



Santri, Kopi dan Aktivitas Moderasi di Media Sosial

Dini Safitri

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

*email: [*dinisafitri@unj.ac.id](mailto:dinisafitri@unj.ac.id)

ABSTRACT

Santri, coffee and moderation are words that can synergize. The habit of drinking coffee has become a mandatory tradition for students in Islamic boarding schools. This habit then gave rise to the phrase, "Santri if they are not reading the Koran, it means they are drinking coffee". Even if there are students who are unproductive and lazy, they are lacking coffee. Moderation in Arabic is defined as wasathiyah which refers to a complete paradigm of thinking related to religious attitudes in Islam. However, the word moderation has changed its meaning for Islamic radical groups who are active on social media. Instead of spreading Islamic values kaffah, these radical groups tend to divide Islam in the archipelago. To stem this phenomenon, many santri movements are trying to fight back by making coffee activities that aim to do moderation to restore Islam that is rahmatan lil alamin. The purpose of this study is to provide an overview of the role of students in carrying out religious moderation with interesting activities, with coffee as a loyal friend who accompanies students in activities. The method used is literature study. The results of the study show that students, coffee, and moderation can synergize not only in maintaining the social order of Indonesia as a multicultural country but can also penetrate the empowerment of the economy for the welfare of students.

Keywords: *Santri; Coffee; Moderation; Social Media.*

ABSTRAK

Santri, kopi dan moderasi adalah kata-kata yang bisa bersinergi. Kebiasaan minum kopi sudah menjadi tradisi wajib bagi santri di pondok pesantren. Kebiasaan ini kemudian memunculkan ungkapan, "Santri kalau tidak membaca Alquran, berarti

minum kopi”. Kalaupun ada siswa yang tidak produktif dan malas, mereka kekurangan kopi. Moderasi dalam bahasa Arab diartikan sebagai wasathiyah yang mengacu pada paradigma berpikir yang utuh terkait dengan sikap keagamaan dalam Islam. Namun, kata moderasi telah berubah maknanya bagi kelompok Islam radikal yang aktif di media sosial. Alih-alih menyebarkan nilai-nilai Islam secara kaffah, kelompok radikal ini cenderung memecah belah Islam di Nusantara. Untuk membendung fenomena tersebut, banyak gerakan santri yang mencoba melawan dengan membuat kegiatan ngopi yang bertujuan melakukan moderasi untuk mengembalikan Islam yang rahmatan lil alamin. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang peran santri dalam menjalankan moderasi beragama dengan kegiatan yang menarik, dengan ngopi sebagai teman setia yang menemani santri dalam beraktivitas. Metode yang digunakan adalah studi literatur. Hasil kajian menunjukkan bahwa mahasiswa, kopi, dan moderasi dapat bersinergi tidak hanya dalam menjaga tatanan sosial Indonesia sebagai negara multikultural tetapi juga dapat menembus pemberdayaan ekonomi untuk kesejahteraan mahasiswa.

Kata kunci: Santri; Coffee; Moderation; Sosial Media.

PENDAHULUAN

Kebiasaan minum kopi pada masyarakat Indonesia sudah menjadi bagian dari budaya. Sebagai sebuah budaya, kebiasaan minum kopi di Indonesia juga sarat akan filosofi kopi bagi kehidupan para penikmat kopi. Begitu juga bagi santri. Kopi merupakan minuman yang erat dengan kaum santri, terutama dalam menemani Santri di malam hari. Kopi adalah minuman wajib bagi santri di pondok pesantren.

Secangkir kopi menjadi teman santri saat mengaji, membaca buku, menambah hapalan, mengerjakan tugas dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan salah satu khasiat kopi dapat membuat mata peminum kopi dapat terjaga dan rasa bebas kantuk. Bahkan sampai muncul ungkapan, santri bila tidak sedang mengaji, berarti sedang minum kopi. Tidak cukup dengan ungkapan, bahkan ada anggapan, bila ada santri tidak produktif dan malas, dianggap kurang minum kopi. Anggapan lainnya ada lagi. Bila ada santri yang emosional dan gampang dibohongi, dianggap minum kopinya kurang pahit. Bahkan, bila ada santri yang kurang pergaulan dan kurang update, maka dianggap minum kopinya kurang. Dan untuk Santri yang kurang ngeyel dan suka menyalahkan orang lain, dianggap tidak pernah minum kopi. Uniknyanya, sampai ada adagium tentang penggerak utama pesantren ada empat unsur utama, yaitu kiai, santri, ngaji dan kopi (Syafri, 2022).

Kopi yang disukai santri juga amat beragam jenisnya. Hal tersebut karena Indonesia sangat kaya dengan aneka ragam biji kopi. Masing-masing daerah memiliki keunikan dan keunggulan biji kopi yang dihasilkan dengan citarasa yang semuanya nikmat. Keanekaragaman kopi sama halnya dengan keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia yang dikenal dengan negara multikultural. Keanekaragaman budaya Indonesia terjadi karena bertemunya berbagai budaya dari beragam suku bangsa di Indonesia yang saling berinteraksi dengan tetap membawa perilaku budaya dan cara hidup masing-masing. Keragaman tersebut dimulai dari budaya, latar belakang keluarga, agama, dan etnis (Akhmadi, 2019).

Negara Indonesia yang merupakan negara kesatuan namun pluralistik, memiliki modal keragaman yang membentuk karakter multikultural, yaitu demokrasi dan kearifan lokal. Dua modal tersebut dipercaya sebagai perekat kerukunan masyarakat Indonesia yang beragam. Walaupun saat ini dengan kehadiran media sosial yang digunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, banyak membuat konten yang dapat merusak kerukunan masyarakat multikultural di Indonesia.

