-1 menggunakan zoom meeting, hal ini sudah disepakati bersama informan sebelumnya, karena pada saat itu informan tidak bisa mengizinkan peneliti untuk datang langsung ke lokasi penelitian dikarenakan kasus covid 19 masih tersebar dimana-mana dan pemberlakuan tatap muka serta PSBB. Peneliti melakukan wawancara melalui zoom meeting pada hari Rabu tanggal 8 Desember 2021 dengan durasi sekitar 58:53 menit atau se-jam kurang dua menit. Tetapi pada Tahap ke-2 wawancara peneliti datang langsung ke kantor Islami.co pada hari Rabu tanggal 30 Juni 2022, dengan durasi 32:21 menit, hal ini di dukung atas menurunnya angka covid 19 serta sudah diberlakukannya pertemuan dengan bebas asalkan tetap mematuhi protokol kesehatan.

3. Studi Pustaka

Studi literatur atau studi pustaka menjadi salah satu bagian dalam pengumpulan data penelitian. Selain observasi, wawancara, peneliti rasa studi pustaka dibutuhkan dalam penelitian yang dilakukan untuk mencari data dari dokumen atau media-media terkait, apalagi situasi saat ini yang masih dalam bencana kemanusiaan ; covid 19 yang membentuk jarak juga pertemuan menjadi semakin terbatas.

Studi pustaka yang di uraikan oleh Mestika Zed (2008) memiliki pengertian sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Dengan begitu, Zed memperluas arti dari studi pustaka yang dimaksud banyak orang, seperti sekedar urusan membaca buku-buku dan mencatatnya. Seringkali kita melihat orang-orang datang ke perpustakaan, saling berbagi link, situs atau website yang memuat sejumlah hasil penelitian untuk memperkaya data penelitian yang sedang

dilakukan, oleh karena itu perlu mengetahui apa saja ciri-ciri yang harus menjadi syarat dalam studi pustaka, terkhusus bagi yang sedang melakukan penelitian dengan metode studi pustaka, berikut empat ciri utama studi pustaka :

Ciri *pertama* ialah peneliti berhadapan langsung dengan teks atau data angka dan bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan pun saksi-mata kejadian, orang atau terkait benda-benda lainnya. Oleh karena itu, teknik membaca teks (buku, artikel, jurnal dan dokumen) menjadi bagian fundamental dalam penelitian kepastakaan dan perpustakaan, atau link, situs dan website menjadi laboratorium peneliti kepastakaan.

Ciri *kedua*, data pustaka bersifat ‘siap pakai’. Artinya peneliti tidak pergi kemana-mana, kecuali hanya berhadapan langsung dengan bahan sumber yang sudah tersedia di perpustakaan. Ciri *ketiga*, data pustaka umumnya adalah sumber sekunder, dalam arti bahwa peneliti memperoleh bahan dari tangan kedua dan bukan data orisinil dari tangan pertama di lapangan, meski ada kemungkinan menjadi sumber primer yang di tulis langsung dari pelaku sejarah itu sendiri.

Ciri ke *empat* ialah bahwa kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Peneliti berhdapan dengan informasi statik, tetap. Dalam artian kapan pun ia datang dan pergi, data tersebut tidak akan pernah berubah, sebab merupakan data “mati” yang tersimpan dalam teks, angka atau gambar.

E. Informan Penelitian

Informan penelitian ialah orang yang di anggap memiliki pengetahuan luas tentang masalah yang sedang diteliti. Menurut Moleong dalam Rukin (2008) mengatakan bahwa penempatan informan dalam sebuah penelitian dapat menggunakan metode purposive di mana peneliti menetapkan informan berdasarkan anggapan bahwa informan dapat memberikan informasi yang diinginkan penelitian

sesuai dengan permasalahan penelitian. Dengan kata lain informan yang dipilih berarti informan kunci yang tidak diragukan lagi. Selain itu informan yang dipilih akan di wawancara secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang valid, relevan dan memadai.

Adapun informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah dewan redaktur Islami.co, yang bernama :

1. Rifqi Fairuz sebagai redaktur Islami.co
2. M. Alvin Nur Choironi sebagai redaktur Islami.co

F. Teknik Analisis Data dan Triangulasi

1. Penyajian Data Analisis data dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif pada prinsipnya berproses secara induksi-interpretatif-konseptualisasi, artinya data diambil/ ditelusuri dari hal yang paling kecil/spesifik, lalu ditafsirkan, dan diuraikan konsep-konsep yang diungkapkan oleh informan. Data dikumpulkan dan dianalisa setiap meninggalkan lapangan. Secara umum sebenarnya proses analisa telah dimulai sejak peneliti menetapkan rumusan masalah dan lokasi penelitian, kemudian menjadi intensif ketika sudah turun ke lapangan.
2. Proses penemuan konsep setelah menarik kesimpulan hasil pembahasan teoritik, peneliti akan melakukan penggalian inter-orientasi dan konseptualisasi dari informan

G. Ringkasan

Untuk memperoleh informasi dan data yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, perlu suatu desain atau rencana menyeluruh tentang urutan kerja penelitian dalam bentuk rumusan operasional suatu metode ilmiah, rincian

garis-garis besar keputusan sebagai suatu pilihan, serta dasar atau alasan-alasan ilmiah. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan metode kualitatif, dengan melakukan wawancara kepada informan, serta penyusunan pertanyaan, kemudian melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian setelah covid 19 mereda.

BAB IV

TEMUAN DAN ANALISIS

Bab IV adalah Temuan Penelitian dan Pembahasan. Di Bab ini akan ditunjukkan sejumlah temuan lapangan yang dihasilkan dari penelitian. Setelah itu temuan tersebut akan didiskusikan dan dibahas dengan menggunakan konsep dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di Bab II.

A. Sejarah Islami.co

(Gambar 1.1)

Tampilan laman Islami.co



Islami.co adalah sebuah situs yang didedikasikan untuk menyebarluaskan informasi dan gagasan yang mendukung tumbuhnya masyarakat yang penuh toleransi dan kedamaian (2013). Media Islami.co sebagai media keislaman yang positioning, berdiri sejak tahun 2013 dengan sejumlah tulisan atau artikel, tapi Islami.co mulai berkembang di tahun 2016, dari mulai mencari kontributor, teman-teman penulis dan menyebarkan konten tiap hari. Awal mula lahirnya

Islami.co yaitu atas dasar kesadaran, serta keinginan membuat media yang target pembacanya bukan di kelompok tradisional dan sedangkan bahasa tradisional lebih erat dikaitkan dengan teman-teman Nahdliyin, dimana sudah memiliki website NU Online ; situs keislaman yang kajiannya seputar Nahdlatul Ulama. Jika NU Online atas nama lembaga, maka Islami.co tidak berafiliasi terhadap lembaga mana pun, oleh karena itu Islami.co menginginkan market yang lebih umum, muslim secara umum, bukan hanya orang-orang NU tetapi juga orang lain yang mungkin punya konsen untuk belajar keislaman.

Tahun 2016 Islami.co mulai berkembang sebagai media islam yang ramah dan mencerahkan. Islami.co mewarnai narasi toleransi di media sosial atau website, di tengah maraknya konten-konten ujaran kebencian, ajakan jihad, dan narasi ajakan untuk mencederai orang dalam hal agama. Islami.co menjadi narasi alternatif untuk masyarakat dalam mempelajari atau mengkaji agama islam dari berbagai pendapat, sudut pandang yang tidak hanya satu tafsir dan konservatif. Situs Islami.co seringkali di isi oleh tulisan anak muda sebagai ladang *intellectual experience* juga sebagai ruang kolaborasi. Digawangi oleh para santri lulusan pesantren yang cukup kredibel dalam menjelaskan terkait keislaman, dibuat sebagai *counter-hegemony* atas maraknya website, media sosial maupun blog yang informasinya terkait ujaran kebencian, provokasi, sehingga bisa mengangkat citra islam sebagai agama yang bukan hanya rahmat bagi saudara se-iman, tapi juga umat manusia pada umumnya. Sebagaimana saat Nabi Muhammad SAW diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia, Islami.co sebagai situs keislaman mengkampanyekan nilai-nilai islam yang penuh dengan etika mulia dan ajaran tentang hidup bersama. Berikut gambar narasi toleransi di website Islami.co :

(Gambar 2.1)

Tampilan laman Islami.co

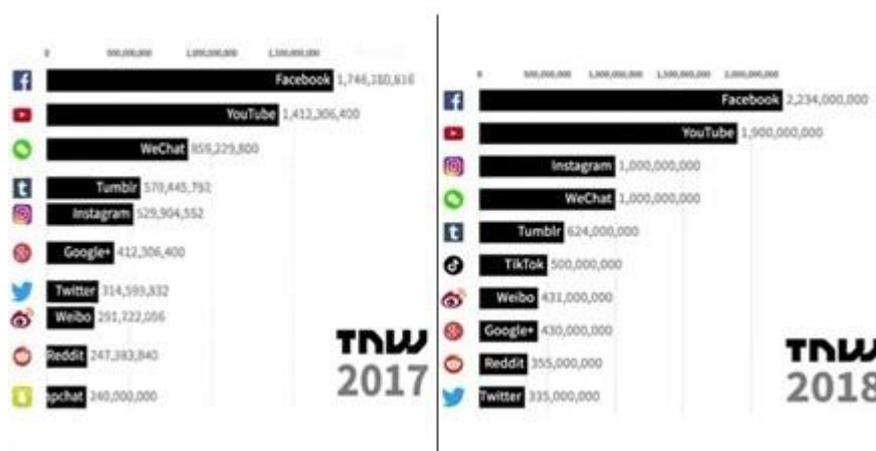


Pendiri Islami.co yaitu Mohamad Syafi' Alieha atau yang lebih dikenal dengan panggilan akrabnya Savic Ali. Selain Savic ada programmernya yaitu Saepul Uyun yang telah membantu dalam pembuatan websitenya. Target pembaca Islami.co adalah kalangan muslim, anak muda, kaum urban. Sebagai founder dari Islami.co, Savic paham betul bahwa ada gap yang selama ini dikunjungi oleh para pembaca secara umum di internet, yang dicari kebanyakan amalan-amalan harian, yang Nu Online sendiri tidak menyediakan itu, maka dari itu Islami.co mentargetkan jangkauan pembaca yang lebih umum dengan penyebaran narasi damai, seputar keislaman yang dikemas dengan pembahasan sesederhana mungkin. Saat ini Islami.co tidak hanya berdiri pada situs web, tetapi juga merambah ke media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan YouTube.

Dalam banyaknya kunjungan ke mesin pencari yang dilakukan pembaca, mengutip dari Nukman Luthfie dalam laman tirtoid yang berjudul "Menyaring Informasi di Media Sosial", bahwa ada 2,4 juta orang melakukan pencarian melalui Google, 700 ribu orang log in Facebook, 2,78 juta video dilihat di

YouTube, 20 juta pesan terkirim dari WhatsApp, 150 juta email dikirim, 51 ribu aplikasi diunduh di Apple Store, 347 ribu cuitan di twitter, 38 ribu foto diunggah ke Instagram (Luthfie, 2016). Berikut gambar perubahan tren penggunaan media sosial :

(Gambar 3.2)



Islami.co menyadari perkembangan media sosial yang terjadi pada saat itu, bahwa mulai muncul ada kecenderungan yang di cari secara umum orang Indonesia yaitu berkaitan dengan konten keislaman, salah satu media yang menyediakan konten keislaman pada saat itu yaitu Eramuslim dan Arrahmah dimana keduanya adalah media extrem, sebagaimana disebutkan oleh Zakky Zulhazmi dalam tulisannya di Islami.co yang berjudul “Tuan Guru Bajang dan Akal Sehat : Propaganda Arrahmah.com dan Media Sejenis Terhadapnya” bahwa media yang tidak kredibel, yang dalam narasinya banyak ditemukan atau berafiliasi dengan gerakan-gerakan islam politik yang belakangan ini mengusung agenda supremasi dan identitas islam (Zulhazmi, 2018).

Dalam tampilan laman Islami.co, tertera jelas bahwa ada bagian-bagian yang dapat memudahkan si pembaca ketika masuk di beranda, seperti tampilan tentang informasi *populer*, jika pembaca menginginkan informasi *terbaru* tinggal

mengklik kata “terbaru” di laman pertama, ada juga pilihan *rekomendasi* yang dengan sengaja Islami.co tampilkan dan itu akan membantu pembaca lebih cepat dalam mengakses kebutuhan informasinya, juga ada *rubrik* yang terdiri dari 8 bagian, yaitu berita, kolom, kajian, ibadah, kisah, hikmah, telaah, dan *feature*, dari kedelapan rubrik yang ada ialah untuk meng-counter tulisan yang dikirim, agar disesuaikan dengan jenis rubrik (Nurman, 2019:188).

