

ANALISIS KONTEN INSTAGRAM FKUB KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN HARMONISASI BERAGAMA

Fajar Wira Aqmalsah¹, Faisal Riza²

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia; fajar0603222171@uinsu.ac.id

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia; faisalriza@uinsu.ac.id

Corresponding E-Mail; fajar0603222171@uinsu.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 15 Maret 2026 Direvisi: 27 Maret 2026 Disetujui: 29 Juni 2026 Tersedia Daring: 30 Juli 2026 Kata Kunci: FKUB Kota Medan; Media Sosial; Instagram; Moderasi Beragama; Konstruksi Sosial atas Realitas	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi nilai-nilai harmonisasi dan moderasi beragama oleh Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Medan melalui akun Instagram resminya, serta mengukur tingkat keterlibatan dan respons publik terhadap konten tersebut. Penelitian kualitatif ini menerapkan analisis konten media sosial dan wawancara mendalam terhadap pengunggah/pengelola serta audiens, dengan mengkaji unggahan Instagram FKUB Medan selama periode enam bulan. Kerangka teoretis yang digunakan mengintegrasikan Teori Fungsionalitas Media Sosial dan Teori Konstruksi Sosial atas Realitas karya Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FKUB Medan mengkonstruksi nilai harmonisasi melalui tiga tahapan dialektika: eksternalisasi narasi pluralisme, obyektifikasi simbol-simbol kerukunan dalam format visual maupun keterangan unggahan, serta internalisasi oleh pengikut. Meskipun konten yang disajikan secara konsisten merepresentasikan nilai toleransi, tingkat keterlibatan publik masih cenderung bersifat pasif (<i>liking</i>) dibandingkan aktif (<i>commenting</i> dan <i>sharing</i>). Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan strategi komunikasi digital yang interaktif dan berorientasi audiens sangat diperlukan agar konstruksi sosial kerukunan beragama tidak berhenti pada ranah simbolik digital, melainkan terinternalisasi secara substantif dalam kehidupan bermasyarakat.
	ABSTRACT
Keywords: FKUB Medan; Social Media; Instagram; Religious Moderation; Social Construction of Reality	<i>This study aims to analyze how the Religious Harmony Forum (FKUB) of Medan City constructs values of religious harmony and moderation through its official Instagram account, as well as to measure the level of public engagement and audience response to the content. Using a qualitative approach incorporating social media content analysis and in-depth interviews, this research examines FKUB Medan's Instagram posts over a six-month period. The theoretical framework integrates Social Media Functionality Theory and the Social Construction of Reality Theory by Peter L. Berger and Thomas Luckmann. The results demonstrate that FKUB Medan constructs harmony values through three dialectical stages: the externalization of pluralism narratives, the objectivation of harmony symbols in visual and caption formats, and internalization by followers. Although the presented content consistently represents tolerance values, public audience engagement remains largely passive (<i>liking</i>) rather than active (<i>commenting</i> and <i>sharing</i>). This study concludes that strengthening interactive, audience-centered digital communication strategies is essential to ensure that the social construction of religious harmony extends beyond symbolic digital spaces to be substantively internalized in community life.</i>



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah lanskap komunikasi publik secara mendasar dalam era kontemporer. Media sosial kini tidak sekadar berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi searah, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang diskursus publik digital (*digital public sphere*) tempat bertemunya berbagai identitas, ideologi, dan nilai-nilai sosial. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang heterogen, keberadaan media sosial memiliki peran ganda yang sangat krusial, yakni berpotensi menjadi katalisator polarisasi sosial atau sebaliknya menjadi sarana strategis dalam diseminasi narasi perdamaian, toleransi, serta moderasi beragama (Lomboe et al., 2024).

Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) didirikan berdasarkan Peraturan Bersama Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri (PBM) Nomor 9 dan Nomor 8 Tahun 2006. Lembaga ini bertujuan untuk memfasilitasi interaksi antarumat beragama dan meminimalisasi potensi konflik keagamaan. Kehadiran FKUB di tingkat daerah menunjukkan komitmen nyata pemerintah terhadap prinsip-prinsip pluralisme dan toleransi. Namun, tantangan besar muncul ketika pesan-pesan FKUB harus disampaikan di tengah derasnya arus informasi digital yang dinamis dan kerap terdistorsi oleh isu provokatif. Dharojah et al. (2025) menekankan bahwa efektivitas FKUB sangat bergantung pada kemampuannya beradaptasi dengan platform komunikasi baru yang relevan dengan karakteristik generasi digital.

Sebagai salah satu kota metropolitan multietnis dan multireligius di Indonesia, Kota Medan memiliki dinamika sosial yang sangat kompleks (Wandini et al., 2024). Potensi gesekan antarumat beragama di Kota Medan senantiasa memerlukan tata kelola komunikasi publik yang adaptif, persuasif, dan inklusif. Dalam struktur tata kelola kerukunan nasional, Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Medan memegang peranan strategis sebagai lembaga mediasi dan edukasi kerukunan lintas agama (M. A. Pratama, 2024). Pergeseran pola konsumsi media dari media massa konvensional menuju platform digital menuntut FKUB Kota Medan untuk mentransformasi strategi komunikasinya dari ruang-ruang tatap muka luring menuju ranah siber, khususnya melalui pengelolaan akun Instagram resmi @fkubkotamedan.

Fenomena yang teramati pada akun Instagram resmi FKUB Kota Medan selama kurun waktu enam bulan terakhir menunjukkan peningkatan aktivitas publikasi konten visual, seperti dokumentasi silaturahmi antar-tokoh agama, ucapan hari besar keagamaan, serta imbauan menjaga kondusivitas daerah. Namun demikian, keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh tingginya frekuensi produksi konten, melainkan oleh bagaimana nilai-nilai tersebut direpresentasikan serta seberapa jauh khalayak merespons unggahan tersebut. Terdapat indikasi kesenjangan antara masifnya publikasi konten

moderasi beragama dengan tingkat interaksi aktif (*engagement rate*) masyarakat Kota Medan di kolom komentar maupun pengisian ulang (*sharing*), sehingga timbul pertanyaan mendasar mengenai efektivitas media sosial FKUB Medan dalam mengonstruksi realitas sosial kerukunan di tengah publik digital.

Guna membedah fenomena tersebut, penelitian ini mengintegrasikan dua kerangka teoretis utama, yaitu Teori Konstruksi Sosial atas Realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (Berger, n.d.) serta Teori Media Sosial (Kietzmann et al., 2011). Teori Konstruksi Sosial membedah proses dialektika konstruksi sosial atas realitas kerukunan beragama melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan, yaitu eksternalisasi, obyektifikasi, dan internalisasi (Fanani et al., 2025). Tahap eksternalisasi dimulai ketika pengelola media sosial secara aktif mengekspresikan gagasan, nilai, dan semangat kerukunan beragama ke dalam ranah publik melalui tindakan nyata berupa produksi konten digital. Gagasan yang telah dieksternalisasikan tersebut kemudian mengalami proses obyektifikasi, di mana pesan-pesan kerukunan mengkristal dan terlembagakan menjadi realitas objektif berupa produk budaya digital—seperti penggunaan simbol visual, tanda pagar (*hashtag*), narasi keterangan (*caption*), serta dokumentasi kegiatan lintas agama—yang dapat diakses dan dipahami secara terbuka oleh masyarakat luas. Dialektika ini berpuncak pada tahap internalisasi, yakni ketika khalayak atau pengikut media sosial menyerap, menginterpretasi, dan mengintegrasikan kembali realitas objektif tersebut ke dalam kesadaran subjektif mereka, sehingga mampu membentuk persepsi serta pemahaman baru mengenai pentingnya nilai toleransi dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari.

