

Efektivitas Kampanye Moderasi Beragama Berbasis *WhatsApp Group* pada Masyarakat Desa

Sholeh Utomo¹, Dafis Heriansyah², Adzkiya Zayyan Mauizah³, Devi Rizki Apriliani⁴, Idrus Ruslan⁵

^{1,5}Program Studi Agama-Agama, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

²Program Studi Ilmu Hadits, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

³Program Studi Sejarah Peradaban Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

⁴Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

sholehtomo00@gmail.com, dafisdjuni28@gmail.com,
adzkiyazayyanm@gmail.com, devirizkyapriliani@gmail.com,
idrus.ruslan@radenintan.ac.id

Abstract

This study aims to discuss the effectiveness of WhatsApp Group-based religious moderation campaigns in rural communities. This research departs from the phenomenon of religious moderation campaigns/symbols using WhatsApp Group (WAG) which occurred in Padang Rejo Village, Pagelaran District, Pringsewu Regency, Lampung Province. This study uses a descriptive-qualitative method through a field study approach (field research). The results and discussion of this study indicate that the WhatsApp Group (WAG)-based religious moderation campaign is fairly effective. The factors that drive this effectiveness are: first, the use of the WhatsApp application is a daily activity for citizens to communicate with one another; second, the public's lack of understanding in sorting and selecting information on social media, especially the content of religious lectures, thus requiring guidance and control from religious leaders; third, it would be very dangerous if the people of origin took or listened to lectures that smelled of radicalism and fanaticism; Fourth, the existence of religious leaders who choose content that is worthy of being listened to by the public will guarantee public understanding in the right direction in religion, namely being moderate. This study also recommends religious leaders or village heads as a solution to the campaign of religious moderation in village communities.

Keywords: Campaign; Religious Moderation; Villagers; WhatsApp Groups.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas efektivitas kampanye moderasi beragama berbasis *WhatsApp Group* pada masyarakat desa. Penelitian ini berangkat dari fenomena kampanye/syiar moderasi beragama menggunakan *WhatsApp Group* (WAG) yang terjadi di Desa Padang Rejo Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif melalui pendekatan studi lapangan (*field research*). Hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye moderasi beragama/syiar agama berbasis *WhatsApp Group* (WAG) terbilang efektif dilakukan. Faktor yang mendorong keefektivitasan tersebut adalah: *pertama*, penggunaan aplikasi *WhatsApp* menjadi aktivitas sehari-hari warga untuk berkomunikasi satu dengan lainnya; *kedua*, ketidakpahaman masyarakat dalam memilah dan memilih informasi di sosial media terutama konten ceramah agama, sehingga butuh bimbingan dan pengendalian dari tokoh agama; *ketiga*, akan sangat berbahaya jika masyarakat asal mengambil atau mendengarkan ceramah-ceramah yang berbau radikalisme dan fanatisme; *keempat*, adanya tokoh agama yang memilih konten-konten yang layak didengarkan oleh masyarakat akan menjamin pemahaman masyarakat ke arah yang benar dalam beragama, yaitu bersikap moderat. Penelitian ini juga merekomendasikan kepada tokoh agama atau kepala desa sebagai solusi kampanye moderasi beragama pada masyarakat desa.

Kata Kunci: Kampanye; Masyarakat Desa; Moderasi Beragama; WhatsApp Group.

Pendahuluan

Masyarakat Indonesia yang multikultural, sikap keberagamaan yang eksklusif, yang hanya mengakui keabsahan dan keselamatan secara satu sisi, tentu dapat menyebabkan kontroversi antar kelompok agama (Akhmadi, 2019). Kemajemukan menjadi rahmat tersendiri jika dijalankan dengan baik, menjadi kekhasan dan kekuatan, namun heterogenitas tersebut bisa melahirkan tantangan jika tidak disikapi dengan cakap dan arif, dapat membuat bahaya perpecahan dan konflik yang dapat mengoyak keamanan sosial masyarakat (Akhmadi, 2019).

Agama sebagai sentral spiritual hakikatnya menjadi pemersatu yang merukunkan umat manusia, bukan menjadi pemicu perpecahan. Berulang kali agama dipolitisasi dengan tujuan memaksa timbulnya pemahaman yang sama terhadap ajaran agama, sehingga berkembang sikap eksklusif yang akhirnya memunculkan pertentangan dan perpecahan antar umat beragama (Wibowo, 2019). Oleh karena itu, moderasi beragama bukanlah pilihan melainkan sebuah kewajiban untuk diaplikasikan di Indonesia. Moderasi beragama menghasilkan keserasian dalam praktik beragama dan dapat menjauhkan diri dari sikap berlebihan, fanatik, dan revolusioner dalam beragama (Hamdi et al., 2021).