Dengan tampilan dua bahasa, yaitu bahasa *English* akan mempermudah bagi setiap pembaca yang tidak paham dengan bahasa Indonesia. Para penulis Islami.co merupakan cendekiawan muslim, para tokoh agama, guru, ustadz atau ustadzah, dosen, profesor, doktor, guru, aktivis, santri dan sebagainya. Adapun untuk penggunaan warna pada tampilan laman Islami.co berwarna merah dan putih, serta tampilan ilustrasi berupa foto orang, anime, tempat, peristiwa, gambar grafis, dan lain sebagainya yang disesuaikan dengan informasi yang disampaikan. Berikut tampilan situs keislaman Islami.co :

(Gambar 4.3)

Tampilan laman Islami.co



Dari tampilan laman Islami.co, menggambarkan bahwa berita atau informasi yang disampaikan cenderung mengenai segala hal yang sedang hangat

diperbincangkan, tetapi dengan narasi alternatif yang dikemas dalam sudut pandang keislaman yang tidak satu tafsir dan konservatif. Begitupun dengan isu toleransi atau intoleransi, Islami.co akan menyampaikan informasi bersumber dari orang yang ada di lokasi kejadian secara faktual. Mengutip penelitian, Siti Roisatul Nisok tentang “*Mainstreaming* Moderasi Beragama di Ruang Digital : Telaah atas Portal Keislaman Islami.co Perspektif Rasionalitas Komunikatif Jürgen Habermas” mengungkapkan bahwa popularitas Islami.co ditentukan berdasarkan banyaknya kunjungan user yang dibuat oleh situs Alexa dan situs Similarweb, kedua situs tersebut menyediakan fasilitas informasi mengenai peringkat suatu *web* yang merujuk pada jumlah trafik pengunjung yang mengunjungi *web* tersebut. Alexa sendiri memperbarui data peringkat *website* setiap hari, sedangkan Similarweb memperbarui data peringkat *website* setiap triwulan. Adapun berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh Alexa pada 15 Juni 2021, Islami.co berada di peringkat 38.151 skala global dan peringkat ke 594 dalam skala nasional. Sementara perhitungan yang dilakukan *Similarweb* pada bulan Mei, Islami.co menduduki peringkat 129.494 skala global, dan peringkat 2.775 skala nasional (Nisok, 2021:57). Berikut tim redaksi Islami.co, yang terdiri dari :

(Tabel 1.1)

“Susunan Redaksi Islami.co”

Founder	Mohamad Syafi' Alielha (Savic Ali)
Redaksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Savic Ali 2. Hengky Ferdiansyah 3. Dedik Priyanto

	<ol style="list-style-type: none"> 4. M. Alfin Nur Choirin 5. Rifqi Fairuz 6. Anwar Kurniawan
Video	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elik Ragil 2. Saeful Uyun
IT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ronny Lantip 2. Fahmi
Manajemen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hexa Rahmawati

(Gambar 5.4)

Tampilan laman Islami.co



Savic, sebagai pendiri Islami.co, mengungkapkan sejarah perjalanan awal terbentuknya Islami.co, “Kenapa Aku Bikin Islami.co?” bahwa Savic bercerita, pada masa kecilnya, ia hidup di lingkungan pesantren sampai tingkat SMA. Berlatar belakang lingkungan yang sepenuhnya islami, Savic menyadari tidak

hanya hidup dalam suasana yang melulu tentang ibadah, tetapi juga belajar kehidupan sosial, melalui bergaul dan bermain. Islam yang dikenal Savic adalah islam yang santun, toleran, dan solider terhadap sesama. Namun, pengalamannya sejak di Jakarta, Savic menemukan islam yang lain, yang mana pertama kali Savic menyaksikan Islam dan takbir diteriakkan dengan nada marah dan mengancam, pertama kali juga menyaksikan orang-orang beratribut islam, baju putih dan kopiah, berpawai di jalanan dengan menang-menangan dan sedikit pongah. Savic menyadari, bahwa apa yang dilihatnya sangat bertolak belakang dengan apa yang sudah orang tuanya ajarkan, yaitu muslim yang santun dan senang mendahulukan orang lain, apalagi dalam balutan busana muslim. Atas realita yang dilihatnya, Savic mengetahui ada orang yang merasa islam, tapi mengkafirkan orang lain, ada orang yang jiwanya diliputi kebencian, tapi merasa sedang berjihad di jalan Allah, seakan semua kontradiksi umat beragama seolah-olah ada. Kemudian maraknya situs atas nama islam, tetapi hobinya menebar fitnah dan kebencian. Dalam laporan-laporannya lebih sering hasil imajinasi ketimbang investigasi dan ironisnya banyak orang yang kena pengaruh, khususnya anak muda.

Maraknya situs-situs keislaman yang menebar provokasi, menumbuhkan kebencian, dan hasrat peperangan, membuat Savic menjadi geram dan gelisah, maka untuk mengimbangi hal tersebut, Savic yang dibantu Saepul Uyun akhirnya membuat situs keislaman yang bernama Islami.co. Menurutnya, dengan memberanikan diri mendirikan Islami.co merupakan *fardhu kifayah*, sebab kita akan celaka jika tak seorang pun melakukannya. Ibarat menemukan bukit yang tandus, kita harus menanam pohon di atasnya (Savic, 2013).

Internet yang tanpa batas, tanpa waktu yang lama, membuat Islami.co sadar atas siapa yang menjadi target pembacanya, maka atas fenomena yang terjadi di muslim perkotaan, Islami.co mengalami pergeseran dalam penyebaran kontennya dari banyak tulisan-tulisan tentang arsip dari tulisan tokoh-tokoh, untuk mengarsip atau sebagai awal supaya kontennya lebih banyak, dan di masa-masa awal banyak di dukung dari lingkaran jejaringnya, yaitu teman-teman Jaringan Gusdurian di Jogja. Di Islami.co menerima semua penulis, tidak mensyaratkan penulis berlatar belakang NU atau Muhammadiyah, selama itu argumentatif, referensinya jelas dan otoritatif, saat itu juga di publikasi. Kemudian pergeserannya terjadi dari pembawaan bahasa sesederhana mungkin, sehingga dari mulai konten yang serius menuju konten yang dapat dipahami semua orang, Islami.co memiliki target pembaca seperti anak muda, muslim urban, orang-orang bukan pesantren dan mungkin itu yang menjadikan Islami.co menjadi website keislaman yang populer.

B. Aspek-Aspek Sosial Narasi Toleransi Islami.co

Negara Indonesia tercatat sebagai negara berkependudukan muslim terbesar di dunia, berdasarkan data dari *worldpopulationreview*, Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar pada 2021, yakni sebanyak 231 juta jiwa. Di urutan kedua, Pakistan dengan penduduk muslim sebanyak 212,3 juta jiwa dan di posisi ketiga ditempati India dengan penduduk muslim mencapai 200 juta jiwa (Kusnandar, 2021). Dengan menempati urutan pertama, Indonesia memiliki peranan penting dalam penyebaran citra islam di kancah nasional dan internasional, namun dalam realita sosial yang terjadi, Indonesia tidak terlepas dari konflik agama, penolakan pendirian rumah ibadah, ujaran kebencian di media sosial, tindakan intoleransi, isu sara, penyebaran berita hoax, paham khilafah,

penyebaran narasi provokasi yang membawa masyarakat kejurang perpecahan satu dengan yang lainnya, seperti kata Savic “Saya gelisah dengan situs-situs yang sarat pretensi dan provokasi. Bukan hanya jauh dari nilai-nilai Islam dan akhlaq mulia sebagaimana yang diajarkan Nabi, tetapi juga membahayakan ukhuwah” (Savic, 2013).

Muslim di perkotaan yang Savic lihat yaitu Islam dan takbir diteriakkan dengan nada marah dan mengancam, orang-orang beratribut islam, baju putih dan kopiah, berpawai di jalanan dengan menang-menangan dan sedikit pongah. Savic menyadari, bahwa apa yang dilihatnya sangat bertolak belakang dengan apa yang sudah orang tuanya ajarkan, yaitu muslim yang santun dan senang mendahulukan orang lain, apalagi dalam balutan busana muslim, atas realita yang dilihatnya, Savic mengetahui ada orang yang merasa islam, tapi mengkafirkan orang lain, ada orang yang jiwanya diliputi kebencian, tapi merasa sedang berjihad di jalan Allah, seakan semua kontradiksi umat beragama seolah-olah ada. Kemudian maraknya situs atas nama islam, tetapi hobinya menebar fitnah dan kebencian. Dalam laporan-laporannya lebih sering hasil imajinasi ketimbang investigasi dan ironisnya banyak orang yang kena pengaruh, khususnya anak muda.

Perkembangan media informasi mengalami perubahan yang signifikan, sehingga mempengaruhi keberlangsungan hidup manusia. Kebebasan berekspresi, baik memberikan maupun memperoleh informasi tanpa batas di internet dimanfaatkan oleh kelompok radikal dan ekstremis menyebarkan narasi-narasi kebencian lewat situs-situs yang dibuatnya, sehingga penyebaran pesan-pesan kebencian tersebar dengan cepat, ditambah tumbuhnya media sosial yang bersifat personal atau pribadi serta dipicu adanya kontestasi politik. Seperti pada tahun 2016 terjadi adanya peristiwa Surat Al-Maidah ayat 51, yang gaungnya cukup

besar, serta memantik gerakan dimana-mana, kemudian gairah keislaman semakin kuat, dari intoleransi secara verbal sampai ke tindakan, ada 208 kasus pelanggaran kebebasan beragama atau berkeyakinan di tahun 2016 (Putra, 2016).

Tingkat pengetahuan dalam literasi media seharusnya menjadi dasar bagi setiap penggunaannya agar baik dan bijak. Tetapi munculnya website-website keislaman yang menyebarkan narasi-narasi provokasi dan kebencian dengan lambat laun membentuk penguatan identitas dan opini publik, ditambah masyarakat tidak peduli lagi, terutama orang-orang yang tidak berafiliasi dengan ormas-ormas tertentu, tidak peduli apa yang mereka baca dari siapa, yang mereka ketahui muncul di fanpage pertama mereka klik dan di baca, mereka tidak peduli lagi siapa penulisnya, dari kelompok mana, punya latar belakang apa, yang terpenting yang muncul pertama di fanpage google dan sesuai apa yang mereka cari, maka mereka meng-kliknya. Hal ini menggambarkan bahwa keadaan masyarakat sangat rendah terhadap pengetahuan media literasinya, oleh karena itu, menurut Jokhanan dalam Jurnal SCRIPTURA, menyebutkan bahwa pembentukan kemampuan penggunaan media (media literasi) yang baik tercipta karena adanya literasi membaca dan menulis (*reading and writing literate*), *literasi audio visual dan digital literacy*. Sehingga dapat membentuk seseorang menjadi kritis dalam menggunakan media baru (new media) dan meningkatkan kemampuan kreatifitas dalam penggunaan media (Kristiyono, 2015:27).

Dunia internet yang dikuasai oleh situs-situs yang radikal, cenderung membagikan narasi provokasi, kurang lebih di tahun 2000-2011. Kemudian dalam jumlah website keislaman sangat sedikit, jika website sedikit berarti penyebaran kontennya, juga sedikit. Namun seiring perkembangan waktu, website-website moderat mulai bermunculan, seperti saat ini website keislaman sudah disisi oleh

teman-teman moderat yaitu diantaranya Alif.id, Bincang Syariah, JaringanSantri.com, Bangkit, Media, Iqra.id, Arrahim.id, Laduni.id, Muslimmoedrat.com (Syakir, 2020). Alexa sebagai situs pemantau media online, merekam perubahan peringkat media-media keislaman yang moderat. Warna hijau menggambarkan sebagai kemunculan media keislaman yang moderat, warna abu-abu ialah situs media keislaman yang netral, sedangkan warna kuning menggambarkan media yang hampir radikal, dan warna merah adalah media keislaman yang radikal, yaitu adanya ajakan konkrit untuk membunuh, dan menyerang. Dengan adanya diagram di bawah, dapat menunjukkan bahwa media keislaman yang menyebarkan narasi kebencian atau radikal tidak lagi mendominasi, yang ada adalah kehadiran media keislaman yang mengisi ruang-ruang digital dengan pesan moderat dan damai.

(Gambar 6.5)

Tampilan laman Islami.co



Islami.co sebagai media keislaman moderat pernah melakukan riset terkait perangkungan website-website keislaman di Indonesia sekitar tahun 2017-2019 yang mengkampanyekan narasi toleransi/moderasi beragama, yaitu diantaranya ; NU Online, Islami.co, dan Alif.id. ada beberapa kategori warna, seperti ; warna hijau menggambarkan media keislaman yang mengkampanyekan narasi islam damai, ramah dan toleransi, warna abu-abu adalah media keislaman yang

konservatif, perihal soal perbedaan pandangan yang berkaitan dengan khilafiah fiqih, kalau yang berwarna kuning cenderung ada indikator ujaran-ujaran kebencian, ada paham yang sudah mengajak ke permusuhan.

Kemudian di tahun 2019 website yang menyebarkan narasi kebencian, baik yang berwarna merah, kuning sudah tidak terlihat di indexing alexa, sehingga bisa dikatakan bahwa konteks persaingan media keislaman moderat dan yang radikal sudah terbilang stabil. Bagi Islami.co sendiri tidak masalah dengan hadirnya konten-konten kedamaian dari Nu-online, bincangsyariah atau media moderat yang lain, yang terpenting ialah bagaimana cara menjaga konten-konten yang ada di website di isi oleh media islam yang moderat.

C. Strategi Diseminasi Narasi Toleransi

Pengertian toleransi, secara gampangnya adalah bagaimana kita menghargai orang lain yang berbeda dan mengajak orang lain itu menghargai orang lain juga yang berbeda, tanpa harus memaki-maki yang berbeda, tanpa harus memberi stigma kepada yang berbeda, yang justru malah memperlebar jarak, maka dari itu lahirnya Islami.co agar menjadi penyeimbang atas maraknya konten-konten yang sarat dengan provokasi ataupun kebencian. Dalam penyebaran konten-konten narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co memiliki acuan terhadap nilai yang terdapat di berbagai konten-kontennya. Seperti yang dikatakan oleh *Manuel Castells* bahwa informasi memakai peran penting dalam pengorganisasian aktivitas ekonomi di masyarakat kontemporer. Penerapan pengetahuan (*knowledge*) dan informasi menghasilkan suatu proses inovasi teknik yang sifatnya akumulatif serta berpengaruh signifikan terhadap organisasi sosial (Prasetyo dan Irwansyah, 2020:166). Oleh karena itu, untuk penerapan

pengetahuan (*knowledge*) dalam strategi diseminasi narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co, yaitu berdasarkan :

1. Tokoh

Islami.co dalam penyebaran konten-kontennya merujuk dua tokoh yang dijadikannya sebagai pegangan atau landasan dasar dalam penyebaran tulisan-tulisan, maupun kontennya terkait toleransi. Tokoh yang pertama yaitu Gus Dur atau bernama lengkapnya K.H Abdurrahman Wahid, yang sering disebut, bapak Pluralisme, bapak Bangsa, bapak Demokrasi, yang oleh Jaringan Gusdurian setelah merekam jejak perjalanan hidupnya Gus Dur dalam sembilan nilai Gus Dur, yaitu ketauhidan, kemanusiaan, keadilan, kesetaraan, pembebasan, kesederhanaan, persaudaraan, keksatriaan, dan kearifan tradisi. Oleh karena itu, menurut Fairuz, salah satu redaktur islami.co, berpendapat bahwa ke-islaman dan ke-Indonesiaan adalah kata kunci dan nilai yang di usung oleh islami.co. Siapa saja diterima untuk menuangkan gagasan dan ide, selama relevan dengan keduanya. Maka, seringkali banyak anak muda memulai pengalaman menulisnya (*intellectual experience*) melalui situs islami.