Selain menggunakan pendekatan konstruksi sosial, penelitian ini mengintegrasikan Teori Media Sosial yang berpijak pada tujuh elemen fungsionalitas (*Social Media Building Blocks*) dari Kietzmann et al. (2011). Kerangka teoretis ini dimanfaatkan untuk menganalisis bagaimana karakteristik platform media sosial, khususnya Instagram, memfasilitasi berbagai dimensi komunikasi digital yang mencakup *identity* (identitas), *conversation* (percakapan), *sharing* (berbagi konten), *presence* (kehadiran), *relationship* (pembentukan hubungan), dan *reputation* (reputasi). Melalui kerangka ini, keberhasilan komunikasi publik tidak hanya diukur dari aspek teknis publikasi pesan, melainkan dari sejauh mana platform tersebut mampu memfasilitasi keterlibatan (*engagement*) dan interaksi antara pengelola akun dengan khalayak (Setiabudi, 2026).

Studi mengenai media sosial dan kerukunan beragama telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Huda (2021) menyoroti strategi komunikasi kelembagaan FKUB dalam konteks luring, namun belum menyentuh dimensi optimalisasi media sosial. Sementara itu, Fauziyah et al. (2025) mengkaji narasi moderasi beragama di Instagram secara umum tanpa membedah peran spesifik lembaga kerukunan resmi tingkat daerah. Studi lain oleh Rambe & Sari (2022) berfokus pada bingkai pesan pluralisme, namun mengabaikan analisis metrik keterlibatan publik secara empiris.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pengintegrasian analisis representasi konten berbasis pesan visual-tekstual dengan evaluasi respons serta tingkat keterlibatan (*audience engagement*) khalayak pada instansi resmi daerah, yaitu FKUB Kota Medan. Kebaruan ini berhasil mengisi celah akademis (*research gap*) dari studi-studi terdahulu yang belum mengkaji ranah tersebut secara komprehensif. Berdasarkan latar

belakang dan celah penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana FKUB Kota Medan mengonstruksi nilai-nilai harmonisasi dan moderasi beragama melalui akun Instagram resminya, serta mengukur tingkat keterlibatan dan respons publik terhadap konten media sosial tersebut dalam mewujudkan harmonisasi beragama di kehidupan bermasyarakat.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten kualitatif (*qualitative content analysis*) yang digabungkan dengan studi deskriptif (Sitasari et al., n.d.). Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk mengungkapkan makna tersirat dalam pesan visual dan tekstual pada media sosial serta memahami persepsi publik dan pengelola media secara mendalam. Penelitian ini dilaksanakan selama kurun waktu enam bulan, terhitung mulai dari Oktober 2025 hingga Maret 2026. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari dua lini utama, yaitu arsip unggahan media sosial dan hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*). Lini data primer pertama berupa arsip unggahan digital foto dan teks keterangan (*caption*) pada akun Instagram resmi @fkubkotamedan. Populasi konten yang terkumpul selama periode penelitian (Juli – Desember 2025) berjumlah 11 unggahan. Penentuan sampel konten dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi tertentu, yaitu: (1) unggahan memuat narasi atau visual moderasi beragama, toleransi, dan kegiatan lintas agama; (2) unggahan menyajikan pesan edukasi, kebijakan, atau imbauan kondusivitas daerah; serta (3) unggahan yang dipublikasikan selama rentang waktu penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 8 unggahan yang dianalisis secara mendalam.