Pluralitas di negeri ini dipastikan dapat berkembang dengan terciptanya moderasi beragama. Hal tersebut disebabkan faktor kultur masyarakat yang beragam sehingga cocok untuk diterapkan di Indonesia. Seperti pada ajaran agama Islam, terdapat penjelasan konsep mengenai *washatiyah* yang bermakna sepadan atau sama dengan *tawasuth* yang memiliki arti tengah-tengah, *i'tidal* yang memiliki arti adil, dan *tawazun* yang memiliki arti berimbang (Pratiwi et al., 2021). Mas'ud Halimil (Wibowo, 2019) dalam rapat koordinasi penanggulangan radikalisme yang dilaksanakan oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) menyebutkan bahwa, pemahaman keagamaan masyarakat ada pada level "waspada" (66,3%). Sedangkan, pada kalangan mahasiswa berada pada level "hati-hati" (20,3%). Menurut Masykuri Abdullah (Hamdi et al., 2021), moderasi beragama menjadi siasat terwujudnya kerukunan dan toleransi antar umat beragama. Oleh karena itu, dengan adanya moderasi beragama umat beragama dapat menerima perbedaan dan saling menghormati sehingga dapat hidup dengan rukun dan harmonis.

Dalam meneguhkan moderasi beragama terdapat tiga strategi primer, yaitu: *pertama* pelebagaan terkait moderasi beragama dalam strategi dan program yang mengikat; *kedua* sosialisasi terhadap gagasan, interpretasi, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat; *ketiga* mengkonsolidasi rumusan kedalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020 sampai tahun 2024 (Pratiwi et al., 2021).

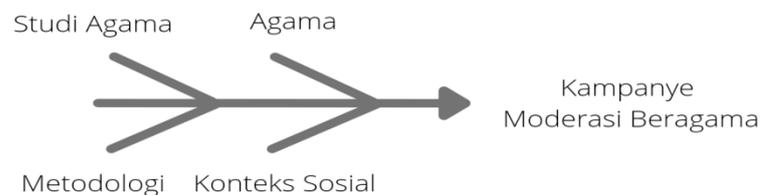
Desain gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap ide, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat dikerjakan dengan melakukan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Pada saat ini, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sudah banyak digunakan oleh masyarakat pedesaan. Hal ini disebabkan akses internet yang saat ini sudah dapat diakses di berbagai daerah (Madonna, 2021). Kampanye tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Karena saat ini, media sosial menjadi tempat yang sering dikunjungi masyarakat

Indonesia untuk belajar lebih banyak tentang agama. Media sosial sendiri merupakan inovasi teknologi informasi yang populer digunakan saat ini. Dengan pemakaian media sosial, seseorang dapat dimudahkan untuk mencari informasi dengan sangat luwes dan fleksibel (Pratiwi et al., 2021).

Berkaitan dengan hal di atas, terdapat sebuah fenomena yang cukup unik yang terjadi di tengah masyarakat Desa Padang Rejo Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Fenomena tersebut adalah sebuah gerakan kampanye ajaran agama moderat yang digagas oleh tokoh agama setempat dengan memanfaatkan popularitas media sosial *WhatsApp*. Berlatar penyebaran Covid-19 yang memaksa masyarakat banyak menghabiskan waktunya di rumah dan juga kebutuhan belajar bagi anak-anaknya secara *daring* (dalam jaringan), maka masyarakat dituntut untuk memiliki *gadget* sekaligus sering mengunjungi *WhatsApp Group* (WAG) guna mendampingi anak-anaknya belajar. Karena hal tersebut, tokoh agama Desa Padang Rejo membuat inisiatif untuk melakukan gerakan kampanye moderasi beragama melalui WAG (Observasi pada bulan Agustus 2021).

Permasalahan utama pada penelitian ini adalah terdapat efektivitas kampanye moderasi beragama berbasis *WhatsApp Group* pada masyarakat desa. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana efektivitas kampanye moderasi beragama berbasis *WhatsApp Group* pada masyarakat desa. Penelitian ini bertujuan untuk membahas efektivitas kampanye moderasi beragama berbasis *WhatsApp Group* pada masyarakat desa. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pengayaan khazanah pengetahuan Islam berkaitan tentang studi agama tentang efektivitas kampanye moderasi beragama berbasis *WhatsApp Group* pada masyarakat desa. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam penerapan kampanye moderasi beragama di Indonesia.

Bagan 1. Kerangka Berpikir



Sebagai alur logis berjalannya penelitian ini perlu dirancang kerangka berpikir. Seperti yang tampak pada Bagan 1, kerangka berpikir dimulai dengan studi agama. Studi agama merupakan disiplin keilmuan yang menyanggah beragam metodologi (Zarkasi, 2016). Metodologi berhubungan dengan proses-proses kognitif yang dituntut oleh problematika yang muncul (Zarkasi, 2016). Agama sebagai sentral spiritual pada hakikatnya menjadi pemersatu yang merukunkan umat manusia, bukan menjadi pemicu perpecahan. Seringkali agama dipolitisasi dengan tujuan memaksa lahirnya pemahaman yang sama terhadap ajaran agama, sehingga berkembang sikap eksklusif (Wibowo, 2019). Secara eksplisit, bahwa kampanye moderasi beragama harus menjadi gerakan yang diaplikasikan secara sinergis dan masif di media sosial (Wibowo, 2019). Strategi gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap ide, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat diaplikasikan dengan melakukan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Dengan demikian, melalui kampanye media sosial dapat dipastikan penyebaran moderasi beragama berjalan efektif (Hamdi et al., 2021).