Media sosial saat ini menjadi sarana baru untuk menyebarkan ideologi dan kepentingan tertentu. Para penyebar tersebut membuat ruang digital di media sosial sebagai arena kontestasi dan kompetisi. Para penyebar kontestasi tersebut membuat fenomena baru yang disebut post truth yang dapat mempertajam polarisasi pada masyarakat Indonesia yang sudah plural. Mereka membuat konten tendensius yang mengusung sentimen agama, ras dan lainnya untuk menciptakan permusuhan dan konflik di masyarakat. Sayangnya banyak masyarakat Indonesia yang mudah terpengaruh dengan konten tersebut.

Hal tersebut dikarenakan lemahnya literasi yang dimiliki. Untungnya sekarang ini para santri juga sudah mengikuti jaman. Mereka juga berubah menjadi santri milenial yang juga sama-sama melek teknologi dan berusaha melakukan gerakan perlawanan terhadap konten yang dibuat para penyebar kontestasi.

Salah satunya dengan mempopulerkan dakwah kiai pesantren dan kearifan lokal. Para santri melakukan moderasi beragama agar konten mengenai keragaman dalam beragama dapat seimbang, toleran, egaliter, dinamis, inovatif, lurus dan tegas (Almu'tasim, 2019).

Kegiatan moderasi tersebut juga dilakukan dengan cara yang kreatif dan ada beberapa yang menggunakan istilah ngopi, kopi darat dan lain

sebagainya. Tujuannya selain menarik perhatian juga ingin menyebarluaskan ajaran Islam yang rahmatan lil alamin. Berdasarkan paparan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan peran santri dalam melakukan moderasi beragama dengan ditemani kopi sebagai pemantik.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode kepustakaan. Penelitian kualitatif menggunakan metode yang dapat mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial (Setiawan, 2020).

Metode kepustakaan digunakan karena ingin mengkaji data-data yang di dapat dari literatur terkait, kemudian dianalisis isinya. Penelitian ini menggunakan jurnal, buku, dan media online yang berhubungan dengan kajian penelitian seputar santri, kopi dan moderasi. Data kepustakaan tersebut adalah data primer yang dijadikan sumber utama penelitian ini. Penelitian kepustakaan berusaha untuk menggambarkan dan menginterpretasi fenomena yang terjadi secara teoritis dengan kajian pustaka sebagai sumber data primer (Arikunto, 2019).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *editing, organizing* dan *finding*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Penelitian

A. Sejarah Kopi dan Santri

Santri, kopi dan moderasi bisa sinergi tidak hanya dalam menjaga tatanan sosial Indonesia sebagai negara yang multikultural, namun bisa merambah pada pemberdayaan bidang ekonomi untuk kesejahteraan santri

Menurut Syafril, kopi merupakan minuman para ulama karena memiliki khasiat untuk meningkatkan konsentrasi dan mempertajam intuisi. Bahkan sampai ada ulama yang menulis mengenai perdebatan fikih mengenai hukum menyeruput kopi. Hal tersebut dikarenakan kopi dan santri seperti sudah masuk dan mengisi satu sama lain (Syafri, 2022).

Banyak filosofi kopi yang dapat dijadikan pandangan santri dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah peribahasa menjalani hidup ibarat sedang minum kopi ada yang pahit, manis dan buat hati

meleleh. Selain itu, banyak ulama menulis tentang kopi menjadi bahasan utama dalam karya tulis.

Kehadiran kopi dianggap sebagai representasi dari identitas lokal. Walaupun dari sejarahnya, kopi bukanlah tanaman asli Indonesia. Biji kopi dibawa oleh penjajah Belanda ke Indonesia pada abad ke 17 melalui sistem tanam paksa. Dalam sistem tanam paksa tersebut terdapat kerja rodi yang dilakukan penduduk pribumi dari Sabang sampai Merauke. Salah satu hikmah dari hal buruk tersebut, tumbuhlah kopi yang memiliki cita rasa khas, terutama pada cita rasa asamnya (Purwasih dan Lisdiana).

Kopi berasal dari Jazirah Arab. Asal kata kopi dari kata Kofwah. Kemudian kopi dibawa oleh Afrika, yaitu Eutopia. Saat itu kopi merupakan tanaman obat untuk mengobati penyakit kulit. Sampai kemudian kopi terus berkembang, dari mulai biji kopi yang dipanggang, dihancurkan, dan direbus hingga menjadi secangkir kopi yang nikmat (Purwasih dan Lisdiana).

Perkembangan kopi menjadi minuman yang nikmat dan berkhasiat menjadikan minum kopi di kalangan pesantren menjadi kebiasaan sehari-hari. Terlebih di Pesantren terdapat waktu untuk santri bercengkrama bersama-sama sambil minum kopi juga beraktivita lainnya. Santri sebagai orang terpelajar dan sedang belajar menggali ilmu pengetahuan terutama ilmu agama di Pesantren menjadikan kopi sebagai minuman penguat kecerdasan dan stamina dalam belajar. Namun dalam perkembangannya, Santri kemudian tidak hanya berposisi sebagai konsumen penikmat dan peminum kopi, namun juga sebagai produsen dan distributor kopi. Hal tersebut dipacu dari kegiatan pembelajaran di Pesantren yang juga mengajar santri menjadi seorang *entrepreneur*.

Pilihan usaha yang banyak dijalankan Santri tersebut salah satunya adalah dengan membuat UMKM Kopi santri. Sebagai UMKM, mereka juga gemar memasarkan produknya dalam berbagai event. Salah satu event dan Gerakan yang dilakukan santri adalah kegiatan moderasi beragama. Di dalam event tersebut, dihidangkan dan dijual pula minuman kopi dari usaha UMKM yang dikelola oleh para santri

B. Moderasi Beragama dan Santri

Santri sebagai orang yang terpelajar dan sedang mempelajari ilmu agama, juga diajarkan untuk dapat memberantas gerakan radikalisme atas nama agama. Pada pesantren, Santri ajarkan pendidikan agama Islam yang

moderat dan inklusif (Alam, 2017). Salah satu materi ajar yang dipelajari santri adalah moderasi beragama. Moderasi beragama yang dipelajari para santri bertujuan agar santri dapat bersikap tawazun (Seimbang), I'tidal (lurus dan tegas), tasamuh (toleransi), musawah (egaliter), syura (mengedepankan hal musyawarah), ishlah (cinta damai), aulawiyah (mengetahui mana yang menjadi prioritas) dan tathawwur wa ibtikar (dinamis dan inovatif) (Almu'tashim, 2019).