Lini data primer kedua diperoleh melalui wawancara mendalam bersama lima orang informan kunci yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dalam pengelolaan media sosial maupun kapasitasnya sebagai pemangku kepentingan kerukunan di Kota Medan. Identitas dan karakteristik kelima informan tersebut meliputi: (1) Informan 1 (NF, 28 tahun), Pengelola/Admin Utama Media Sosial FKUB Kota Medan yang bertanggung jawab penuh atas perencanaan, produksi visual, dan *copywriting* konten; (2) Informan 2 (MA, 52 tahun), Perwakilan Pengurus FKUB Kota Medan dari unsur agama Islam yang bertindak sebagai verifikator substansi pesan keagamaan; (3) Informan 3 (ST, 46 tahun), Tokoh Agama Kristen/Perwakilan Pengurus FKUB Kota Medan yang aktif dalam kegiatan silaturahmi lintas agama; (4) Informan 4 (DR, 22 tahun), Mahasiswa/Pengikut Aktif akun Instagram @fkubkotamedan yang mewakili persepsi audiens generasi muda; serta (5) Informan 5 (BN, 34 tahun), Tokoh Pemuda Pemudi Lintas Agama Kota Medan yang merepresentasikan audiens publik umum. Data sekunder diperoleh melalui dokumen program kerja institusi, profil akun Instagram, serta artikel jurnal ilmiah bereputasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara: dokumentasi arsip digital unggahan Instagram, observasi metrik keterlibatan publik (*likes, comments, shares, dan views*), serta wawancara semi-terstruktur bersama para informan. Seluruh data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis tematik berbasis tiga

tahapan konstruksi sosial Berger dan Luckmann (eksternalisasi, obyektifikasi, dan internalisasi) serta indikator fungsionalitas media sosial.

Proses pengodean data (*data coding*) dilakukan secara kualitatif bertahap melalui tiga tingkatan: *open coding* (mengidentifikasi dan memberi label awal pada unit visual, kata kunci *caption*, serta kutipan wawancara), *axial coding* (mengelompokkan kode-kode awal ke dalam kategori tematik utama seperti Edukasi & Sosialisasi Lintas Agama, Institusionalisasi & Regulasi, serta Solidaritas Sosial & Kebangsaan), dan *selective coding* (menghubungkan kategori tematik dengan kerangka teori eksternalisasi, obyektifikasi, dan internalisasi).

Proses analisis data secara keseluruhan mengacu pada tahapan Miles, Huberman, dan Saldaña, yang diawali dengan reduksi data, pengodean tematik pesan, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, hingga penarikan kesimpulan (Miles et al., n.d.). Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber—dengan membandingkan hasil analisis konten unggahan dan pernyataan pengelola media terhadap persepsi audiens—serta triangulasi teknik pengumpulan data (mengonfirmasikan hasil wawancara, observasi metrik, dan analisis dokumen) guna menjamin kredibilitas ilmiah temuan penelitian (Miles et al., n.d.).

3. Hasil dan Pembahasan

Konstruksi Representasi Nilai Harmonisasi dan Moderasi Beragama dalam Konten Instagram FKUB Medan

Table 1. Analisis Isi Konten FKUB Medan

Kategori Analisis	Unit Visual dan Tekstual (Data Lapangan)	Indikator Moderasi & Konstruksi Sosial
Edukasi & Sosialisasi Lintas Agama	Poster “penyuluhan Nilai-Nilai Kerukunan Siswa/i SMA” Poster “Doa Bersama Pemuka Lintas Agama” Ilustrasi Karakter Digital (Kartun/Vektor 3D Anak Sekolah & Tokoh Agama)	Eksternalisasi & Internalisasi: Konstruksi kebiasaan bertoleransi secara terencana yang menyasar kelompok generasi muda dan tokoh lintas agama melalui pendekatan visual modern.
Institusionalisasi & Regulasi	‘Workshop Peninjauan Perval No 28/2021’ ‘Pembinaan Sadar Kerukunan Tingkat Kecamatan “ ‘Diskusi Bulanan Pengurus FKUB”	Obyektifikasi: Pelembagaan norma kerukunan menjadi produk hukum formal dan agenda rutin kelembagaan yang obyektif dan terstruktur.
Solidaritas Sosial & Kebangsaan	‘Donasi Korban Bencana Sumatera Utara “ ‘Peringatan Dirgahayu RI Ke 30” ‘Ucapan Selamat Tahun Baru Islam & Hari Besar Keagamaan “	Eksternalisasi Nilai Kemanusiaan: Membingkai kerukunan bukan sekedar wacana teologis, melainkan aksi nyata kemanusiaan dan kebangsaan.