Adapun yang dijadikan sebagai panduan Islami.co dalam menulis kontennya terletak pada *five moral* dari tokoh kedua yaitu *Jonathan Haidt*, seorang ahli psikologi sosial. *Five moral* Jonathan Haidt yaitu *care (peduli) dan harm (bahaya)*, *fairness/reciprocity (keadilan)*, *loyalty/ingroup (kesetiaan)*, *authority/respect (otoritas)*, dan *sanctity/purity (kesucian)*.

2. Pendekatan Public Figure

Di Islami.co, selalu menyajikan narasi lain, agar tidak terlalu frontal, selama bisa diajak dengan baik-baik, Islami.co memiliki prinsip jangan sampai terlalu

benci membabibuta, yang hanya akan memperlebar jarak. Strategi dalam penyebaran narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co salah satunya yaitu melalui pendekatan publik figure, contohnya seperti konten yang di angkat oleh Islami.co, mengajak Okky Setiana Dewi yang dekat dengan teman-teman hijrah. Islami.co mengajak Okky untuk membantu membicarakan ke teman-teman hijrahnya mengenai toleransi, bukan malah menjudge Okky “bukan ustadzah, belajar ngaji aja baru, ngga boleh di anggap ustadzah” seharusnya tidak seperti itu. Islami.co dengan followersnya yang masih sedikit, orang yang kenalpun tidak terlalu banyak, tapi sama Okky hampir se-Indonesia kenal, pengaruhnya lebih besar dari pada Islami.co. Selain Okky, ada Habib Husein Ja’far yang dekat dengan pemuda tersesat dalam konten yang dilakukannya, juga ada Kalis Mardiasih yang fokus terhadap kesetaraan gender, ada Alissa Wahid yang giat meneruskan sembilan nilai Gus Dur.

Dengan melalui pendekatan publik figure, Islami.co mampu mempererat dan membangun nilai toleransi yang lebih inklusif agar berdampak lebih besar. Islami.co sebagai media yang ramah dan mencerahkan, selalu selektif dalam menerima jurnal dan tulisan, jadi agar tidak terlalu eksklusif, dari satu kelompok, dua kelompok, bahkan ketika ada tulisan-tulisan yang masuk, terlalu ke-NU, atau terlalu santri, biasanya Islami.co memilih menyalurkan tulisan tersebut ke Nu Online, sebab target pembaca Islami.co lebih luas, bahkan lebih ke muslim urban atau orang-orang kota pembacanya.

3. Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi yang tak bisa di elakkan, membuat semua penyebar informasi harus beradaptasi dengan segala perkembangannya, demikianpun dengan Islami.co yang awalnya hanya membuat website, dengan

perkembangan teknologi dan keadaan sosial masyarakat, Islami.co beradaptasi dengan membuat akun sosial ads-nya, yaitu Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube. Penyebaran narasi toleransi yang dilakukan Islami.co melalui media sosial adalah bagian dari strategi yang memang seharusnya dilakukan, hal ini karena sudah menjadi bagian dari upaya dalam menyeimbangkan narasi provokasi, hoax, intoleransi yang dilakukan media keislaman yang tidak kredibel.

Dalam sesi wawancara dengan Alvin redaktur Islami.co, menyebutkan bahwa jumlah konten toleransi yang disebarluaskan tidak tentu, biasanya Islami.co menulis terkait toleransi kalau ada peristiwa-peristiwa faktual terkait dengan isu toleransi. Jumlah konten harian di website sebelum pandemi bisa sampai 10-15 konten perhari, tetapi semenjak pandemi, karena berbagai hal akhirnya berkurang hanya mungkin dua atau tiga konten, itu juga tidak semua tentang toleransi, jadi tidak bisa di pastikan berapa jumlah konten toleransi yang disebarluaskan, tapi kalau memang ada peristiwa aktual entah tentang toleransi, maka redaktur Islami.co langsung dengan cepat memuat informasinya.

Penyebaran narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co yaitu salah satunya lewat youtube, dalam youtubanya Islami.co terdapat playlist yaitu ; pertama ada terbuka (#belajarislammenjelangbuka), kedua kuliah moderasi beragama, ketiga Hikmah jumat, ke empat Meja redaksi, ke lima podcast Islami.co, keenam Islamtalks, ke tujuh Motion, kedelapan Film Pendek Islami, ke sembilan, 1 menit Islami. Youtube islami.co terbentuk mulai tahun 2018, terutama di sosial ads. Sosial ads semacam video, tetapi Islami.co menggarap videonya singkat tidak seperti film pendek, sebab kalau film pendek sudah diatas 5 menitan, video Islami.co singkat 2.20 detik sesuai dengan durasi yang ada di twitter.

Jadi dalam video yang dibuat oleh Islami.co, hanya ingin memotret hal-hal yang sudah terjadi untuk di arus-utamakan, bahwa toleransi atau moderasi beragama bukan hal yang baru, hal itu sudah sering di lakukan dulu, contohnya di film Islami.co yang tempe jatuh, ketika melihat ada orang yang mukanya melas, hati siapapun pasti tergerak untuk menolong, walaupun itu sedikit tanpa melihat dia se-agama atau tidak, hal itu sudah ada dari dulu, tapi ketika melihat realita sekarang kenapa hal itu seolah jadi hal yang baru. Ketika Islami.co memotret hal-hal yang seperti itu orang menjadi sadar atau merefleksikan sudah dilakukan dari dulu, seharusnya nilai moral seperti itu dilakukan dengan istiqomah, jangan terpedaya dengan hal-hal baru yang dapat merusak ukhuwah, sehingga membuat orang eksklusif, berusaha untuk membuat agamanya paling baik, mudah menganggap orang lain yang berbeda agama adalah musuh.

Islam.co memahami realita masyarakat yang tidak semua bisa baca artikel, apalagi lewat hp tidak semua orang bisa baca artikel panjang, oleh karena itu film adalah salah satu bentuk strategi penyebaran narasi toleransi yang dilakukan Islami.co. Maka, ketika ada orang yang berniat untuk menyebarkan lebih gampang, tinggal di share di whatsapp, apalagi dalam bentuk video dengan didukung whatsapp yang bisa download sendiri sudah langsung terbuka. Broadcast message yang panjang harus nge-klik lanjutkan beberapakali, jadi lebih panjang, oleh karena itu film yang berbentuk video dapat mewartakan warganet yang tidak suka membaca tulisan yang berdurasi panjang.

D. Tantangan Islami.co Dalam Diseminasi Narasi Toleransi

Kemudahan dalam mengakses media sosial atau media massa terdapat pada genggamannya setiap individu, seperti ketika memilah dan memilih suatu informasi sepenuhnya ada dalam satu klik dan keingintahuan dalam mencari sesuatu yang

sedang dicari, tanpa menelusuri apakah yang mereka klik adalah sebuah informasi yang disediakan oleh media yang kredibel atau tidak. Menyaring informasi yang benar, hoax atau tidak, sama dengan menunjukkan kepahaman orang/kelompok terhadap literasi digital yang bijak. Oleh karena itu, islami.co melakukan penyebaran narasi toleransi berawal dari keresahan atas maraknya narasi provokasi, hoax dan narasi kebencian terhadap agama ataupun kelompok organisasi masyarakat dan kepercayaan. Maka dari itu, penyebaran narasi toleransi sangat penting dilakukan ditengah maraknya peristiwa-peristiwa intoleran di hampir semua daerah, yang muncul ke permukaan media sosial maupun yang tidak.

Hadirnya media keislaman seperti Islami.co menjadi salah satu bentuk pergeseran media keislaman yang tidak hanya ingin diakses oleh sekelompok orang atau organisasi masyarakat tertentu, sebab semua orang membutuhkan tuntunan diantara banyaknya media-media yang tumbuh menyebarkan narasi perpecahan. Islami.co dalam perjalanannya mengalami proses yang harus beradaptasi dengan perkembangan algoritma media, google dan tantangan yang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua redaktur islami.co yaitu saudara Alvin dan Fairuz, mengatakan bahwa terdapat ada beberapa tantangan media keislaman, khususnya Islami.co, yaitu sebagai berikut :

1. Tantangan Media Islam dari Media-Media Mainstream

Pertama, saat ini keingintahuan terhadap keislaman sedang banyak di cari, oleh karena itu google maupun media sosial menjadi alternatif dalam mencari konten keislaman. Munculnya sebuah peluang di ruang media, yang akhirnya dimanfaatkan oleh media-media mainstream semacam kompas, tribun, liputan6, dan lain sebagainya, memuat konten-konten keislaman, yang mereka sendiri tidak

punya fokus terhadap konten keislaman, akhirnya konten-konten keislaman yang di sebarluaskan oleh mereka bersumber dari media/website islam, seperti Islami.co, bahkan bukan hanya Islami.co tetapi juga konten-konten dari website keislaman yang dulu sering dilawan narasinya.

Alvin, mengumpamakan bahwa ada salah satu media mainstream, contohnya tribun, ketika sedang natal, karna kata kunci ucapan selamat natal banyak dicari, media seperti itu menulis berdasarkan apa yang dicari banyak orang sekarang, saat mereka melihat ucapan selamat natal, mereka akan asal mengambil, karena menurut Alvin, kepentingan mereka tidak disitu, kepentingan mereka di klik, dan di trafik, akhirnya mereka browsing-browsing, ketemu ditulis lagi, tanpa peduli siapa yang nulis, punya niatan apa, pokoknya dimuat, karna banyak yang mencari, selain mereka media yang besar, juga punya resource teknologi yang besar, punya modal besar.

Kedua, mereka bisa memilih mana konten yang ramah, bukan hanya sekedar mengedepankan trafik, mereka punya target harian yang cukup banyak, akhirnya asal membuat saja, yang penting menarik dan memancing trafik, selesai. Mereka tidak memiliki kepentingan apa-apa terkait dengan moderasi, toleransi, yang penting trafiknya gede (Anam, 2020). Oleh karena itu, ungkap Fairuz, bahwa yang menjadi tantangan media keislaman saat ini adalah media-media mainstream yang punya banyak resource teknologi yang besar, punya modal, punya kapital yang lebih besar dan yang lain sebagainya.

Ketika media mainstream sudah mulai bergerak di konten-konten keislaman, maka, media keislaman seperti Islami.co yang menjadi turun, jadi tantangan sekarang media-media keislaman, terutama media-media keislaman yang moderat

tantangannya bukan media-media keislaman dari salafi, wahabi, dari teman-teman yang lebih dulu, sekarang tantangannya yaitu dari media-media mainstream yang secara banyak hal lebih dari media Islami.co, jadi salah satu cara yang perlu dilakukan yaitu bagaimana caranya agar konten-konten yang dibuat oleh Islami.co tidak asal diambil oleh media mainstream, perlu adanya komunikasi antar kedua belah pihak, sehingga tidak saling dirugikan satu dengan yang lain, melakukan kerjasama misalnya, gimana mereka memuat konten Islami.co, tetapi tidak dirugikan secara trafik, turner, atau secara resource. Jadi sekarang cukup bagus, tetapi kalau kaitannya sama trafik Islami.co saat ini lawannya bukan media keislaman yang tidak moderat, tetapi media-media mainstream.

2. Tantangan Menjaga Ekosistem Penulis.

Tantangan kedua, bagi Islami.co adalah bagaimana menjaga ekosistem teman-teman penulis agar tetap semangat menulis, kadang teman-teman karna ekosistemnya masih dibangun, sehingga hasilnya tidak seberapa besar dari pada bidang-bidang yang lain, oleh karena itu kadang ada teman-teman, misalnya dapat kerjaan yang lain, padahal cukup bagus menulisnya, kemudian akhirnya lebih mendahulukan pekerjaannya, karna mungkin sudah berkeluarga, butuh pemasukan yang lebih banyak dan yang lain sebagainya. Akhirnya tidak menulis lagi dan itu termasuk tantangan menurut saya bagaimana menjaga kontributor-kontributor untuk tetap aktif menulis, oke silakan mengambil bidang lain, yang mungkin lebih menjanjikan, tetapi jangan sampai berhenti menulis, karena mimpi kita bagaimana teman-teman tetap menulis, masih tetap setia dalam bidang yang di gelutinya.

Di tantangan penguatan ekosistem penulis, sebagai solusi agar para penulis tetap semangat dalam menulisnya, Islami.co pernah mengadakan pertemuan antar

penulis, di Jogja. Kemudian hadirnya mentor yang memiliki energi yang tidak ada habis-habisnya datang ke daerah. Hal-hal yang demikianlah yang menjadi penguat dalam membangun semangat, konsistensi dan keberlangsungan berjalannya para penulis.