Kata Moderasi berasal dari bahasa Arab, *al wasathiyah* (Faiqah & Pransiska, 2018). Kata *al wasathiyah* memiliki akar kata dari kata *al washth*, dengan huruf sin yang disukunkan dan dengan huruf sin yang difathahkan. Kedua kata tersebut merupakan *mashdar* (kata dasar) dari kata kerja *wasatha* (Rozi, 2019).

Kata *wasathiyah* digunakan untuk menunjukkan paradigma berpikir yang paripurna. Paradigman ini berkaitan dengan sikap beragama dalam Islam (Zamimah, 2018).

Saat ini pemaknaan moderasi banyak yang disalah artikan oleh beberapa kalangan radikal Islam yang mengatasnamakan agama. Mereka beranggapan bahwa kegiatan moderasi beragama yang dilakukan beberapa santri membuat Islam di menjadi Islam moderat yang tidak menjalankan sunnah. Padahal anggapan tersebut seharusnya dipahami secara kontekstual, dimana negara Indonesia memiliki budaya dan adat istiadat yang beragam (Safitri, 2019).

Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia juga menjadi sorotan dunia dalam hal moderasi Islam. Moderasi sendiri sebetulnya adalah inti sari dari ajaran Islam yang toleran kepada keberagaman dalam agama, ada istiadat, suku dan bangsa (Fahri dan Zainuri, 2020). Hal tersebut dikarenakan, keragaman budaya adalah sesuatu yang berasal dari Allah SWT. Allah SWT menciptakan manusia dari suku bangsa yang berbeda-beda dengan tujuan agar saling mengenal, berinteraksi satu sama lain dengan tidak menghilangkan perilaku budaya masing-masing dengan cara hidup yang spesifik (Dawing, 2017).

Keragaman budaya tersebut hadir karena adanya multibudaya yang memuat unsur kearifan lokal. Keragaman tersebut membutuhkan moderasi agar bisa berjalan seiring sejalan dan tidak menegasikan satu sama lain. Terlebih dalam hal agama dan kearifan lokal (Akhmadi, 2019). Oleh karena itu di dalam moderasi perlu dikembangkan wawasan multikultural, dialog, dan kerjasama antar umat beragama dengan pemerintah dalam

melakukan moderasi beragama. Santri memiliki peranan penting dalam hal tersebut (Mas'ud, 2018)

C. Santri dan Moderasi Beragama di Media Sosial

Media sosial saat ini menjadi sarana dalam menyebarkan ideologi agama, begitu juga dengan ideologi agama Islam. Banyak konten kreator bermunculan di media sosial. Selain untuk menyebarkan ideologi agama, konten creator juga ingin menunjukkan eksistensi di ruang digital (Muttaqin, 2012). Salah satu cara untuk bisa eksis dan dikenal banyak orang di dunia digital adalah dengan membuat konten yang dapat menimbulkan kontestasi dan kompetisi (Hefni, 2020).

Salah satu konten kontestasi di media sosial yang banyak memancing keributan adalah konten agama yang bertujuan untuk memecah belah multicultural yang ada di Indonesia. Kegiatan ini diperkeruh dengan munculnya fenomena post truth yang dapat mempertajam polarisasi di masyarakat yang ditandai dengan viralnya konten yang berbau sentiment suku, agama, ras dan ada istiadat (SARA) (Fuller, 2018).

Masalah yang ditimbulkan konten menyangkut SARA di media sosial banyak dilakukan dengan unsur kekerasan, baik dalam bahasa verbal, nonverbal dan fisik (Warsah, Masduki, Imron, Daheri, Morganna, 2019).

Disinilah para santri muncul di ruang digital untuk melakukan moderasi. Moderasi beragama adalah gerakan yang dapat menangani masalah yang terkait karena adanya gerakan yang dapat merusak kerukunan umat beragama. Moderasi beragama dapat dilakukan santri secara adil, berimbang, untuk mencari maslahat dan menjalin kerjasama yang berbuah rahmat antarumat beragama di Indonesia (Abror, 2020).

Moderasi beragama yang dilakukan di media sosial sejalan dengan kondisi saat ini yang akan dan sudah memasuki masyarakat atau society 5.0. Society 5.0 adalah masyarakat yang menempatkan manusia sebagai pusat inovasi dalam kemajuan teknologi untuk dimanfaatkan dalam meningkatkan kualitas hidup manusia yang bertanggung jawab secara sosial dan berkelanjutan (Fukuyama, 2018).

Tujuan utama dari Society 5.0. ini adalah sebagai penyeimbang antara pertumbuhan ekonomi dan masalah sosial yang ada di Masyarakat. Dengan berkurangnya kesenjangan sosial maka masalah yang dihadapi manusia dalam revolusi industri 4.0 akan dapat teratasi (Pereira, Lima, Charrua-Santos, 2020).

Salah satu masalah sosial yang ditimbulkan dari revolusi industri 4.0 adalah banyaknya konten yang tidak bertanggung jawab yang dapat memecah belah kerukunan bergama di Indonesia (Destriani, 2022).

Santri dapat menjadi pusat dari kemajuan teknologi dengan melakukan moderasi beragama yang dapat menyelesaikan masalah sosial sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia dari beragam konten negatif yang dapat memecah belah kerukunan beragama di media sosial (Sumarto, 2021).