Hasil analisis terhadap 8 unggahan sampel akun Instagram FKUB Kota Medan selama periode Juli 2025 hingga Desember 2025 menunjukkan bahwa representasi nilai-nilai harmonisasi beragama terbagi ke dalam tiga kategori tema utama.

1. Kategori pertama, Edukasi & Sosialisasi Lintas Agama, didominasi oleh unit visual dan tekstual berupa poster "*Penyuluhan Nilai-Nilai Kerukunan Bagi Siswa/i SMA*", poster "*Doa Bersama Pemuka Lintas Agama*", serta penggunaan ilustrasi karakter digital berupa kartun/vektor 3D anak sekolah dan tokoh agama. Kategori ini menjadi bentuk *eksternalisasi* dan *internalisasi* gagasan kerukunan terencana yang menyasar kelompok generasi muda dan tokoh lintas agama melalui pendekatan visual modern.

2. Kategori kedua, Institusionalisasi & Regulasi, diwakili oleh unggahan mengenai "*Workshop Peninjauan Perval No 28/2021*", "*Pembinaan Sadar Kerukunan Tingkat Kecamatan*", serta "*Diskusi Bulanan Pengurus FKUB*". Kategori ini berfungsi sebagai proses *obyektifikasi* yang melembagakan norma kerukunan menjadi produk hukum formal dan agenda rutin kelembagaan yang objektif dan terstruktur.

3. Kategori ketiga, Solidaritas Sosial & Kebangsaan, tercermin melalui unggahan "*Donasi Korban Bencana Sumatera Utara*", "*Peringatan Dirgahayu RI Ke-80*", serta "*Ucapan Selamat Tahun Baru Islam & Hari Besar Keagamaan*". Kategori ini mengesternalisasikan nilai kemanusiaan dengan membingkai kerukunan tidak sekadar sebagai wacana teologis, melainkan aksi nyata kemanusiaan dan kebangsaan. Kategori kebersamaan lintas agama mendominasi sebagian besar unggahan melalui dokumentasi visual dialog antar-tokoh agama dan kegiatan sosial bersama. Hal ini sejalan dengan pandangan Inklusivitas et al. (2025) yang menyatakan bahwa representasi visual kebersamaan merupakan alat diplomasi preventif paling efektif di era digital.

Dalam perspektif Teori Konstruksi Sosial atas Realitas dari Berger dan Luckmann, proses pembentukan nilai harmonisasi pada media sosial FKUB Medan berjalan melalui tiga tahapan dialektika. Pada tahap **eksternalisasi**, pengelola akun mendokumentasikan nilai-nilai kelembagaan dan semangat kerukunan, lalu mengalirkannya ke dunia luar melalui tindakan produksi konten digital. Gagasan abstrak mengenai moderasi beragama dieksternalisasikan menjadi agenda rutin publikasi digital (Arifin & Aulia, 2023). Informan 1 (NF, Admin) menegaskan bahwa proses eksternalisasi dilakukan secara terstruktur melalui pembuatan rencana konten bulanan yang memuat pesan-pesan toleransi dan dokumentasi kegiatan.

Selanjutnya, pada tahap obyektifikasi, konten-konten tersebut mengkristal menjadi produk budaya digital yang dapat diakses secara terbuka oleh publik. Foto-foto tokoh agama yang saling berjabat tangan, penggunaan palet warna visual yang menyejukkan, serta pencantuman tagar resmi seperti #FKUBMedan dan #MedanUntukSemua bertindak sebagai simbol obyektif dari realitas kerukunan yang ditawarkan kepada masyarakat. Informan 2 (MA, Pengurus) dan Informan 3 (ST, Tokoh Agama) menambahkan bahwa simbol-simbol visual ini disengaja untuk mempertegas posisi FKUB sebagai pilar kedamaian yang netral dan menaungi semua golongan.