3. Tantangan Algoritma Media Sosial.

Algoritma menjadi tantangan berikutnya, kerap kali algoritma tidak diketahui kapan berubahnya, apa dampaknya setelah berubah dan lain sebagainya. Sebab algoritma memudahkan pencarian di internet dan membuat pengiklan menasar pasarnya. Hampir dua tahun terakhir masalah terkait covid, algoritma google berubah, google mendahulukan media-media yang besar untuk di kedepankan atau di prioritaskan masuk di fanspage awal google, seperti media-media besar misalnya, akhirnya konten-konten yang terkait keislaman diambil oleh media-media besar, sehingga yang ditampilkan oleh google di halaman pertamanya ialah media-media yang lebih besar, ketimbang media keislaman yang membuat konten aslinya.

Dalam algoritma media sosial terdapat dua hal yang menjadikan sebuah konten terus-terusan muncul di laman pertama akun media sosial penggunanya. Pertama, *Echo Chamber*, yang dapat memastikan penggiringan informasi personal dalam kanal beranda media sosial user disesuaikan keyakinan, minat dan perspektif user itu sendiri, sehingga *Echo Chamber* dapat mengurangi kemungkinan seseorang menemukan beragam pandangan di media sosial (Nisok, 2021:53). Kedua *Filter Bubble* alias Filter gelembung yang cenderung menampilkan satu pemikiran dan menimbulkan fanatik. *Eli Pariser* menyebutkan *Filter Bubble* ialah sebuah dunia yang dibangun dari kesamaan, tempat kita tak bisa belajar apa pun. Lain hal dengan *Mostafa El-Bermawy* menyebut *Filter Bubble* sebagai perusak

demokrasi, kemudian Mostafa memberi contoh bahwa “konten di facebook kita dipersonalisasi berdasarkan klik dan perilaku ‘likes’ di masa lalu, jadi otomatis kita akan kebanyakan mengonsumsi konten politik yang serupa dengan pandangan kita”. Kemudian kebiasaan warganet yang hanya membaca judul tanpa mengklik konten, hal ini diperkuat dengan data 59 persen link yang dibagikan di media sosial tidak benar-benar diklik sama sekali (Adam, 2017).

Dengan adanya kedua algoritma media sosial yang seperti itu, maka salah satu cara yang digerakkan oleh Islami.co adalah sebisa mungkin memperbanyak, mengarusutamakan konten-konten toleransi di media sosial, semakin banyak konten yang ada di media sosial terkait toleransi, moderasi beragama, semakin banyak pilihan, jadi warganet mengetahui dan mengenal wacana lain, ketika konten tentang toleransi jarang sementara pengguna media sosial banyak, jadi kunci satu-satunya harus diperbanyak, sehingga dengan diperbanyak semakin warganet mengetahui bahwa ada narasi toleransi, ketika sekali klik konten toleransi, maka algoritma media sosial akan menampilkan konten yang sama, sehingga warganet tidak terjebak dalam kefanatikan dan tidak menganggap apa yang dia baca sebagai pendapat mayoritas.

E. Ringkasan

Islami.co sebagai sebuah situs yang didedikasikan untuk menyebarkan informasi dan gagasan yang mendukung tumbuhnya masyarakat yang penuh toleransi dan kedamaian. Islami.co menjadi narasi alternatif untuk masyarakat dalam mempelajari atau mengkaji agama islam dari berbagai pendapat, sudut pandang yang tidak hanya satu tafsir dan konservatif. Situs Islami.co seringkali diisi oleh tulisan anak muda sebagai ladang *intellectual experience* juga sebagai ruang kolaborasi. Digawangi oleh para santri lulusan pesantren yang cukup

kredibel dalam menjelaskan terkait keislaman. Islami.co mengalami pergeseran dalam penyebaran kontennya dari banyak tulisan-tulisan tentang arsip dari tulisan tokoh-tokoh, kemudian pergeserannya terjadi dari pembawaan bahasa sesederhana mungkin, sehingga dari mulai konten yang serius menuju konten yang dapat dipahami semua orang, Islami.co memiliki target pembaca seperti anak muda, muslim urban, orang-orang bukan pesantren dan mungkin itu yang menjadikan Islami.co menjadi website keislaman yang populer.

Islami.co dalam diseminasi narasi toleransi menggunakan sembilan nilai Gus Dur dan five moral Jonathan Haidt sebagai acuan atau landasan dalam membuat kontennya. Pendekatan publik figure, seperti Okky Setiana Dewi, yang pengaruhnya lebih besar dari pada Islami.co. Selain Okky, ada Habib Husein Ja'far yang dekat dengan pemuda tersesat dalam konten yang dilakukannya, juga ada Kalis Mardiasih yang fokus terhadap kesetaraan gender, ada Alissa Wahid yang giat meneruskan sembilan nilai Gus Dur. Kemudian karna menurut Manuel Castells masyarakat saat ini yaitu masyarakat jaringan atau informasi maka Islami.co beradaptasi dengan membuat sosial ads. Adapun tantangan yang di alami Islami.co yaitu media-media mainstream yang menyebarkan konten keislaman tanpa menyebut sumbernya, yang hanya mengejar trafik, bukan kualitas informasi yang disebarkan, menjaga ekosistem penulis agar tetap produktif mengirim tulisannya, dan algoritma media sosial echo chamber dan filter bubble.

Islami.co sebagai aktor atau sebagai pelaku utama dalam menyebarkan narasi toleransi memiliki peranan penting dalam perkembangan situs islam yang moderat. Cara mengemas sebuah informasi harus berlandaskan nilai keislaman dan keIndonesiaan yang dipegang teguh dalam prinsip tujuan terbentuknya

Islami.co. Dengan menganalisis melalui perspektif Manuel Castells, peneliti memahami bahwa terbentuknya suatu media online diperlukan gagasan, pengetahuan serta modal dari berbagai aspek. Kemudian, dalam perspektif Manuel Castells tentang masyarakat jaringan atau masyarakat informasi dapat dipahami bahwa informasi menjadi aktivitas ekonomi masyarakat kontemporer, hal ini bisa dilihat bagaimana Islami.co memberikan uang pada setiap penulis, dan informasi menghasilkan suatu proses inovasi teknik yang sifatnya akumulatif serta berpengaruh signifikan terhadap organisasi sosial.

BAB V

PENUTUP

Bab V adalah Kesimpulan dan Saran. Di Bab ini akan dituangkan refleksi atau permenungan atas keseluruhan paparan yang telah disajikan dari Bab I sampai Bab IV; khususnya akan ditarik beberapa kesimpulan sesuai dengan apa yang telah dipaparkan dalam Bab IV.

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan mengenai diseminasi narasi toleransi di media online Islami.co, terdapat beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Dalam penyebaran narasi toleransi yang di lakukan oleh Islami.co terdapat beberapa aspek sosial yang melatar belakanginya, yaitu :

Maraknya situs atas nama islam, yang hobinya menebar fitnah dan kebencian, sedangkan situs keislaman yang moderat sedikit, sehingga penyebaran pesan-pesan kebencian tersebar dengan cepat, ditambah tumbuhnya media sosial yang bersifat personal atau pribadi serta dipicu adanya kontestasi politik, seperti pada tahun 2016 terjadi adanya peristiwa Surat Al-Maidah ayat 51, yang gaungnya cukup besar, serta memantik gerakan dimana-mana, kemudian gairah keislaman semakin kuat, dari intoleransi secara verbal sampai ke tindakan. Seringkali situs radikal dalam laporan-laporannya lebih sering hasil imajinasi ketimbang investigasi dan ironisnya banyak orang yang kena pengaruh, khususnya anak muda. Kemudian, Muslim urban, yang tidak merepresentasikan muslim yang santun dan cenderung memakai atribut atau busana muslim hanya sebagai pakaian.

2. Dalam penyebaran konten-konten narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co memiliki acuan terhadap nilai yang terdapat di berbagai konten-kontennya. Ada tiga strategi dalam diseminasi narasi toleransi yang dilakukan oleh Islami.co, yaitu :

Pertama, landasan dasar nilai yang diambil dari sembilan nilai Gus Dur ; ketauhidan, kemanusiaan, keadilan, kesetaraan, pembebasan, kesederhanaan, persaudaraan, keksatriaan, dan kearifan tradisi. Sehingga nilai yang diusung oleh islami.co cukup jelas yaitu tentang keislaman dan keIndonesiaan. Kemudian *five moral* dari tokoh yang bernama Jonathan Haidt, seorang ahli psikologi sosial. *Five moral* Jonathan Haidt yaitu *care* (peduli) dan *harm* (bahaya), *fairness/reciprocity* (keadilan), *loyalty/ingroup* (kesetiaan), *authority/respect* (otoritas), dan *sanctity/purity* (kesucian).

Kedua, Pendekatan publik figure, seperti Okky Setiana Dewi yang dekat dengan teman-teman hijrah, Habib Husein Ja'far yang dekat dengan pemuda tersesat dalam konten yang dilakukannya, juga ada Kalis Mardiasih yang fokus terhadap kesetaraan gender, ada Alissa Wahid yang giat meneruskan sembilan nilai Gus Dur.

Ketiga, Islami.co beradaptasi dengan membuat akun sosial ads-nya, yaitu Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube.

3. Adapun tantangan yang dialami oleh Islami.co dalam Diseminasi Narasi Toleransi ada tiga, yaitu:

Pertama, munculnya sebuah peluang di ruang media, yang akhirnya dimanfaatkan oleh media-media mainstream semacam kompas, tribun, liputan6, dan lain sebagainya, memuat konten-konten keislaman, yang mereka sendiri tidak punya fokus terhadap konten keislaman, akhirnya konten-konten keislaman yang

di sebarluaskan oleh mereka bersumber dari media/website islam, seperti Islami.co, bahkan bukan hanya Islami.co tetapi juga konten-konten dari website keislaman yang dulu sering dilawan narasinya. Selain punya kepentingan di trafik, media-media mainstream memiliki, punya banyak resource teknologi yang besar, punya modal, punya kapital yang lebih besar dan yang lain sebagainya.

Tantangan kedua, bagi Islami.co adalah bagaimana menjaga ekosistem teman-teman penulis agar tetap semangat menulis, kadang teman-teman karna ekosistemnya masih dibangun, sehingga hasilnya tidak seberapa besar dari pada bidang-bidang yang lain, oleh karena itu kadang ada teman-teman, misalnya dapat kerjaan yang lain, padahal cukup bagus menulisnya, kemudian akhirnya lebih mendahulukan pekerjaannya, karna mungkin sudah berkeluarga, butuh pemasukan yang lebih banyak dan yang lain sebagainya. Hampir dua tahun terakhir masalah terkait covid, algoritma google berubah, google mendahulukan media-media yang besar untuk di kedepankan atau di prioritaskan masuk di fanspage awal google, seperti media-media besar misalnya, akhirnya konten-konten yang terkait keislaman diambil oleh media-media besar, sehingga yang ditampilkan oleh google di halaman pertamanya ialah media-media yang lebih besar, ketimbang media keislaman yang membuat konten aslinya.

Ketiga, adanya algoritma media sosial, Echo Chamber dan Filter Bubble alias Filter gelembung, maka dari itu harus sebisa mungkin memperbanyak, mengarusutamakan konten-konten toleransi di media sosial, semakin banyak konten yang ada di media sosial terkait toleransi, moderasi beragama, semakin banyak pilihan, jadi warganet mengetahui dan mengenal wacana lain, ketika konten tentang toleransi jarang sementara pengguna media sosial banyak, jadi kunci satu-satunya harus di perbanyak, sehingga dengan di perbanyak semakin

warganet mengetahui bahwa ada narasi toleransi, ketika sekali klik konten toleransi, maka algoritma media sosial akan menampilkan konten yang sama, sehingga warganet tidak terjebak dalam kefanatikan dan tidak menganggap apa yang dia baca sebagai pendapat mayoritas.

B. Saran

Pertama, Penelitian skripsi ini masih terbilang kurang sempurna, masih banyaknya kekurangan dan kesalahan di dalamnya, tetapi dengan berbagai keterbatasan, baik referensi, keluasan pembahasan, maupun kecakapan dalam penulisan, sekiranya dapat menambah perspektif dalam perkembangan media digital yang terus berkembang tiada henti. Semoga kedepan, dalam penelitian selanjutnya fokus kajian di ruang digital lebih komprehensif, sesuai lingkungan sosial yang ada. Perkembangan sumber daya manusia, seharusnya lebih cepat dibanding perkembangan dunia digital, sehingga dapat mengatasi dan mengurangi jumlah literasi digital yang berada di tingkat rendah, baik pada masyarakat *gemeinschaft* maupun *gesellschaft*.

Kebutuhan memiliki alat digital dalam aktifitas manusia tidak bisa di batasi, sebab sudah menjadi alat interaksi sosial pada masa kini, tetapi masih bisa di upayakan dari segi pengetahuan dalam pengembangan pengguna, seperti peningkatan kualitas pembaca di ruang digital yang bijak dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak diketahui kebenarannya, hal ini bisa di mulai dari lingkup keluarga. Adanya workshop atau forum diskusi mengenai hoax, pengenalan media-media keislaman yang kredibel di tingkat desa atau kota bisa di mulai dari tingkat rt, sampai kedudukan tertinggi, sebab eksistensi media mainstream, seperti tribun, detik dan lain-lain lebih dikenal, dibanding media

keislaman. Hal ini tentunya butuh kesadaran bersama dari berbagai pihak dan kalangan, terutama pada setiap diri manusianya.