Dengan ditemani kopi pilihan dapat mengobarkan semangat para santri melakukan gerakan moderasi beragama di media sosial. Bahkan di era new normal saat ini, kegiatan moderasi ini juga dapat dilakukan secara hybrid yang menggabungkan satu acara dengan dua jenis media. Yang pertama mengadakan pertemuan offline dengan jumlah terbatas dan kegiatan online yang dapat diikuti oleh masyarakat luas di media sosial

D. Santri, Kedai Kopi, Literasi Media dan Moderasi Beragama

Kedai kopi dapat menjadi pilihan santri untuk menyelenggarakan kegiatan moderasi beragama secara offline. Di kedai kopi, santri tidak hanya melakukan kegiatan minum kopi, tapi juga dapat menjadi tempat belajar dan mengadakan gerakan moderasi beragama (Kumalaningrum, 2016). Terlebih lagi saat ini kedai kopi banyak yang memiliki desain tempat yang sangat nyaman dan tenang (Nurikhsan, Indiranie, Safitri, 2019). Suasana tersebut sangat cocok untuk berkegiatan serius tapi santai dalam gerakan moderasi beragama.

Gerakan moderasi beragama sangat penting dilakukan santri karena mendorong pada sikap pengamalan beragama yang seimbang dan juga melakukan penghormatan kepada praktik beragama pada orang beragama lainnya. Gerakan ini akan menciptakan kerukunan dan menjauhi masyarakat dari sikap ekstrim dalam beragama, baik itu ekstrim kanan atau kiri (Widodasih, Rochayata, Yusmidarina, 2021).

Kehadiran minuman kopi yang beragam dan unik dalam gerakan moderasi beragama di kedai kopi yang didesain dengan suasana Indonesia, membuat gerakan ini semakin merepresentasikan identitas Indonesia yang beragam dan multikultural. Ditambah lagi, pengunjung kedai kopi dapat menikmati wi-fi secara gratis dapat menjadi tempat yang nyaman untuk berselancar di internet. Di Kedai kopi, santri dapat membendung penyebaran berita bohong atau hoax, isu SARA dan penyebaran paham

radikal yang dapat memecah belah di media sosial (Ghazali, Husni, Mawarti, Masbukin, Nuh, 2022).

Santri di era digital sudah dibekali dengan kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (Muthohirin, 2015). Santri dapat membuat kontennya sendiri untuk menyebarkan ajaran Islam secara kaffah dengan cara yang ramah, seperti yang dicontohkan Walisongo, ulama dan Kiai untuk menyebarkan islam rahmatan lil alamin (Agus, 2016).

Santri sudah dibekali pemahaman literasi media yang baik sehingga dapat mengarahkan generasi klik yang tidak punya bekal pemahaman yang baik sehingga mudahnya mengklik dan shared konten negatif atau hoax (Nurjannah, Rusmana, Yanto, 2017).

Banyaknya jumlah generasi klik ini menjadi penyebar konten negatif dalam menjaga kerukunan beragama menjadi tantangan tersendiri bagi santri milenial yang melek teknologi (Afwiyana, Amrozi, Falihah, 2019).

Generasi klik ini memiliki ketergantungan terhadap gadget. Mereka umumnya tidak melakukan filter informasi yang sangat massif di media sosial. Mereka tidak suka melakukan cek dan ricek fakta dan data sebelum menyebarkan informasi yang diterima. Akibatnya tanpa disadari mereka sudah menyebarkan berita bohong yang merugikan banyak orang (Afifah, Muhlis, Fatoni, 2019).

Fenomena ini ditangani Santri dengan melakukan literasi media dan mengajarkan generasi klik untuk menggunakan banyak aplikasi yang dapat melakukan *tabayyun* saat mendapat informasi di media sosial sebelum menyebarkannya (Wahidah, 2017).

Gerakan literasi media dan moderasi beragama dapat bersinergi dan dilakukan Santri di kedai kopi sambil minum kopi. Dalam membuat sebuah gerakan dibutuhkan keteraturan dan konsistensi gerakan, suasana kedai kopi akan melawan rasa malas dalam menjalani gerakan literasi dan moderasi. Terlebih lagi gerakan ini termasuk kerja sosial dan minim penghargaan untuk santri yang terjun di bidang ini. Di satu sisi, para penyebar konten radikalisme sosial keagamaan semakin nyata dan bergerak massif (Tamam, 2015).

E. Dakwah Santri Millennial dan Moderasi Digital

Santri millennial dalam gerakan moderasi digital tetap mempertahankan jati diri Islam Nusantara. Mereka menggunakan metode dakwah Walisongo yang menggunakan pendekatan budaya. Namun Santri millennial juga memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk

melakukan gerakan moderasi beragama melalui teks-teks online (Sahal, Aziz, 2016).

Santri millennial juga merespon perubahan zaman dengan mempopulerkan dakwah kiai dan pesantren di media sosial sebagai bagian dari kegiatan moderasi digital (Ahyar, 2017). Dengan mempopulerkan dakwah Kiai dari pesantren, santri menjawab tantangan pesantren modern yang mampu berkomunikasi dan berkolaborasi dengan pengguna media digital (Kosim, 2018). Di satu sisi, gerakan ini juga untuk moderasi digital dalam menawarkan proses pembelajaran di Pesantren yang tidak instan, harus dilalui dengan perjuangan susahnya belajar dengan segala dinamika kehidupan santri. Alih-alih belajar otodidak dengan ustad dadakan di internet yang menawarkan pembelajaran agama secara instan dan praktis (Hamid, 2017).

Santri harus berjibaku belajar bertahun-tahun di pesantren dengan kiai yang memiliki kearifan lokalnya masing-masing. Dakwah santri millennial di media sosial tetap mempertahankan karakter religius khas pesantren. Akun media sosial pesantren menyebarkan informasi keagamaan kepada santri, alumni, wali santri, dan masyarakat luas (Baharun, 2017).