Tahap terakhir, yaitu internalisasi, terjadi ketika masyarakat atau pengikut akun menyerap dan mengadopsi simbol-simbol obyektif tersebut ke dalam kesadaran individu mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan audiens lintas agama (Informan 4, DR dan Informan 5, BN), konten yang diunggah FKUB Medan secara konsisten mampu memicu persepsi positif bahwa Kota Medan berada dalam kondisi aman dan toleran. Khalayak menginternalisasi pesan bahwa perbedaan keyakinan bukan merupakan alasan terjadinya perpecahan, melainkan kekayaan sosial yang harus dirawat bersama. Proses dialektika ini membuktikan bahwa Instagram FKUB Medan berhasil menjadi instrumen konstruksi sosial dalam membentuk citra kerukunan di ranah digital (Saputri et al., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tim pengelola media sosial dan pengurus Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Medan, ditemukan bahwa pembentukan identitas digital FKUB ditujukan untuk mengonstruksi citra sebagai "*Rumah Bersama yang Inklusif, Sejuk, dan Informatif*". Konstruksi tersebut dirancang agar media sosial lembaga tidak sekadar berfungsi sebagai panggung formalitas instansi, melainkan dapat menjadi pencerah dan rujukan utama masyarakat Kota Medan dalam memperoleh narasi kedamaian serta edukasi moderasi beragama secara adaptif. Dalam proses perencanaan konten mingguan dan bulanan, tim kreatif mengintegrasikan empat pilar utama moderasi beragama, yakni komitmen kebangsaan melalui penghormatan simbol negara, toleransi melalui pemberian ruang ucapan selamat dan edukasi hari besar agama lain, anti-kekerasan melalui kampanye penolakan hoaks serta isu SARA, serta sikap akomodatif terhadap budaya lokal dengan menyisipkan simbol-simbol keberagaman multietnis Kota Medan.

Keterlibatan dan Respons Publik terhadap Konten Media Sosial FKUB Medan

Meskipun konstruksi nilai kerukunan telah terepresentasi dengan baik dari sisi konten, hasil evaluasi terhadap tingkat keterlibatan (*audience engagement*) dan respons publik menunjukkan dinamika yang berbeda. Mengacu pada tujuh elemen fungsionalitas Teori Media Sosial (*Social Media Building Blocks*) dari Kietzmann et al. (2011), akun Instagram FKUB Medan telah mencapai performa yang sangat kuat pada dimensi *identity* dan *reputation*. Akun tersebut berhasil memposisikan dirinya sebagai sumber informasi resmi yang terpercaya dan netral (*cooling system*) dalam mengawal isu-isu keagamaan di Kota Medan.

Namun demikian, pada dimensi *conversation* (percakapan) dan *relationship* (pembentukan hubungan), tingkat keterlibatan publik masih tergolong rendah. Data metrik dari 24 unggahan sampel menunjukkan bahwa interaksi publik didominasi oleh tindakan pasif (*passive engagement*), dengan rata-rata menyentuh 9–20 *likes* unggahan. Sebaliknya, interaksi aktif berupa diskusi di kolom komentar (*comments*) rata-rata hanya berkisar 2–5 komentar, serta tingkat penyebaran ulang (*shares*) yang sangat terbatas. Sebagian besar komentar yang masuk bernuansa normatif satu arah, seperti ucapan apresiasi singkat ("*Mantap FKUB*", "*Sehat selalu*"), tanpa memicu diskusi ilmiah atau interaksi substantif antar-pengguna.