Kedua, Islami.co sebagai situs keislaman yang ramah dan mencerahkan, dengan penyebaran narasi toleransinya, mampu menyeimbangi dan meredam permasalahan narasi kebencian yang ada di situs-situs islam radikal. Kelebihan Islami.co yaitu membuka ruang bagi siapapun, khususnya anak muda yang mau belajar mengembangkan kemampuan dalam menulisnya, terbuka bagi siapapun yang mau berkolaborasi, harapanya terus bekerjasama dengan institusi pemerintahan dan lebih luas bukan hanya dengan kementrian agama republik Indonesia, tapi juga berbagai lembaga lainnya. Semoga dengan segala tantangan yang dimiliki Islami.co mampu terus tumbuh di tengah persaingan media-media mainstream juga mampu berkolaborasi dalam pengembangan informasi keislaman yang sedang di gandrungi masyarakat saat ini. Semoga Islami.co mampu menginisiasi pertemuan-pertemuan dengan media-media mainstream, agar menjaga esensi dari penyebaran narasi damai, serta membangun kesadaran bahwa pentingnya keaslian dalam memuat informasi sesuai sumbernya.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Aulia, <https://tirto.id/filter-bubble-sisi-gelap-algoritma-media-sosial>, di akses pada 16 Juli 23

Alieha, Mohamad Syafi', "*Kenapa Aku Bikin Islami.co*", <https://islami.co/kenapa-aku-bikin-islami-dot-co/>, diakses 23 Juni 2022

Anam, Khoirul, <https://jaringansantri.com/kampanye-media-sosial-moderasi-agama-2/>, di akses pada 25 Juni 2022

Aziiz, Muhammad Naufal Ishmat (2020). *Media dan Perkembangan Budaya*. Malang: PT. Cita, 2020.

Bernard. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi, Anak-Anak*. Bandung: Rosdakarya Raho, 2007.

Donny Prasetyo, Irwansyah, *Memahami Masyarakat dan Persepektifnya*, <https://dinastirev.org/JMPIS/article/download/253/145/> , Jurnal JMPIS, Volume 1, Issue 1, Januari 2020, diakses pada 18 Juli 2022

Gerintya, Scolastica. 2018. *Benarkah Intoleransi Antar-Umat Beragama Meningkat?*. <http://tirto.id/Benarkah-Intoleransi-Antar-Umat-Beragama-Meningkat?>. Di akses pada 06 Mei 2021

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam/> di akses pada 27 Juni 2022

<https://www.wikiapbn.org/diseminasi/> diakses pada 2 November 2021.

Kresna, 2021. Teori Peran (skripsi dan tesis). [http://konsultasiskripsi.com/Teori-Peran-\(Skripsi-dan-tesis\)](http://konsultasiskripsi.com/Teori-Peran-(Skripsi-dan-tesis)) di akses 22 Nov 2021

Kristiyono, Jokhnan, “*Budaya Internet : Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat*”, Jurnal SCRIPTURA, Vol 5, No. 1, Juli 2015, 23-30 ISSN 1978-385 x, di akses pada 18 Juli 2022.

Luthfie, Nukman, “*Menyaring Informasi di Media Sosial*” <https://tirto.id/menyaring-informasi-di-media-sosial-b1np>, diakses 22 juni 2022.

NF, Muhammad Syakir, <https://nu.or.id/nasional/direktur-nu-online-website-keislaman-ibarat-pesantren-dan-madrasah-daring/>, di akses pada 24 Juni 2022.

Nisok, Siti Roisadul “*Mainstreaming Moderasi Beragama di Ruang Digital : Telaah atas Portal Keislaman Islami.co Perspektif Rasionalitas Kounnikatif Jurgen Hubermas*” (Skripsi-Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 53.

Nisok, Siti Roisadul, “*Mainstreaming Moderasi Beragama di Ruang Digital : Telaah atas Portal Keislaman Islami.co Perspektif Rasionalitas Kounnikatif Jurgen Hubermas*” (Skripsi-Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 57.

Nugroho, Andy. 2020. *Sejarah perkembangan Tik dari masa lalu sampai sekarang*. <http://Qwords.com/blog/sejarah-perkembangan-tik-dari-masa-lalu-sampai-sekarang/>.
Diakses pada tanggal 7 November 2020.

Nurman, Silmi Novita, “*Penguatan Islam Moderat di Era Post Truth : Telaah atas Situs Online Islami.co*”, Jurnal Al-Aqidah, Volume 11, Edisi 2, Desember 2019, hal 188.

Prastowo, Andi “*Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*”, Jogjakarta:Ar-Ruzz Media, 2016.

Prawiro, Muhammad, 2018. *Pengertian Media online*. <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html> diakses pada 3 November 2021

- Putra, Lutfy Mairizal. 2017. *Catatan Komnas Ham, Kasus Intoleransi Meningkat Setiap Tahun*. <http://kompas.com/Catatan-Komnas-Ham,Kasus-Intoleransi-Meningkat-Setiap-Tahun/>. Di akses pada 06 Mei 2021
- Raudlatul Jannah, *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, Depok: LabSosio-FISIP-UI, 2012.
- Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Surabaya : CV. Jaked Media Publishing, 2021.
- Saroh, Mutaya. 2017. *Survei: Pesan Intoleransi Berkebaruan di Media Sosial*. [http://tirto.id/Survei-Pesan-Intoleransi-Berkebaruan-di-Media sosial](http://tirto.id/Survei-Pesan-Intoleransi-Berkebaruan-di-Media-sosial). Di akses pada 16 Oktober 2021
- Sihaloho, Markus Junianto. 2021. *BeritaSatu.com Kemendagri: Intoleransi Jadi Tantangan Terbesar Pancasila* <http://BeritaSatu.com/Kemendagri: Intoleransi-Jadi-Tantangan-Terbesar-Pancasila>. Di akses pada 30 Oct 2021
- Siyoto, Sandu, Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Tentang Islami.co, <https://islami.co/tentang-islami-co/>, diakses 21 JUNI 2022
- Tim Redaksi Islami.co, 2013. *Tentang Islami.co* <https://islami.co/tentang-islami-co/> . Diakses pada 1 november 2021
- Wahid, Sarjoko, 2021. Menyebarkan Pesan Damai Melalui Media Digital. <https://alif.id/sarjoko-wahid/menyebarkan-pesan-damai-melalui-media-digital> di akses 22 Nov 2021
- Widyastuti, Ariyani Yakti. 2019. *Pertumbuhan pengguna internet RI masih tertinggal di Asia Pasifik*. <http://bisnis.tempo.co/read/1236419/pertumbuhan-pengguna-internet-RI-masih-tertinggal-di-Asia-Pasifik/>. Di akses pada 22 Februari 2021
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2008.

Zulhazmi, Zakky “*Tuan Guru Bajang dan Akal Sehat : Propaganda Arrahmah.com dan Media Sejenis Terhadapnya*” <http://islami.co/tuan-guru-bajang-dan-akal-sehat-propaganda-arahmah-com-dan-media-sejenisnya/> diakses 22 juni 2022

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Transkrip Wawancara Redaktur Media Islami.co

Tentang : Narasi Toleransi di Media Online (Studi Deskriptif Eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co)

Informan : M. Alvin Nur Choironi

Jabatan : Redaksi

Hari, Tgl : Rabu 08/12/2021

Tempat : Via Zoom Meeting

Durasi : 58:53 Menit

1. Sejarah dan Mengapa Didirikan Islami.co

a. Bagaimana sejarah awal mula terbentuknya Islami.co ?

Islami.co sebenarnya berdiri sekitar tahun 2013, cuman mulai aktif dan update tiap hari, mulai mencari teman-teman penulis, lebih aktif lagi mencari kontributor itu tahun 2016, jadi jedanya 3 tahun. Kenapa tahun 2016 mulai aktif, kalau ditanya terkait sejarahnya lebih tepat di tahun 2016 bukan di 2013, memang awal mulanya berdiri itu kita pengen bikin media yang sekmennya bukan di kelompok tradisionalis, bahasa tradisionalis itu mungkin lebih erat dikaitkan dengan teman-teman Nahdlyin, karna teman-teman Nahdlyin sudah punya website Nu Online, jadi kita pengen punya pembaca selain warga NU, kalau Nu Online kajiannya terkait dengan ke NU-an, disitulah awal mulanya bikin islami.co. Jadi ibaratnya

sebagai saudara kembar Nu Online. Nu Online itu atas nama lembaga, kalau islami lebih pengen mengambil market yang lebih umum, muslim secara umum, bukan hanya orang NU tetapi juga orang-orang lain yang mungkin punya konsen untuk belajar islam atau mencari-cari terkait keislaman, kurang lebih di tahun 2013-nya seperti itu.

Mulai aktif di 2016 itu karna adanya peristiwa surat Al-Maidah ayat 51, yang gaungnya cukup besar sekali, dan juga memantik gerakan dimana-mana, kemudian gairah keislaman semakin meningkat, kemudian juga intoleransi, walaupun hanya sekedar verbal, sekedar ucapan, bahkan sebagian sudah mulai ketindakan juga sudah mulai ada, jadi kita pengen mewarnai narasi-narasi yang ada di media sosial, yang ada di internet itu dengan narasi-narasi yang lebih ramah, dengan cara apa ? dengan memberikan narasi alternatif, selama inikan orang yang belajar islam hanya membaca konten-konten keislaman yang ada di fanpage pertama google, orang-orang tidak peduli lagi, terutama orang-orang yang tidak berafiliasi dengan ormas-ormas tertentu, tidak peduli apa yang dia baca itu dari siapa, yang mereka tau muncul di fanpage pertama ya dia klik, dia baca, dia tidak peduli lagi siapa penulisnya, dari kelompok mana, punya latar belakang apa, tidak peduli, dengan realitas internet seperti itu, kita perlu masuk agar juga ada narasi-narasi lain yang bisa mewarnai keragaman wacana yang ada di internet, terutama di fanpage pertama goggole itu, karna sebelum islami banyak sekali, website-website keislaman (data) yang sudah ada, saya contohkan, misalnya Romaiso.com yang dikelola oleh salah satu ustad salafi, walaupun tidak secara terang-terangan menyatakan dirinya salafi, cuman beliau salafi. Kemudian ada misalnya Eramuslim.com yang lebih dulu, karena mereka website berita ya, kemudian Voa-islam dan lain sebagainya.

Supaya mendapatkan referensi yang lebih banyak, nanti bisa cari lebih banyak penelitiannya, bahkan ada dari teman-teman islami sendiri, itu sebenarnya tujuannya, jadi kenapa di 2016 di gas semakin kencang, ya tujuannya itu memperbanyak konten, pembaca, sekmen, sehingga harapannya bisa lebih menjangkau banyak orang, bukan hanya orang-orang NU saja, saya rasa orang NU itu ibaratnya sudah selesai pembahasannya di Nu Online, semua orang kalau mau tau terkait dengan ke NU-an, terkait dengan amaliah-amaliah NU sudah selesai di Nu Online. Maka dari itu diberi nama islami.co ya mas ? betul, Islami.co ingin menjangkau lebih banyak orang muslim, bahkan bukan hanya orang muslim sebenarnya, teman-teman dari non-muslim juga banyak yang mengapresiasi dari konten-konten di islami, jadi sejarahnya seperti itu. Ibaratnya kita menganggap bahwa kita saat itu, kalah dalam jumlah website keislaman (cari) yang ada dari teman-teman moderat ini, kemudian yang kedua yaitu kontennya, dua hal itu, kalau websitenya tidak ada, otomatis kontennya tidak ada, mulai 2016 islami.co, sudah mulai naik, Nu Online juga mulai naik bahkan di tahun 2017 sudah masuk ke lima besar, saat ini website keislaman sudah disisi oleh teman-teman moderat (data website keislaman) terlepas dari siapapun itu yang penting teman-teman sendiri, persaingan akan tetap ada tetapi menurut saya selama itu adalah teman-teman website moderat sendiri tidak masalah, terlepas siapapun Nu Online kah, islami.co kah, bincangsyariah atau teman-teman moderat yang lain, tidak apa-apa pada dasarnya, tetapi yang penting ialah bagaimana cara menjaga konten-konten yang ada di website itu masih kita yang ready.

b. Siapakah penggagas munculnya islami.co ?

Untuk pengagasnya jelas, mas Savic, itu pasti beliau yang punya ide, beliau yang jalan, saya pun mulai gabung di tahun 2016 pas mulai ngegas itu, jadi sebelum di 2016 itu saya di Nutizen salah satu aplikasi, kemudian ditarik di islami.co, tapi sebenarnya selain mas Savic, ada lagi programmernya mas Saepul Uyun, untuk membantu buat websitenya, bikin tampilan website deploper website, depeloping website, itu di bantu oleh mas Uyun, jadi dua orang itu sebenarnya ya, tapi otak utama tetap mas Savic.

c. Kenapa islami.co di gawangi oleh orang-orang muda lulusan pesantren ?

Pertama, bahwa kita menganggap teman-teman pesantren cukup kredibel untuk menjelaskan terkait keislaman. Kedua, kita pengen teman-teman pesantren itu berkembang dengan keilmuannya, jadi kalau menulis di islami.co ada honorinya untuk mereka biar tetap bisa eksis menulis, selama ini orang-orang yang belajar di pesantren kayak tidak percaya diri, dengan hal-hal yang mereka pelajari saat ini, akhirnya saat sudah berada dirumah mengambil bidang yang tidak di situ lagi untuk menghidupi keseharannya, dari islami.co berpikir bagaimana orang-orang yang setia dengan keilmuan itu bisa hidup, jadi dari teman-temen, kita tetap bisa mengajak teman-teman untuk menulis dan juga kita berusaha untuk memberikan reward ke teman-teman, harapanya teman-teman biar setia dengan bidang keilmuannya yang digeluti, jangan sampai lama di pesantren karna bukan anak kiai, balik kerumah tidak punya pesantren atau tpa dan akhirnya dagang ngga belajar lagi, ngga buka kitab lagi, kita pengen seperti itu teman-teman yang keluar dari pesantren masih tetap bisa hidup dengan reward, masih bisa eksis, dan masih bisa aktif dengan itu.