Konten akun media sosial tersebut berisikan kegiatan santri millennial yang tidak hanya alim dalam ilmu agama juga merespon moderasi beragama yang rahmatan alamin (Wibowo, 2019).

Santri millennial saat ini menjadi subject yang membanjiri dunia digital dengan konten positif yang bermuatan moderasi beragama. Mereka berdakwah di dunia digital dengan keilmuan agama yang mumpuni dan menjunjung tinggi toleransi untuk menangkal, mencegah dan melawan konten negative yang dapat memecah belah kerukunan umat beragama (Syahputra, 2020).

Yang memprihatinkan banyak akun yang menggunakan kata hijrah namun berisi berita palsu dan banyak di repost oleh akun palsu pula secara massif. Santri millennial juga tidak tinggal diam. Salah satu Kelompok Santri yang sudah memiliki nama dan gerakan moderasi adalah Arus Informasi Santri (AIS).

Kegiatan dari AIS ini uniknya juga menggunakan kata kopi, yaitu kopi darat nasional dan kopi darat wilayah. Kopi darat nusantara adalah kegiatan berskala nasional yang mengumpulkan para cyber santri, admin akun pesantren dan admin akun media sosial yang bernuansa pesantren.

Sebelum ada kopi darat ini, mereka sudah terhubung secara virtual di grup media sosial. Namun dengan adanya kopi darat ini dapat menjalin silaturahmi yang lebih erat lagi sekaligus mengikuti upgrading dengan menjadi peserta pelatihan dari para ahli IT, desain, dan marketing digital yang juga berasal dari pesantren. Untuk kopi darat wilayah juga berisi hal yang sama, hanya tingkatannya sebatas wilayah saja.

Santri millennial tidak hanya melakukan moderasi di media sosial dan gemar melakukan *upgrading* diri dengan membuat acara kopi darat, mereka juga seorang entrepreneur. Salah satunya moderasi dilakukan di kedai kopi. Bahkan ada kedai kopi yang berhasil dibuat dari kegiatan entrepreneurship tersebut.

Salah satunya ada Kedai kopi Koffie Santri. Pada kedai kopi ini, bukan hanya menjual minuman kopi dan makanan pendampingnya, namun juga banyak kegiatan moderasi beragama yang dilakukan sebagai agenda rutin kedai kopi. Salah satu tujuan pendirian kedai kopi ini adalah ingin memakmurkan pesantren dengan melebarkan sayap bisnis kopi.

Berawal dari usaha santri yang menjual kopi kemasan di dalam pesantren, kemudian berlanjut dengan mengikuti kegiatan wirausaha santri yang mengusung semangat *one pesantren one product*, usaha kedai koffie santri terus berkembang karena mendapat tambahan modal dari kegiatan tersebut. Kedai kopi ini kemudian memiliki tempat yaitu berada di dalam mobil *ambulance* bekas uang dijadikan food truck.

Dengan konsep *food truck*, koffie santri tidak hanya bertujuan untuk bisnis tapi juga non bisnis. Tujuan non bisnisnya adalah sebagai tempat silaturahmi dan berbagi. Koffie santri juga ingin bisa bersinergi dengan para petani kopi Indonesia bisa sejahtera (Paridi, 2020).

Yang menarik adalah menu dari kedai koffie santri ini membuat kuliah malam yang memiliki materi tematik, dari mulai kelas logika, Kelas filsafat, Kelas Bisnis, Kelas Pemberdayaan Manusia, Kelas Mental dan Kelas Masalah karya. Tidak hanya itu, Koffie santri juga membuat majelis tato, dimana peserta dari majelis ini adalah orang-orang yang memiliki masa lalu yang tidak baik, namun kemudian mendapat hidayah untuk berubah menjadi pemeluk Islam yang baik. Majelis tato diisi oleh Ustad-ustad di kota Bandung.

Pada masa pandemi, koffie santri juga menawarkan berbagai promo untuk berbagi dengan cara menawarkan jasa seduh keliling dari mulai rumah ke rumah atau ke kantor. Mereka berkeliling sesuai dengan

pemintaan yang masuk untuk menjalin kerjasama yang bermuatan charity. Selain majelis tato dan kuliah malam dengan materi tematik, sesekali Koffie Santri juga mengadakan kajian spontan. Kajian ini meminta Ustadz yang kebetulan datang berkunjung, kemudian diminta memberikan materi kajian. Materi kajian bisa disesuaikan dengan permintaan pengunjung yang hadir saat itu.

Strategi dakwah dan bisnis dengan kopi seperti di atas menarik untuk dikembangkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dakwah dan bisnis bisa sejalan. Dengan melakukan dakwah yang bermuatan bisnis profit dan nonprofit di kedai kopi memunculkan nilai baik dakwah yang tidak harus dilakukan di dalam masjid. Moderasi yang dilakukan juga dapat berjalan dengan baik, karena berada di tempat yang netral, kedai kopi.

Selain koffie santri masih banyak kedai kopi lainnya yang dijalankan santri. Salah satunya kopi abah yang ada di kota Probolinggo. Kopi abah ini merupakan produk dari program santri millineal centre yang diharapkan bisa menjadi wadah para santri untuk terjun ke dunia bisnis dan dakwah milenial (Mubaroq, 2020).