Rendahnya keterlibatan aktif ini dipengaruhi oleh karakteristik penyampaian pesan yang cenderung bersifat formal, kaku, dan berorientasi pada dokumentasi kegiatan kelembagaan (*activity-centered*) ketimbang berorientasi pada kebutuhan audiens

(*audience-centered*). Konfirmasi dari Informan 4 (DR) dan Informan 5 (BN) menunjukkan bahwa generasi muda cenderung hanya menekan tombol *like* tanpa merasa terdorong untuk berdiskusi karena narasi *caption* yang disajikan kurang komunikatif dan terkesan seperti laporan kegiatan dinas. Hasil wawancara dengan pengelola media (Informan 1, NF) mengonfirmasi adanya keterbatasan dalam memproduksi konten kreatif yang interaktif, seperti format narasi video pendek (*Reels storytelling*), kuis interaktif, atau sesi tanya-jawab langsung (*live Q&A*). Akibatnya, media sosial FKUB Medan saat ini masih berfungsi dominan sebagai papan pengumuman digital (*digital bulletin board*), dan belum berkembang secara optimal menjadi ruang dialog interaktif yang membangun komunitas siber berkesadaran moderat (T. A. Pratama & Harahap, 2024).

Dalam mengatasi ketimpangan interaksi tersebut, FKUB Kota Medan perlu merekonstruksi pendekatan komunikasinya dari paradigma yang berorientasi pada kegiatan kelembagaan menuju strategi yang berpusat pada kebutuhan audiens. Transformasi ini dapat diwujudkan melalui penerapan *digital storytelling* pada konten Instagram, serta penyajian infografis dan ilustrasi visual dinamis yang adaptif terhadap preferensi generasi muda (Kurniawan & Castrawijaya, 2025). Selain itu, aktivasi fitur interaktif seperti sesi tanya jawab (*Q&A Session*), jajak pendapat (*polling*), dan diskusi siaran langsung menjadi krusial untuk memperkuat dimensi *conversation* dan *relationship* di antara pengguna, sehingga publik siber bertransformasi dari sekadar penerima pesan pasif menjadi agen aktif yang menyebarkan nilai-nilai kerukunan di tengah masyarakat.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Medan telah berhasil mengonstruksi nilai-nilai harmonisasi dan moderasi beragama di media sosial Instagram melalui tiga tahapan dialektika konstruksi sosial, yaitu eksternalisasi, obyektifikasi, dan internalisasi. Melalui tiga kategori tema utama—Edukasi & Sosialisasi Lintas Agama, Institusionalisasi & Regulasi, serta Solidaritas Sosial & Kebangsaan—konten visual dan narasi keterangan (*caption*) yang diunggah secara konsisten mampu merepresentasikan nilai toleransi, inklusivitas, serta kesiapsiagaan dalam menjaga stabilitas sosial di Kota Medan. Ditinjau dari dimensi keterlibatan publik (*audience engagement*) mengacu pada elemen fungsionalitas media sosial, performa akun Instagram @fkubkotamedan baru sebatas optimal pada dimensi *identity* dan *reputation* sebagai sumber informasi resmi yang tepercaya. Pada dimensi *conversation* dan *relationship*, interaksi yang terbangun masih didominasi oleh bentuk keterlibatan pasif (*passive engagement* berupa *liking* dan *views*), sementara keterlibatan aktif (*active engagement* berupa *commenting* dan *sharing*) masih relatif rendah. Ketimpangan ini disebabkan oleh pola komunikasi yang cenderung searah, kaku, dan berorientasi pada dokumentasi kegiatan kelembagaan (*activity-centered*) ketimbang kebutuhan audiens (*audience-centered*).

Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya pembenahan strategi komunikasi digital bagi lembaga keagamaan semi-pemerintah. FKUB Kota Medan direkomendasikan untuk mentransformasi pendekatan komunikasinya agar lebih interaktif dan partisipatif dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial yang lebih dinamis. Penggunaan format konten edukatif berbasis penceritaan digital (*digital*

storytelling), penyajian data infografis yang komunikatif, serta pembukaan ruang diskusi dua arah (seperti *Q&A Session*, *polling*, dan siaran langsung) akan mendorong publik digitalkhususnya generasi muda untuk tidak hanya menjadi penerima pesan pasif, melainkan bertransformasi menjadi agen aktif dalam menyebarkan dan mempraktikkan nilai-nilai kerukunan beragama di kehidupan bermasyarakat.

5. Daftar Pustaka

- Arifin, F., & Aulia, F. (2023). DOI: <https://doi.org/10.32332/moderatio.v3i2.8105>. 03(02).
- Berger, P. L. (n.d.). *and Thomas Luckmann The Social Construction of Reality Treatise in the Sociology*.
- Dharojah, R. W., Ibrahim, M., & Istikomah, F. (2025). *Generasi Muda dan Narasi Lokal dalam Dakwah Multikultural: Studi Literatur tentang Efektivitas Strategi Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal di Era Digital*. 17(1), 51–67.
- Fanani, Z., Ahsani, N. Al, & Kunci, K. (2025). *Konstruksi Sosial Moderasi Beragama : Analisis Teori Konstruktivisme Berger dan Luckmann dalam Komunikasi Keagamaan Indonesia membangun karakter moderasi di kalangan mahasiswa , terutama dalam era digital membentuk sikap moderat di kalangan pengguna media sosial sehingga*. 04(01), 1–16.
- Fauziyah, H., Singaperbangsa, U., Unsika, K., Ronggowaluyo, A. J. H. S., & Timur, T. (2025). *Beragama Di Era Polarisasi*. 3(4), 43–51.
- Huda, M. T. (2021). *Pengarusutamaan Moderasi Beragama ; Strategi Tantangan dan Peluang FKUB Jawa Timur Pengarusutamaan Moderasi Beragama ... , M . Thoriqul Huda*. 32, 283–300.
- Inklusivitas, S., Triwahyuni, D., & Nurrahman, D. (2025). *JIPSi*. XV(1).
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media ? Get serious ! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kurniawan, R., & Castrawijaya, C. (2025). *Strategi Pemasaran Dakwah melalui Media Digital dalam Menarik Minat Masyarakat Belajar Ilmu Agama Islam Abstract* 6(1), 13–26.
- Lomboe, E. A., Ramadhan, M. J. F., & Ramajati, S. (2024). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Pluralisme di Kalangan Mahasiswa Unesa Ketintang*. 2022, 453–477.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (n.d.). *Qualitative Data Analysis*.
- Pratama, M. A. (2024). *Dakwah Multikultural , Toleransi Beragama dan Forum Kerukunan Umat Bergama (FKUB) di Kota Medan*. 5(2), 711–728.
- Pratama, T. A., & Harahap, N. (2024). *Peran Komunikasi Interkultural dalam Penguatan Moderasi Beragama Pada Masyarakat Kota Medan (Analisis FKUB di Medan) Abstrak*. 5(2), 2081–2095.
- Rambe, T., & Sari, S. M. (2022). *Moderasi beragama di kota medan: telaah terhadap peranan forum kerukunan umat beragama (fkub) medan*. 5(2), 84–101.
- Saputri, D., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Dakwah, F., & Komunikasi, D. A. N. (2021). *TOLERANSI Beragama Di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram @ Felixsiau*.

- Setiabudi, A. (2026). *Peran Admin Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Engagement Publik Terhadap Kegiatan Pesantren*. 3793–3806.
- Sitasari, N. W., Psikologi, F., & Esa, U. (n.d.). *Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik*.
- Wandini, P., Islam, U., Sumatera, N., Rivaldi, A., Islam, U., Sumatera, N., Siregar, Y. D., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *Dinamika Sosial Kehidupan Multikultural di Kota Medan Era Kontemporer*. 1(4), 229–235.