Ketiga, selama ini narasi keislaman terutama di internet, ruangan tanpa batas, semua orang bisa mengakses, semua orang bisa mengunggah, ibaratnya orang yang pake peci, udeng-udeng, jubah, kalau mereka berbicara di internet, mereka viral-pun jadi ustad, kita pengen anak-anak yang ada dipesantren kita branding, branding dalam hal komersil yaa, biar mereka ini jadi orang yang otoritatif, orang yang di cari tulisan-tulisannya terkait keislaman, jadi kalau mau baca, mau belajar tentang tafsir, siapa sih ? owh berarti ustad a, karena dia fokus di bidang itu, memiliki karya itu, latar belakang yang itu dan yang lain sebagainya. Kita pengen menonjolkan anak pesantren itu bisa mempengaruhi dan bisa mainstream di internet, ditengah maraknya orang-orang yang tidak jelas muncul di internet sebagai ustad, berbicara apa, bikin konten dan lain sebagainya, di lihat banyak orang, punya folower banyak akhirnya di anut dan di ikuti, jadi kita mulai dari situ. Jadi anak pesantren kalau ngga punya pesantren, bingung juga tidak punya tpa, majlis di rumahnya, tapi pengen tetap setia pada keilmuannya, yaudah ayo nulis, bikin konten di internet.

d. Ada berapa anak pesantren yang aktif nulis di islami.co ?

Kalau kontributor islami.co sendiri hampir tiga ratusan, nanti bisa cek di kontributor, tapi tidak semua anak pesantren ya, ada juga yang temen, karna kita kenal diluar, dia punya misi atau konsen yang sama dengan islami kita minta dia untuk nulis, tetapi untuk kontributor secara umum lebih dari tiga ratus, yang aktif anak-anak pesantren terutama hampir 25-an, yang aktif maksudnya kalau kita minta dia nulis bisa cepat, kalau yang lain mungkin hanya nulis sekali dua kali, mungkin karna tugas dia lebih banyak dan lain sebagainya dan akhirnya stop lama, habis itu nulis lagi, kalau aktif itu maksudnya dia bisa stay, bisa cepat

nulisnya tanpa nunggu lama, kalau jumlah pastinya saya kurang tau, nanti di cek aja di laman kontributor.

e. inikan di gawangi anak-anak pesantren ya mas, pesantrennya lebih spesifik ngga mas ? misalnya seperti pesantren dari Nahdlatul Ulama atau Muhammadiyah, atau memang anak pesantren pada umumnya ?

Kalau di islami umum ya, karena kita pengen semua bisa baca, jadi narasinya lebih kompleks, ada juga dari MU, dari Persis juga, selama itu argumentatif, bukan cuman nulis kusir, pokonya asal nulis, selama itu argumentatif, refrensinya jelas, referensinya otoritatif, ya kita muat, kemarin sempat ramai-ramai terkait LDII, itu ada salah satu netizen yang bilang “saya orang LDII mas, tapi LDII nggak gtu juga” mas alfin bilang “yaudah mas nulis aja, akhirnya dia nulis dan di muat” jadi hal-hal seperti itu penting juga karna selama ini kadang orang NU sendiri kalau punya stigma cenderung lebay juga, misalnya sama orang Salafi, pokoknya kalau ketemu Salafi itu pengennya Salafi wahabi, itu kurang baik juga hal-hal seperti itu, justru kita bisa mendekati mereka agar mereka nyaman juga dekat kita, bahkan ada teman-teman yang dulunya suka baca-baca lihat-lihat ustad Salafi wahabi, tapi karna di islami.co ada narasi lain dan kita tidak terlalu frontal selama kita bisa ajak dengan baik-baik, kita punya prinsip jangan sampai kita terlalu benci membabibuta, yang hanya akan memperlebar jarak, makanya teman-teman akan lihat misalnya konten di islami.co ada Okky Setiana Dewi yang dekat sama teman-teman hijrah, tetapi Okky juga dekat sama kita, kalau Okky juga dekat sama kita harusnya kita bisa ajak dia untuk bantuin bicara ke teman-teman hijrahnya, caranya seperti itu, bukan malah menjudge Okky “bukan ustadzah, belajar ngaji aja baru-baru aja, ngga boleh di anggap usatadzah” ya ngga bisa juga seperti itu, kita ini folowernya berapa sih, orang kenal kita saja

ngga, kalau sama Okky hampir se-indonesia kenal sama dia, pengarnya lebih besar dari pada islami.co, kita bisa ngedeketin dia, dia bisa bicarain ke teman-teman hijrahnya, itu dampaknya besar, jadi hal-hal yang seperti itu penting, jadi ngga terlalu eksklusif, satu kelompok, dua kelompok, bahkan kalau ada tulisan-tulisan yang masuk, terlalu NU, atau terlalu santri, biasanya kita lempar ke Nu Online, karena sekmennya islami lebih luas, bahkan lebih ke urban atau orang-orang kota pembacanya, jadi secara sekmen beda.

2. Tentang Isu dan Strategi Penyebaran

a. Menurut islami.co, apa pengertian toleransi ?

Toleransi bagi kita secara gampangnya adalah bagaimana kita menghargai orang lain yang berbeda dan mengajak orang lain itu menghargai orang lain juga yang berbeda, tanpa harus memaki-maki dia, yang berbeda, tanpa harus memberi stigma kepada yang berbeda yang justru malah memperlebar jarak, jadi kalau kita sering ngomongin toleransi ke orang lain kita juga harus mentoleransi perbedaan itu, selama ini kita kampanye-kampanye toleransi tetapi kita sendiri tidak bisa menerima perbedaan, itukan tidak boleh, kalau kita misalnya suka sama web salafi-pun yang kita challenge itu adalah argumennya, selama argumennya itu argumentatif tidak mengajak kepada kekerasan, kepada kebencian, silakan, tetapi kita akan tetap menyampaikan narasi alternatifnya. Kita nggak bakalan mengajak untuk memusuhi itu justru kita tidak toleran kalau kita menganggap kita sebagai orang yang toleran, kita juga harus menerima mereka sebagai bagian dari perbedaan itu, menurut saya toleransi seperti itu, kita harus menerima orang lain yang berbeda, dan menghargai mereka terlepas mereka itu juga berbeda dengan kita.

Kadang kita itu kalau sama orang lain yang sama teman sendiri kita bisa menerima perbedaan itu, tetapi kalau bukan temen kita kayanya tidak bisa menerima, itu kan salah, harusnya kalau sama teman sendiri bisa menerima perbedaan dia, terutama, misalnya saya punya teman-teman dari Ahmadiyah, saya sebagai orang NU, dia sebagai orang Ahmadiyah jelas memiliki perbedaan, tapi kita bisa berteman, tetapi di sisi lain dengan orang lain yang bisa jadi punya sentimen beda dengan NU, kadang kita ngga bisa, contoh misalkan sama FPI, apapun kegiatan dia kita sering nyinyirin hanya karna dia berbeda, itu bukan toleransi justru ketika mereka nyinyirin kita, kita tidak usah balik nyinyirin mereka, apalagi menghina mereka. itu bagaian dari perbedaan kalau mereka melanggar hukum kita serahkan ke bagian hukum, kita tidak usah ikut-ikutan juga, misalnya teman-teman FPI sering razia, terus kita ikut-ikutan menecegah ceramah ustadnya ya sama aja dong, dia razia, ada ustadnya ceramah kita cekal misalnya, ya itu terlepas dari teman-teman setuju atau tidak itu menurut saya bagian dari intoleransi, makanya di islami.co tidak pernah memuat ada berita misalnya ustad Kholik Basalamah di cekal, itu tidak akan kita muat, karena kita tidak mau juga ustad kita di cekal di tempat mereka, kalau memang ada narasi yang berbeda, ya kita sampaikan juga narasi yang lain. Kalau kita memang mau hidup di negara demokrasi yang seperti ini, kita harusnya seperti itu, jangan mentang-mentang kita orang NU, kita mayoritas di Indonesia ya seperti itu, ya sama aja dengan kelompok-kelompok FPI yang menganggap islam itu mayoritas sehingga umat minoritas, seperti agama-agama lain itu tidak boleh inferior, mereka idak boleh jadi pemimpin, mereka tidak boleh ngapa-ngapain, ya sama aja seperti itu, jadi toleransi menurut saya ya seperti itu.

b. Siapakah tokoh yang menjadi rujukan islami.co dalam menyebarluaskan narasi ?

Untuk tokoh yang pertama yaitu Gus Dur, setidaknya kita punya sembilan nilai Gus Dur yang kita jadikan pegangan dalam hal menyebarkan tulisan-tulisan dan konten-konten di islami.co, kemudian selain itu sebenarnya kita punya panduan, ada namanya five moral Jonathan Haidt yang kita jadikan itu sebagai panduan menulis konten, meskipun dia bukan praktisi toleransi tetapi dia seorang ahli psikologi sosial, dia punya teori five moral, jadi Jonathan Haidt punya lima, yaitu *care* dan *harm*, *fairness* dan *cheating*, *loyalty* dan *betrayal*, *authority* dan *subversion*, *sanctity* dan *degradatioan*. Jadi jangan sampai kita misalnya di orang itu cenderung menganggap agama sebagai hal yang suci *sanctity*, kita jangan sampai menulis yang mengarah saking vulgarnya sampai menganggap agama bukan lagi hal yang suci, misalnya ada orang yang menggunakan Al-quran untuk basis argumentasi dia misalnya mencaci orang, kemudian kita menganggap bahwa itu Al-qurannya yang seperti itu, itu akan membuat orang marah, kita cari cara lain gimana menyampaikannya tidak seperti itu, owh itu tafsirnya, tetapi orang bisa berbeda dalam menafsirkan meski Al-qurannya memang suci, tafsirnya yang tidak suci, misalnya ada hadist yang ngomong bahwa misalnya kalau ketemu orang kafir di jalan, minggir ke pojokan terus misalnya kita menganggap bertentangan dengan islam, hadistnya salah, padahal hadistnya sohih, itu yaa nggak, kita harus mempertimbangkan banyak hal seperti itu dalam menyampaikan konten-konten toleransi agar bukan malah kontrafroduktif, orang bukan malah ngambil substansinya, malah berdebat terkait dengan cara penyampainnya, itu malah membuat keos.

c. Dalam seminggu, berapa konten toleransi yang di sebar ?

Untuk konten toleransi tidak tentu, biasanya kita kan nulis terkait toleransi kalau ada peristiwa-peristiwa faktual terkait dengan itu kita pasti akan update, misalnya kelompok Ahmadiyah sedang mengalami kekerasan disaat itu kita nulis, kita mencari informasinya dari teman-teman yang ada di lokasi kejadian, baru kita tulis, tetapi kalau untuk harian tidak bisa dipastikan berapa, tetapi kalau jumlah harian itu dulu sebelum pandemi jumlah konten harian di website bisa sampai 10-15 konten perhari, tetapi semenjak pandemi ini, karena berbagai hal akhirnya berkurang hanya mungkin dua atau tiga konten, itu juga tidak semua tentang toleransi, jadi tidak bisa dipastikan berapa, tapi kalau memang itu ada peristiwa aktual entah tentang toleransi, terorisme dan bom dimana, kita langsung cepat muat informasinya.

d. Menurut Islami.co, sebagai media online keislaman sejuk dan mencerahkan, seberapa urgent, menyebarkan narasi toleransi ?

Sangat penting, bahkan kalau saat ini dimana-mana hampir semua ada peristiwa-peristiwa intoleran, hanya saja tidak semua masuk di media sosial, bahkan dikepala-kepala kita sebagai orang NU itu masih ada sebagian yang aga intoleran dalam tanda kutif, misalnya banyak orang NU yang benci sama Syiah, masih banyak ya, yang menganggap bahwa semua Syiah itu berbahaya, Syiah wajib di musuhi, itu ada, orang-orang NU juga ada yang seperti itu, apalagi sama Ahmadiyah, apalagi sama Salafi wahabi, udah lebih benci lagi, karna itu musuhnya, dari awal berdirinya NU gara-gara Salafi di Saudi ada wahabi, sampai saat ini orang-orang masih seperti itu, kita penting untuk menyebarkan narasi toleransi agar orang tau bahwa urusan di dunia ini bukan hanya sekedar ormas antar ormas, bukan hanya sekedar agama antar agama, tetapi lebih dari itu, kita berada di dunia inikan sifatnya manusia mahluk sosial, siapa tau nanti kita suatu

saat di tempat lain, bukan di daerah kita, bukan di daerah yang mayoritas muslim, mayoritas NU, kita di tolong sama orang-orang yang kita musuhi jaman dulu atau sebelumnya, jadi kita harus paham itu dengan caranya seperti apa, urgennya seperti apa, ya kita juga harus sebisa mungkin mewarnai, atau memperbanyak, mengarusutamakan konten-konten toleransi di media sosial, semakin banyak konten yang ada di media sosial terkait toleransi, moderasi beragama, itukan semakin banyak pilihan, jadi orang tau, jadi orang mengenal wacana lain, kalau konten tentang toleransi itu jarang sementara pengguna media sosial itu banyak sekali, belum lagi ada yang namanya *Echo chamber*, ada yang namanya *Filter bubble* dalam algoritma media sosial, kalau kita nggak banyak konten terkait tentang toleransi itu semakin jarang dilihat orang, jadi kunci satu-satunya ya harus banyak dulu, harus di perbanyak, sehingga dengan di perbanyak itu semakin orang tau ada narasi toleransi yang seperti itu, sekali dia klik konten seperti itu, maka algoritma akan ngasih konten yang lain, konsepnya seperti itu media sosial, kalau misalnya dia tiba-tiba dapet konten toleransi, konten tenang moderasi beragama, tetapi setelah dia klik, dia komen, dia like, ternyata tidak ada konten yang lain terkait toleransi, diakan ga dapet lagi, jadi diperbanyak itu penting, mengingat algoritma medi sosial seperti itu, jadi dengan di perbanyak, orang yang pernah nge-klik dengan konten yang ada di media sosial dia akan mendapatkan lagi konten yang hampir sama, bisa jadi yang awalnya keras, awalnya konservatif itu bisa jadi dengan infomasi-informasi baru, yang baru dia terima, baru dia lihat juga, lambat laun akan berubah, seperti itu caranya, jadi orang itu kadang menyakini hal yang dia ketahui walaupun itu sedikit, tapi ketika dia sudah mulai banyak “oh ternyata ada dunia lain yang seperti ini, ada pendapat

lain, ada pemahaman lain” akhirnya bisa melunak. Jadi dengan cara-cara seperti itu di perbanyak aja.

e. Saya lihat selain tulisan, islami.co cukup intens menyebarkan narasi toleransi dalam bentuk video salah satunya youtube ya?