Budaya minum kopi yang merupakan kearifan lokal, dapat dimanfaatkan untuk kegiatan entrepreneurship dan moderasi beragama. Moderasi beragama telah lama dipraktikan dan mengakar kuat dimasyarakat Indonesia hingga kini (Arafah, 2020). Hal ini sama dengan minum kopi. Dengan minum kopi bersama dapat merekatkan kerukunan dan menghindari terjadi konflik. Kegiatan kumpul-kumpul dalam rangka moderasi beragama dapat juga membicara kerjasama bisnis sambil minum kopi. Dengan adanya kerjasama nyata dalam kegiatan moderasi beragama tersebut akan menghindari perpecahan akibat ketidakepahaman dalam paradigma berpikir. kerjasama ini akan menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara kelompok kepentingan

F. *Best Practice* Santri, Kopi dan Moderasi di Media Sosial

Kegiatan moderasi pada dasarnya adalah inti dari ajaran Islam yang menjunjung tinggi dan menghormati keberagaman dalam segala aspek kehidupan, dari mulai agama, adat istiadat, suku dan bangsa lainnya. Rasulullah SAW adalah sosok teladan dalam melakukan praktik moderasi (Darlis, 2017). Rasulullah adalah sosok yang adil dan berimbang.

Moderasi juga merupakan kegiatan yang mengharuskan pihak yang terlibat di dalamnya untuk berpikir dan bersikap berimbang, adil, dan pertengahan (wasathiyah) (Idham, 2019). Moderasi yang dilakukan santri

dengan memperhatikan kearifan lokal dapat menjadi jalan tengah yang mengatur perbedaan di masyarakat menjadi dapat hidup berdampingan.

Penyebaran agama Islam di Indonesia juga dengan cara damai, ramah dan menghormati kultur budaya masyarakat yang ada pada saat itu. Islam adalah ajaran agama yang universal dan dapat berdampingan dengan realitas sosial budaya masyarakat lokal (Ishak, 2019). Indonesia dengan penduduk mayoritas beragama Islam menjadi bangsa yang multicultural dan multireligi. Hal tersebut dapat menjadi model yang ideal atau *best practice* dalam mengelola keragaman (Faiqah & Toni, 2018). Santri adalah pelaku *best practice* dalam moderasi beragama.

Suasana minum kopi bersama, baik dilakukan di kedai kopi atau di dalam lingkungan pesantren, kantor dan dalam berbagai event dapat mencairkan suasana. Namun kedai kopi tetap menjadi pilihan utama. Bahkan kedai kopi saat ini sudah menjadi ruang publik yang mempertemukan beragam orang dari latar belakang budaya, pekerjaan, status sosial, dan lainnya.

Kedai kopi juga menjadi tempat pertemuan formal dan non formal masyarakat. Bahkan di beberapa daerah, kedai kopi juga sudah banyak dijadikan tempat destinasi wisata (Syuhudi, 2020). Sebagai ruang publik, kedai kopi juga dijadikan tempat untuk kegiatan politik, khususnya untuk tempat kampanye dan meraih suara. Salah satu agenda kampanye adalah melakukan moderasi beragama. Dalam melakukan moderasi, juga menjadi ruang untuk melemparkan gagasan untuk kegiatan moderasi itu sendiri (Faisal, 2021).

Santri dapat memanfaatkan kedai kopi untuk membuat kegiatan moderasi beragama di ruang publik dan diunggah di media sosial. Kedai kopi yang sudah berubah menjadi ruang publik juga menjadi ruang berinteraksi beragam komunitas. Banyak seminar yang dilakukan di kedai kopi. Bahkan kegiatan diskusi sudah menjadi kegiatan langganan (Iqbal, 2016).

Selain itu, agenda seperti rapat, arisan, reuni, sampai jumpa pers. Para aktivis, politisi, akademisi, santri, kiai, wartawan, pekerja sosial, dan lainnya banyak berkegiatan di kedai kopi. Mereka dengan latar belakang dan kecenderungan yang sama-sama suka minum kopi membuat ruang diskusi tersendiri di kedai kopi.

Best practice santri di kedai kopi juga tidak mau kalah memperbincangkan persoalan sosial keagamaan dan menyeru mengenai

pentingnya toleransi dan kerukunan umat beragama. Bahkan di beberapa kedai kopi, santri mengadakan kajian keislaman untuk menyaring konten media sosial yang menyimpang dan menganggap kelompoknya paling benar. Bahan kajian yang digunakan santri berasal dari kitab-kitab ulama terdahulu yang mengajarkan toleransi, islam *rahmatan lil alamin* dan moderasi beragama. Semua kegiatan ini diunggah ke media sosial (Muthohirin, 2015).

Kegiatan di kedai kopi ini juga disiarkan di media sosial sebagai bagian dari kebebasan berekspresi dan berbicara di ruang publik (Awan, 2016). Walaupun atas dasar prinsip kebebasan, santri juga memperhatikan standar prinsip dalam berkegiatan di media sosial. Adapun standar tersebut dengan memperhatikan prinsip media online, etika publikasi, jaminan akurasi, komitmen antihoaks, spirit amar ma'ruf nahi munkar, asas hikmat dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital dan kemerdekaan pers (Setyaningsih, 2019).

Dengan melaksanakan standar tersebut, santri dapat menjadi *opinion maker* dan *opinion leader* dalam moderasi beragama (Afad, 2020). Best practice santri di kedai kopi juga dapat saling mengakrabkan para pengunjung di kedai kopi tersebut. Kerukunan umat beragama dapat tercipta di kedai kopi secara alamiah dengan dialog yang komukatif dan iklim demokrasi yang deliberative (Kusnandar, 2021¹).

Santri dapat membangun sikap reflektif dan evaluative dari kegiatan moderasi beragama (Nurkhoiron, 2020). Transformasi komunikasi yang tidak apriori, menjauh dari ego sektoral dan mementingkan kepentingan bersama perlu digalakan Santri di kedai kopi sebagai bagian dari gerakan moderasi Islam dan tidak lupa semuanya di unggah ke media sosial

PENUTUP

Santri, kopi dan moderasi dapat bersinergi manis di negara kita tercinta Indonesia. Best Practice moderasi beragama di Indonesia sudah dipraktikkan sejak lama, yaitu sejak Islam masuk ke Indonesia. Islam yang masuk dengan mudah di Indonesia menggunakan pendekatan budaya dengan menghormati tradisi dan kearifan lokal yang sudah dipraktikkan di masyarakat. Kemampuan moderasi sudah dimiliki para penyebar dakwah Islam sejak dahulu. Contoh teladan dalam hal ini bisa didapatkan dari Walisongo. Santri yang banyak mempelajari mengenai dakwah Walisongo juga berusaha untuk mengikuti jejaknya.