Betul mas, terutama di sosial ads. Sosial ads semacam video, tetapi videonya singkat tidak seperti film pendek juga, kalau film pendek sudah diatas 5 menitan, video islami.co singkat 2.20 detik sesuai dengan durasi yang ada di twitter, karna kita powerfull di twitter, jadi pengennya seperti itu apa ? bahwa hal-hal yang kaitannya dengan toleransi, hal-hal yang kaitannya sama moderasi beragama itu sebenarnya orang Indonesia sudah melakukannya, jadi kita hanya ingin memotret hal-hal yang sudah terjadi untuk di arus-utamakan, bahwa toleransi moderasi beragama itu bukan hal yang baru, itu sudah sering kita lakukan dulu, kita hanya harus melakukan atau lebih sering melakukan lagi, selama ini orang mengenal toleransi prodak barat, misalnya, moderasi beragama prodak barat, toleransi prodak liberal, padahal selama ini kita sudah mempraktekan toleransi.

Di film islami.co yang tempe jatuh itu, kita kalau ada orang yang mukanya melas, itukan kita pasti tergerak hati kita untuk menolong, walaupun itu sedikit tanpa melihat dia se-agama sama kita atau tidak, itukan sudah ada dari dulu, tapi sekarang kenapa hal itu seolah jadi hal yang baru, padahal kita sudah melakukan itu, ketika kita memotret hal-hal yang seperti itu orang jadi sadar, ternyata kita sudah melakukannya, harusnya kita juga istiqomah melakukannya jangan terpedaya dengan hal-hal yang baru, membuat orang eksklusif, berusaha untuk membuat agamanya paling baik, ya memang agamanya paling benar, tapi jangan sampai menganggap orang lain yang berbeda agama itu musuh, orang

dikampung-kampung itu sering yang jualan kelontong biasanya orang-orang cina bahkan kita akrab sama mereka, setiap lebaran kita dapat hadiah dari mereka itu biasa-biasa saja, kalau mereka ada natal kita juga dapat hadiah dari mereka, itu biasa aja, kenapa sekarang jadi ngga biasa, hal yang seperti itu perlu, karna tidak semua orang bisa baca artikel, apalagi di hp tidak semua orang bisa baca artikel panjang di hp, jadi kita harus memberi kesempatan juga buat teman-teman yang tidak terbiasa baca, untuk tetap mendapatkan informasi atau konten-konten toleransi dengan packaging yang lebih sederhana, yang lebih visual, orang sekarang lebih suka visual, termasuk anak-anak muda sekarang, nah itu juga kita pengen mawadahi anak-anak muda yang suka di visual, karna kalau dalam bentuk film itu orang kalau nyebarinnya lebih gampang, tinggal di share di whatsapp, orang kalau nonton film seneng, kadang kalau di share di watsappnya artikel, orang harus baca itu berat, tapi kalau di sharenya video, apalagi watsappnya download sendiri udah langsung ketonton, tapi kalau link artikel harus nge-klik, broadcast message yang panjang aja harus ngeklik lanjutkan, lanjutkan, lanjutkan panjang banget, jadi itu mawadahi mereka yang tidak suka baca sama tulisan yang panjang.

f. Apa tantangan dalam menyebarkan narasi toleransi ?

Banyak ya, pertama saat ini konten keislaman lagi banyak dicari, jadi media-media mainstream semacam kompas, tribun, liputan6, dan lain sebagainya itu, pengen memuat konten-konten keislaman tapi mereka tidak punya *resource*, akhirnya ngambilin konten-konten dari kita, bukan hanya kita tetapi juga konten-konten dari website yang lain yang dulunya sering kita lawan narasinya, misal ada salah satu media mainstream, contohnya tribun saat sedang natal karna kata kunci ucapan selamat natal banyak dicari, nah media seperti itu dia menulis

berdasarkan apa yang dicari banyak orang sekarang, saat mereka melihat ucapan selamat natal, mereka akan asal aja mengambil, karena kepentingan mereka tidak disitu, kepentingan mereka di klik, dan di trafik akhirnya mereka browsing-browsing saja ketemu ditulis lagi, tanpa peduli lagi siapa yang nulis, punya niatan apa, pokoknya di tulis, dimuat karna banyak yang nyari, karena mereka media yang besar, punya resource teknologi yang besar, punya modal besar akhirnya tulisannya di baca banyak orang, apalagi mereka ada yang namanya iklan dan lain sebagainya, iklan itu butuh modal besar, buat website seperti islami.co tidak kuat ngiklan seperti media-media mainstream seperti itu, akhirnya apa, akhirnya tulisan-tulisan semacam itu dibaca banyak orang, dari pada tulisan kita, jadi masalah yang sekarang adalah bagaimana media mainstream ini tidak asal nyolong konten. Kedua, mereka bisa memilih mana konten yang ramah, bukan hanya sekedar mengedepankan trafik, mereka itu punya target harian yang cukup banyak, akhirnya asal upload aja, yang penting itu menarik dan memancing trafik, selesai. Mereka tidak memiliki kepenitngan apa-apa terkait dengan moderasi, toleransi, mereka tidak peduli dengan itu, yang penting trafiknya gede.

Kemudian tantangan yang kedua, adalah bagaimana kita menjaga ekosistem teman-teman penulis ini biar tetap semangat menulis, ya kadang teman-teman itu karna ekosistemnya masih dibangun, sehingga hasilnya ya tidak seberapa besar dari pada bidang-bidang yang lain, oleh karena itu kadang ada teman-teman, misalnya dapat hal yang lain, dapat kerjaan yang lain, padahal dia cukup bagus nulisnya, kemudian akhirnya dia lebih mendahulukan itu, karna dia mungkin sudah berkeluarga butuh pemasukan yang lebih banyak dan yang lain sebagainya. Akhirnya tidak menulis lagi, itu termasuk tantangan menurut saya bagaimana menjaga kontributor-kontributor ini untuk tetap aktif menulis, oke silakan

mengambil bidang lain, yang mungkin lebih menjanjikan, tetapi jangan sampai berhenti menulis, karena mimpi kita bagaimana teman-teman tetap menulis, masih tetap setia dalam bidang yang di gelutinya itu.

Tantangan yang ketiga adalah berkaitan dengan algoritma, ini juga yang paling penting masalah algoritma, algoritma itu kita tidak tahu kapan dia berubah, apa dampaknya setelah dia berubah dan lain sebagainya, ini hampir dua tahun terakhir masalah terkait covid, karna ada covid itu, algoritma google berubah, google mendahulukan media-media yang besar untuk di kedepankan atau di prioritaskan masuk di package awal google, oleh media-media besar ini misalnya, akhirnya konten-konten yang terkait keislaman diambilin oleh mereka, karena diambilin sama dia, misalnya konten islami.co terkait dengan sholat ditulis lagi atau diambil oleh tribun, karna di tribun ini lebih besar, dianggap oleh google lebih besar dari pada islami, akhirnya islami disingkirkan tribunnnya yang naik, itu juga tantangan algoritma juga menurut kita.

Sedang di sisi lain, kita masih butuh teman-teman yang jago teknologi, itu menurut saya penting teman-teman yang jago sio, jago deslop aplikasi, program, kita butuh banyak hal-hal yang seperti itu, anak-anak salafi itu rata-rata lulusannya, lulusan sains, programmer, jadi mereka punya itu, tapi kita tidak, kita anak santri sedikit sekali yang mendalami itu, menurutku itu perlu diperbanyak, jangan nanti anak-anak santri diminta untuk punya pesantren semuanya, atau anak santri diminta harus ngabdikan dipesantren sampai mati jangan juga menurut saya, kalau teman-teman, ada anak-anak santri yang jago teknologi ayo didukung, kalau memang perlu dicarikan beasiswa, ayo dibantu dicarikan beasiswa gimana caranya biar mereka kuliah keluar negeri, kadang ada beberapa pesantren gitu ya, yang kalau melihat santrinya itu pintar, santrinya punya kemampuan dalam

bidang tertentu misalnya, pengena disuruh ngajar aja di pesantren, akhirnya kan mereka tidak bisa keluar, tidak bisa belajar lebih banyak dan lain sebagainya, padahal kalau mereka diluar bisa ketemu banyak orang, mereka bisa ketemu jaringan yang lebih besar dan lain sebagainya.

3. Tentang dampak kampanye dan respon publik

a. Menurut islami.co seberapa luas masyarakat memahami toleransi ?

Kalau saat ini, sebenarnya, karena faktor politik, orang itu menganggap kalau ada orang yang kampanye toleransi di anggap pro-rezim, kalau ada orang yang ngga pro sama kebijakan-kebijakan rezim dianggap intoleran, ini menurut saya juga sebenarnya orang itu sudah paham toleransi itu seperti apa, materi-materi toleransi yang kita buat dibaca lebih banyak orang, bahkan banyak orang juga yang ikut bantu share, banyak juga influencer-influencer non-muslim juga ikut bantu share, tanpa kita minta, tanpa kita bayar, inikan sebenarnya sudah jadi gerakan besar, orang kalau tanya toleransi, toleransi itu apa sih ? orang pasti bisa menjelaskan, tapi dalam prakteknya menurut saya saat ini terutama di media sosial dipengaruhi oleh polarisasi politik, jadi orang yang mengkampanyekan toleransi dianggap pro-rezim, orang yang ngga pro-rezim dianggap intoleran, hal-hal seperti itu akhirnya pemahaman orang terkait dengan toleransi itu salah paham, terbalik-balik, padahal bukan itu intinya justru ketika orang-orang yang pro sama rezim bisa menghargai pendapat orang yang tidak pro sama rezim itu ya bagian dari toleransi, harusnya seperti itu.

Menurut saya semua orang sebenarnya kalau ditanya satu-satu persatu ya paham toleransi itu seperti apa, tapi kalau kaitannya sama politik itu sudah ngga jelas seperti apa, jadi masalah kita saat ini sebenarnya sekarang itu adalah

bagaimana memberikan pemahaman kepada orang lain agar mereka bisa membedakan hal yang sipatnya politis dengan hal yang diluar politik, kadang kalau mereka ngelihat influncer siapa, pokonya influencer itu bilang apa, yaudah di share, di ikutin selama influencer itu sama sekelompok dengan dia, itu kurang benar juga ya, menurut saya sekarang gerakan toleransi itu banyak, bahkan hampir kalau ada orang yang ngga toleran, misalkan di salah satu pabrik ada orang yang berbeda agama di intimidasi, itu akan cepat naiknya, orang paham yang di intimidasi, di videoin, di naikin, orang rame-rame membela, saya berkesimpulan mereka paham sebenarnya toleransi itu seperti apa, tapi dalam praktek-prakter tentu, seperti urusan politik itu sudah ngga jelas seperti apa.

b. Bagaimana islami.co memandang perkembangan media online keislaman saat ini ?

Saat ini media online keislaman ekosistemnya cukup bagus hampir media-media keislaman saat ini lebih banyak didominasi oleh teman-teman moderat, tetapi saat ini yang menjadi tantangan media keislaman saat ini adalah media-media mainstream yang punya banyak resource, punya modal, punya kapital yang besar dan yang lain sebagainya, itu yang sebenarnya yang menjadi tantangan kita, karna dengan adanya mereka, apalagi mereka sekarang sudah mulai bergerak di konten-konten keislaman, kitanya yang menjadi turun, jadi tantangan sekarang media-media keislaman, terutama media-media keislaman yang moderat itu tantangannya bukan media-media keislaman dari Salafi, wahabi, dari teman-teman yang lebih dulu, sebenarnya tantangannya bukan dari situ sekarang, tantangannya itu dari media-media mainstream ini yang secara banyak hal itu lebih dari kita, jadi gimana caranya biar konten-konten kita ini ngga asal diambilin juga, gimana caranya harus perlu loby-loby juga sebenarnya, kerjasama

misalnya, gimana mereka memuat konten kita, tetapi kita tidak dirugikan secara trafik, turner, atau secara resource juga, jadi sekarang cukup bagus, cuman kalau kaitannya sama trafik kita saat ini lawannya bukan media keislaman yang tidak moderat, tetapi media-media mainstream itu sekarang.

c. Apakah ada syarat tertentu jika berkolaborasi dengan media islami.co ?

Selama punya konsen yang sama, punya cita-cita yang sama untuk mencapai bangsa yang lebih moderat, menghargai keragaman, kita akan terbuka dengan siapapun untuk kolaborasi, kita sudah banyak yang ikut, yang sama-sama kolaborasi bahkan ada teman-teman dari luar yang ngga muslimpun ikut kolaborasi karna mereka punya konsen yang sama, kita terbuka, nanti kita bicarakan, gimana kolaborasinya, bentuknya gimana dan lain sebagainya, asal tidak politis, selama kepentingannya ngga politik, ok its fine, boleh.

Lampiran 2.

Transkrip Wawancara Redaktur Media Islami.co

Tentang : Narasi Toleransi di Media Online (Studi Deskriptif eksploratif terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co)

Informan : Rifqi Fairuz

Jabatan : Redaksi

Hari, Tgl : Rabu 30/06/2022

Tempat : Kantor Islami.co

1. Bagaimana pandangan tentang Islami.co di tengah perkembangan media islam dan awal mula sejarahnya ?

Saya mungkin bisa menjawab kalau islami.co itu media keislaman yang positioning dan untuk target pembacanya itu sangat spesifik, memang dari awal media islami.co itu di visikan sebagai media keislaman yang mentarget kalangan muslim, anak muda, urban. Awal gabung dengan islami.co tahun berapa mas ? saya mulai nulis tahun 2015, dan islami.co lahir tahun 2013. Kenapa targetnya anak muda, muslim, urban mas ? mungkin itu bisa ditarik dari pengalamannya mas Savic sebagai founder islami.co yang juga beliau founder Nu Online sejak tahun 2003, dulu pengalamannya mas savic itu sebenarnya seperti ini, Nu Online itu dari awal berdirinya memang target pembacanya orang-orang NU, atau orang-orang pesantren, sementara orang-orang NU atau pesantren itu diasumsikan, mereka udah selesai urusan soal ibadah yang harian, sehingga secara konten Nu Online hanya menjadikan berita NU-NU dari daerah menjadi opini orang-orang NU sendiri, padahal sementara ini ada gap, padahal sementara yang banyak

dikunjungi oleh para pembaca secara umum di internet itu kan kontribusinya lewat mesin pencari (google), yang mana mesin pencari itu infutnya kebanyakan amalan-amalan harian, yang mana Nu Online sendiri tidak menyediakan itu, jadi ya karena asumsinya, target pembacanya orang-orang NU sendiri, dianggap basis masanya besar, orang NU kebanyakan ya kalau nggak mereka minimal sekolah madrasahlah, kalau pun mereka nggak pesantren. Sehingga asumsinya ya secara konten misalkan tata cara shalat tahajud yang benar atau tata cara wudhu yang bener itu kan tidak muncul, padahal kan mayoritas umat islam mencari itu.

Dan akhirnya setelah mulai muncul ada kecenderungan bahwa yang di cari secara umum orang Indonesia, kaitannya dengan konten-konten keislaman, ternyata banyak yang landing ke website itu berasal dari pencarian-pencarian yang tadinya dianggap sepele, dan itu yang dikerjakan islami.co di masa-masa awal. Padahal ya, yang membawa orang-orang bisa landing ke website ya dari pencarian-pencarian seperti itu. Yang mana ketika di tahun 2000-an awal yang saya kira juga sampe tahun 2010 konten-konten seperti itu yang di sediakan oleh Arrahmah, Era Muslim, akhirnya banyak landing search enginenya ke situ. Yang saya ingat juga pengalaman teman-teman di islami.co dari 2000-2011 itu ada kecenderungan orang-orang terpapar situs-situs yang ekstrim, yang memang di dalam situs itu ada konten-konten ujaran kebencian, ajakan-ajakan jihad, ajakan yang untuk mencederai orang dengan dalil-dalil agama. Itu kan sebenarnya ada gejala bahwa apakah orang yang mengunjungi website-website yang ada ajakan kekerasan itu pengunjungnya apakah benar-benar murni ingin mengunjungi website itu atau mereka hanya orang awam, yang ketika mencari di search engine ketemunya tentang amaliah-amaliah yang sifatnya harian, misalnya saya ingin mencari doa setelah shalat tarawih, yang disajikan di halaman pertama goggle ya

akhirnya dari website-website seperti itu, yang memang dari awal mereka menyediakan konten-konten semacam itu. Dan akhirnya Nu Online mulai masuk. Saya melihat islami.co banyak di dukung dengan kampanye-kampanye anti kekerasan atas nama agama, sehingga secara konten, secara pembawaan bahasa

2. Apakah islami.co mengalami pergeseran konten ?

Saya melihat islami.co banyak di dukung dengan kampanye-kampanye anti kekerasan atas nama agama, yang terjadi di islami.co dari konten yang serius menuju konten yang dapat dipahami semua orang, ya memang akhirnya islami.co berkembang kita ingin menyajikan konten-konten buat anak muda, muslim urban, kita membayangkan pembaca kita itu bukan orang-orang pesantren, sehingga secara konten, pembawaan bahasa kita itu dibikin sesederhana mungkin supaya dapat dicerna oleh orang-orang yang tidak datang dari lingkup UIN/IAIN, kemudiannya menjadi website keislaman yang populer. Dulu kalau di trekking, islami.co banyak tulisan-tulisan mas savic sendiri yang mengarsip dari tulisan tokoh-tokoh, motivasinya yaa mungkin sekedar untuk mengarsip atau sebagai awalan supaya kontennya lebih banyak, dan memang ga bisa dipungkiri juga selain kerja dari keredaksiannya sendiri juga di masa-masa awalkan banyak di dukung dari teman-teman kita sendiri, terutama dari teman-teman Gusdurian, saya terus terang pertama kenal islami.co dari mas savic langsung saat bertemu di acara Gusdurian.

3. Apakah ada peran Gusdurian ?

Mas savic sering ngajak nulis, sering berkegiatan di Gusdurian, tapi itu akhirnya menarik atau memotivasi anak-anak muda yang masih S1, S2, yang mungkin belum terbiasa untuk bisa menaruh tulisannya di platform mana, kalau

dulu menulis esay atau opini bayangannya di koran atau ngga majalah, mentok-mentoknya teman-teman berkegiatan di lpm kampus. Tapi kemudian ketika ada islami.co, itu juga menjadi salah satu efek lanjutannya adalah menjadi ruang baru untuk teman-teman muda agar mempublikasikan tulisannya, yang mana sama tim redaksi juga tulisannya tetap dikurasi dan juga mengalami proses editing, tetapi untuk bebannya tidak seberat atau seketat di platform lain. Dulu sempat ada masa-masa, dimana ketika teman-teman jaringan Gusdurian di Jogja sering ada obrolan paling banyak nulis di islami.co dan saya termasuk yang ikut kompetisi itu, ada Autad, Sarjoko, tulisanmu sudah berpa di islami.co, owh tulisanku ada 10, aku masih 5, jadi ada prestise sendiri.

4. Sejak kapan islami.co punya kesadaran main media sosial, contohnya seperti Youtube ?

Itu mulai tahun 2018, islami pernah merilis hasil riset internalnya yang berkaitan dengan perankingan website-website keislaman Indonesia versi indexing alexa, yang diriset kalau ngga salah tahun 2017,2018,2019, islami.co pernah mengadakan website-website terbaik, yang mana website di tahun 2017 yang mengkampanyekan moderasi beragama, itu kayanya cuma beberapa media, Nu Online, islami.co, alif.id. jadi diriset internal kita kategori website-website itu, satu yang pertama warna hijau, yang mengkampanyekan islam damai, ramah dan toleransi, kemudian yang warna abu-abu itu konservatif hanya soal perbedaan, pandangan, mazhab, kaitannya dengan khilafiah fiqih, kalau yang kuning ada indikator ujaran-ujrana kebencian, ada paham-paham yang memang sudah ada ajakan-ajakan permusuhan, yang terakhir yang merah ajakan konkrit untuk membunuh, menyerang, dan dengan riset seperti itu yang dilakukan islami.co lewat search engine optitasion, main-main keyword supaya nyantol di

halaman pertama google, ya barangkali ada peran pemerintah juga dengan butir website ekstrim, di tahun 2019 relatif website merah, kuning sudah tidak terlihat di indexing alexa, tahun 2019 dalam konteks persaingan website sudah mulai stabil, dan fenomena situs-situs yang ekstrime sudah mulai ditinggalkan atau sudah tidak eksis, tidak mendapatkan ruang, akhirnya mulai beranjak ke ngapain lagi, kita mulai di sosial ads, di video, infografis dan lain sebagainya.

5. Bagaimana untuk mengelola komunitas penulisnya ?

Islami.co punya mentor seperti mas Savic yang memiliki energinya tidak habis-habis ke daerah sangat beruntung dan media islam, yang pertama bikin temu penulis, itu islami.co di Jogja, ngerawat para penulis, supaya tidak dianggap sebagai penyuplai tulisan, jadi memang perlu ditemukan, dan salut sama mas Savic, yang dateng kedaerah dengan mobilan sendiri.

6. Apa tantangan media islami.co saat ini ?

Kedepan media islam, untuk tulisan, artikel, opini masih ada pembacanya, tentang info, kajian, kalau itu di jadikan modal, hanya untuk eksis di google, ngakalin algoritma google bisa sampai di fanfage pertama, aku kira sulit, karena media-media umum, media-media besar, hampir sama ngelola komunitas, misalkan, Semarang blabla news, atau Surabaya blabla news, jadi mereka didukung kapital besar, juga mesin kerja yang juga besar, sekarang untuk media islam, aku kira malah engagementnya, tidak mengandalkan konten tulisan di website, sampai halaman pertama google, atau menarik pengunjung, dan sekarang engagement-engagementnnya adalah lewat medsos youtube, instagram, twitter, tiktok dll.

Islami.co video-video sosial adsnya kampanye-kampanye pesan layanan masyarakat untuk perdamaian itu tidak pernah lewat dari 2.20 karna apa itu khusus di rancang supaya shareable, supaya bisa masuk grup-grup wa keluarga, wa story, karna patokan idealnya di twitter, karna dulu awal-awal garap sosial ads, di instagram, video maximal masih 1 menit, belum ada ig tv, reels, di twitter 2,20 dan itu masih cukup ideal, dan benar bahkan saya di ramadhan kemarin aja, masih nemu video sosial adsnya islami.co yang di posting ulang, dan di tambahkan dengan watermak-watermak, dari akun-akun fakta-fakta trivial, atau akun-akun sobat ramadhan/hijrah, ya mungkin secara eksistensi akhirnya sangat rawan untuk di post ulang, tapi secara kampanye dan pesannya nyampe, audio visual dan infografis, misalkan kaya ramadhan kemarin, islami.co menggunakan komic striflah seperti di instagram, artinya media harus mengkomunitas/lokal, bahkan akun-akun bola.net, tribun yang menampilkan, jadwal imsakiah, doa tahajud, manfaat sholat tahajud, di media itu selalu menantang, dan dari tahun ke tahun challengenya sangat berbeda, ketika awal-awal masuk di islami.co kita pake software untuk memakai kata kunci yang lagi tranding, mantau google trend, sekarang orientasinya tidak begitu, dan perspektif media itu bukan di tv atau radio.

Lampiran 3.

Gambar observasi dan wawancara





RIWAYAT HIDUP PENULIS

YEYEP APANDI, sapaan akrabnya Yeyep, akhir-akhir ini orang-orang yang baru kenal mengira penulis orang Medan, padahal asli USA (Urang Sunda Asli). Yeyep, dilahirkan ibu Atiah di Kampung Babakan Warung, Desa Sukajaya, Kecamatan Jonggol, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, pada 15 Juni 1995, meski kebenarannya masih jadi pertanyaan, 1995 atau 1996. Ibu Atiah dan Bapak Arin (Almarhum) memiliki 10 anak, dan Yeyep yang ke 9.

Sewaktu kecil, Yeyep dimasukan ke Sekolah Dasar Negeri Sodong 02 di Sukajaya, kecamatan Jonggol, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Berbeda dengan teman-temannya yang harus lewati hutan, menyeberangi sungai, Yeyep cukup melewati tiga rumah sudah sampai di sekolahan. Aktivitas sebelum sekolah biasanya Yeyep jualan nasi uduk ke tetangga kampung, atau menitip cemilan di kantin sekolah, bapak meninggal ketika Yeyep memasuki kelas 4 SD. Setelah lulus SD Tahun 2009, Yeyep melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Sukamakmur, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, disini penulis mulai aktif mengikuti ekstrakurikuler maupun organisasi intra sekolah dan lulus di Tahun 2012. Pada tahun 2012, peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Atas dan Pondok Pesantren di SMA Islam Riyadlul Jannah Al-Ghazali Jonggol dan selesai di tahun 2015. Setelah lulus, peneliti pada tahun 2015-2016 melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi swasta, sambil bekerja, tepatnya di Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia yang ada di Jakarta (UNUSIA) Fakultas Ilmu Sosial pada program bidang Sosiologi.

Penulis aktif di dunia pergerakan dan organisasi. Dalam dunia pergerakan, penulis terlibat di Pergerakan Gusdurian Jakarta, Temu Kebangsaan Orang Muda

(TEMBANG), Hutan Itu Indonesia, Komunitas Mata Budaya, Relawan Gusdurian Peduli, dan pada dunia organisasi, penulis aktif di Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Pemuda Ansor, dan Asrama Mahasiswa “Qudsi”.

Dengan perjalanan yang panjang, dari bertahan pada setiap kondisi, berusaha dalam keterbatasan, meski kadang rasa lelah dan keinginan mundur sering hadir, tetapi berkat do’a Ibu dan dukungan dari keluarga, Guru, Dosen maupun teman, sahabat, akhirnya penulis telah mampu menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi dengan judul **“Narasi Toleransi di Media Online ; Studi Deskriptif Eksploratif Terhadap Diseminasi Narasi Toleransi di Media Online Islami.co”**. Penulis amat sangat bersyukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi ini, dan mengucapkan terima kasih, khususnya pada diri sendiri, semoga dengan ketersediaan dan kemauan yang orang-orang sekitar berikan, baik waktu, dan ilmunya dapat di balas dengan balasan yang lebih oleh Allah SWT. Akhir kata, penulis menutup dengan quotes dari Mahatma Ghandi *“Kemampuan terbesar kita sebagai manusia bukanlah untuk mengubah dunia, tetapi untuk mengubah diri kita sendiri”*, semoga bermanfaat.