Santri melakukan moderasi dengan cara beragam, mulai dari kopi darat di kedai kopi sampai menjadi cyber santri. Gerakan cyber santri juga

merupakan gerakan yang massif dilaksanakan untuk dapat dapat memberantas hoax dan meningkatkan literasi digital masyarakat. Santri memiliki sikap yang suka bertabayun dan tidak mudah menyalahkan pihak lainnya. Sikap ini sejalan dengan prinsip moderasi beragama yang mengutamakan jalan tengah, adil dan berimbang.

Gerakan santri dalam moderasi beragama juga acapkali ditemani kopi sebagai penyemangat. Dengan minum kopi, santri mendapatkan amunisi tenaga untuk berdakwah. Namun dalam perkembangannya, kehadiran kopi tidak hanya sebagai minuman berkhasiat, tapi ada manfaat ekonomi yang dirasakan. Posisi santri yang awalnya hanya sebagai konsumen penikmat kopi, kemudian bertransformasi menjadi produsen dan atau distributor kopi. Kedai kopi juga menjadi tempat silaturahmi dan membangun jaringan bisnis diantara pengunjung tetap. Terjadi kolaborasi bisnis dan moderasi beragama di kedai kopi. Semua kegiatan ini diunggah ke media sosial sebagai bagian dari best practice santri sebagai cyber santri dan santri millennial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, M. (2020). Moderasi Beragama Dalam Bingkai Toleransi. *Rusydiab: Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 143-155;
- Afad, M.N. (2020). Muda Berdaya: Sebuah Pendidikan Moderat Kritis Komunitas Santri Batang. *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal* 2 (1), 35-52;
- Afifah, L., Muhlis, A., & Fatoni, U. (2019). Strategi Dakwah Santri dalam Menghadapi Berita Hoax di Media Sosial. *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 5(1);
- Afwiyana, N. D., Amrozi, Y., & Falihah, T. (2019). Langkah Cerdas Bermedia Sosial di Kalangan Santri Milenial. *Saintekbu: Jurnal Sains dan Teknologi*, 11(2);
- Agus, S. (2016). Meneladani Strategi “Kebudayaan” Para Wali. Dalam *Atlas Wali Songo*. Mizan;
- Ahyar, M. (2017). Islamic Clicktivism: Internet, Democracy and Contemporay Islamic Activism in Surakarta. *Jurnal Studia Islamika*, 24(3);
- Akhmadi, A. (2019). Moderasi Beragama dalam keragaman Indonesia. *Jurnal Diklat Keagamaan* 13 (2), 45-55;
- Alam, M. (2017). Studi Implementasi Pendidikan Islam Moderat dalam Mencegah Ancaman Radikalisme Di Kota Sungai Penuh Jambi. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam Volume 7 Nomor 2 Tahun 2023*

- Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 17 (2), 17-40;
- Almu'tasim, A. (2019). Berkaca NU dan Muhammadiyah dalam Mewujudkan Nilai-Nilai Moderasi Islam di Indonesia. *TARBIYA ISLAMIA: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 8(2), 199-21;
- Arafah, S. (2020). Moderasi Beragama: Pengarusutamaan Kearifan Lokal Dalam Meneguhkan Kepelbagan (Sebuah Praktik pada Masyarakat Plural). *Mimikri* 6 (1), 58-73;
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. PT Rineka Cipta;
- Awan, I. (2016). Islamophobia on social media: A qualitative analysis of the facebook's walls of hate; *International Journal of Cyber Criminology*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.5281/zenodo.58517>;
- Baharun, H. (2017). Total Moral Quality: A New Approach for Character Education in Pesantren; *Ulumuna: Journal of Islamic Studies*, 21(1);
- Darlis. (2017) Mengusung Moderasi Islam di Tengah Masyarakat Multikultural. *Jurnal Rausyan Fikr* 13 (2);
- Dawing, D. (2017). Mengusung Moderasi Islam Di Tengah Masyarakat Multikultural. *Rausyan Fikr Jurnal Studi Ilmu Ushuluddin Dan Filsafat* 13 (2), 225–255;
- Destriani. (2022). Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Berbasis Moderasi Beragama Menuju Society Era 5.0. *Incare : International Journal of Educational Resources* 2(6), 647-664;
- Faiqah, N., & Pransiska, T. (2018). Radikalisme Islam vs Moderasi Islam: Upaya Membangun Wajah Islam Indonesia yang Damai. *Al-Fikra*, 17(1), 33–60;
- Faisal, A. (201). *Warung-Warung Kopi di Makassar sebagai Ruang Publik (Politis) Kontemporer*. Media (Baru) Tubuh, dan Ruang Publik: Esei-Esei Kajian Budaya dan Media. Yogyakarta: Jalasutra;
- Fahri, M, dan Zainuri, A. (2020). Moderasi Beragama Di Indonesia. *Intizar* 25 (2), 95-100;
- Fuller, S. (2018). *Post Truth: Knowledge as Power Game*. London: Anthem Press;
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-centered Society. *Japan Spotlight*, 8-13;
- Hefni, W. (2020). Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama Di Perguruan Tinggi

- Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Bimas Islam* 13 (1), 1-22;
- Idham. (2019). *Moderasi Beragama dalam Budaya Masyarakat Mandar. Orasi Pengukuhan Professor Riset Bidang Agama dan Masyarakat.* Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI;
- Iqbal, Muhammad. 2016. *Komunitas Jalan Roda.* Jateng: Oase Pustaka;
- Ishak, F.E. (2019). *Moderasi Beragama di Indonesia: Akar dan Model. Moderasi Beragama Jihad Menyelamatkan Umat dan Negeri dari Bahaya Hoax.* Jakarta: PSN Nusantara Press;
- Ghazali, A., Husni, D., Mawarti, S., Masbukin, Nuh.Z.M., (2022). *Pola Interaksi Dan Penyebaran Moderasi Beragama Studi di Kota Bagansiapi-api, Kabupaten Rokan Hilir. Toleransi: Media Komunikasi umat Beragama* 14 (1), 58-70;
- Hamid, A. (2017). *Pendidikan Karakter Berbasis Pesantren: Pelajar dan Santri dalam Era IT dan Cyber Culture.* Imtiyaz;
- Kosim, M. (2018, Oktober 24). *Santri Milenial.* Harian Padang Ekspres
- Kumalanigrum, F., Widajanti, E., Sutarno. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Konsumen CS Kopi Tubruk Surakarta).* *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 16(2), 226-233;
- Kusnandar, N (2021). *Komunikasi Dakwah Penyuluh Agama Islam Dalam Memberikan Pemahaman Moderasi Beragama.* *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2 (2) 217-241;
- Mubarog, H., Astutik, M.P. (20220). *Inovasi Kebijakan Program Santri Milineal Centre (SiMaC) Dalam Upaya Pendukung Ekonomi Rakyat Di Kota Probolinggo.* *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1 (3), 371-378;
- Mas'ud, A. (2018). *Strategi Moderasi Antarumat Beragama.* Jakarta: Kompas;
- Muthohirin, N. (2015). *Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial.* *Afkaruna: Indonesia Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 11(2), 240-259;
- Muttaqin, A. (2012). *Agama dalam Representasi Ideologi Media Massa.* *Jurnal Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6 (2);
- Nurikhsan, F., Indiranie, W.S., Safitri, D. (2019). *Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja.* *Widya Komunika* 9 (2), 137-144;
- Nurkhoiron, N. (2020). *Liberalisasi Sebagai Moderasi Islam Dalam*

- Masyarakat Paska Sekuler. *Mimikri* 6 (1) 1-16;
- Nurjanah, E., Rusmana, A., & Yanto, A. (2017). Hubungan Literasi Gigital dengan Kualitas Penggunaan E-Resources. *Jurnal Lentera Pustaka*, 3(2);
- Paridi, S.R. (2020). Strategi Dakwah di Kedai Kopi dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman pada Generasi Milenial di Kota Bandung. *Jurnal Revolusi Industri* 1 (1), 59-73;
- Pereira, A. G., Lima, T. M., & Charrua-santos, F. (2020). Industry 4.0 and Society 5.0: Opportunities and Threats. *International Journal of Recent Technology and Engineering* 8(5), 3305–3308;
- Purwasih, A dan Lisdiana, A. (2022). Secangkir Kopi: Potret Antara Kearifan Lokal dan Gaya Hidup Masa Kini. *Social Pedagogy: Journal of Social Science Education* 3(2), 161-171;
- Rozi, S. (2019). Pendidikan Moderasi Islam KH. Asep Saifuddin Chalim; Mencegah Radikalisme Agama dan Mewujudkan Masyarakat Madani Indonesia. *TARBIYA ISLAMIA: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 8(1), 26-43;
- Safitri, D (2019). Wacana Pedagogi Islam Nusantara. Oase Pustaka;
- Sahal, A., & Aziz, M. (Ed.). (2016). Islam dan Akulturasi Budaya. Dalam *Islam Nusantara: Dari Ushul Fiqh Hingga Paham Kebangsaan*. Mizan;
- Setiawan, H.CB., Komara, B.D. (2020). The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis? *Jurnal Riset Entrepreneurship* 3 (1), 26-32;
- Setyaningsih. (2019). Model Penguatan E-dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online. *Tsaqofah* 15(1), 67–82;
- Sumarto, S. (2021). Implementasi Program Moderasi Beragama Kementerian Agama RI. *Jurnal Pendidikan Guru* 3(1), 1-11;
- Syafril, R.A. (2022). [Santri, Kopi, dan Literasi - معهد دار النون الإسلامي \(darunnun.com\)](https://www.darunnun.com);
- Syahputra, M.C. (2020). Jihad Santri Millenial Melawan Radikalisme Di Era Digital: Studi Gerakan Arus Informasi Santri Nusantara Di Media Sosial. *Jurnal Islam Nusantara* 4 (1), 69-80;
- Syahputra, M. C. (2018). AIS Nusantara Gelar Kopdarnas Keempat di Purworejo. NU Online. <https://www.nu.or.id/post/read/92098/ais-nusantara-gelar->

kopdarnas-keempat-di-purworejo;

- Syuhudi, M.I. (2020). Warung Kopi Jalan Roda; Merekam Ingatan Kolektif Dan Merawat Toleransi Mimikri 6 (1), 96-112;
- Tamam, B. (2015). Pesantren, Nalar dan Tradisi: Geliat Santri Menghadapi ISIS, Terorisme, dan Transnasionalisme Islam. Pustaka Pelajar;
- Wahidah, I. A. (2017). Tabayyun di Era Generasi Millennial. Jurnal Living Hadis, 2(1);
- Warsah, I., Masduki, Y., Imron, Daher, M., & Morganna, R. (2019). Muslim minority in Yogyakarta: Between social relationship and religious motivation. Qudus International Journal of Islamic Studies 7(2), 367–398;
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. Jurnal Islam Nusantara, 03(02);
- Widodasih, R.R. W.K. Rochayata, K.S.B., Yusmidarina. (2021). Pengaruh Atmosphere Cafe Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Pelita Ilmu 15 (1), 1-6;
- Zamimah, I. (2018). Moderatisme Islam dalam Konteks Keindonesiaan. Al-Fanar, 1(1), 75-90.