Penelitian terdahulu telah membicarakan pemanfaatan media sosial, tetapi terkait kreativitas layanan di perpustakaan (Utomo, 2019). Juga ditemukan berbagai penggunaan media sosial terkait moderasi beragama di Indonesia (Novia dan Wasehudin, 2020; Pratiwi et al., 2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pemilihan media sosial tertentu yakni WhatsApp sebagai media kampanye moderasi beragama yang diterapkan di masyarakat desa.

Penelitian mengenai kampanye moderasi beragama sudah dilakukan oleh beberapa ahli. Utomo (2019), "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreativitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi," *Jurnal Tik Ilmeu*. Penelitian ini membahas adanya kelebihan penggunaan media sosial dibandingkan media lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan lebih dibandingkan media lain dalam membantu perpustakaan dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna. Dengan adanya media sosial juga dapat mendorong pustakawan untuk berinovasi dan meningkatkan kreativitas membuat layanan baru yang sebelumnya belum terdapat di perpustakaan (Utomo, 2019). Novia, Washilatun dan Wasehudin W. (2020), "Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Moderasi Beragama di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang," *Hanafiya: Jurnal Studi Agama-Agama*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan observasi dan wawancara sebagai teknik yang digunakan untuk pengumpulan datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang aktif

dan masif untuk bertukar informasi membutuhkan sikap yang bijak dalam merespon informasi yang diterima. Sikap bijak meliputi sikap tidak ekstrim, toleran, dan moderat. Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat membuat pihak seperti pemuka agama, tenaga pendidik, publik figur, bahkan masyarakat diharapkan mampu menyebarkan dan mengedukasi paham moderasi beragama kepada masyarakat seperti kajian dan ceramah, konten edukasi milenial, dan komik edukasi melalui media sosial (Novia dan Wasehudin, 2020). Pratiwi et al. (2021), "Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram dan Tik-Tok)," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah deskriptif kualitatif dikombinasikan dengan penelitian kajian literatur terhadap sumber dan artikel terkait, pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi lapangan, dengan fokus kajian pada konten instagram dan tik-tok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menguatkan moderasi beragama dapat dilakukan dengan berbagai strategi, salah satu strateginya adalah sosialisasi terhadap gagasan, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dengan memanfaatkan kepopuleran layanan jejaring media sosial Instagram dan Tik-tok diharapkan kampanye terhadap gerakan moderasi beragama dapat diterima secara baik oleh masyarakat (Pratiwi et al., 2021).

Sebagai landasan teoritis penelitian ini, maka dibutuhkan suatu tinjauan pustaka. Moderasi beragama merupakan sebuah jalan tengah di tengah heterogenitas agama di Indonesia (Akhmadi, 2019). Moderasi adalah budaya Nusantara yang berjalan seiring, dan tidak saling menyangkal antara agama dan kearifan lokal (local wisdom), tidak saling mempertentangkan namun mencari solusi dengan penuh toleran (Akhmadi, 2019). Agama menjadi landasan hidup dan penyelesaian jalan tengah (the middle path) yang adil dalam menghadapi problematika hidup dan kemasyarakatan, agama menjadi kacamata dan pedoman yang sepadan antara urusan dunia dan akhirat, akal dan hati, pikiran dan norma, idealisme dan fakta, individu dan masyarakat (Akhmadi, 2019). Menurut Naimah (Hamdi et al., 2021), strategi gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap ide, pengertian, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat diaktualisasi dengan melaksanakan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Kampanye sendiri merupakan bentuk dari komunikasi yang menyanggah sifat verbal dan nonverbal yang berbentuk pesan yang disampaikan dalam rupa gambar dan video yang dapat tersampaikan dengan baik kepada pemakai lainnya (Pratiwi et al., 2021). Charles U. Larson membagi kampanye menjadi beberapa jenis sesuai dengan fungsinya, yaitu; 1) candidate-oriented; 2) product-oriented; dan 3) ideologically-oriented (Pratiwi et al., 2021). Dalam

kampanye moderasi beragama memanfaatkan media sosial mempunyai pengaruh yang sangat efisien. Natalie Stroud (Hamdi et al., 2021) mengungkapkan bahwa peran media adalah untuk mencuri perhatian dari pengguna yang menggunakan media sosial lewat konten-konten yang telah dialokasikan dalam media sosial.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif melalui pendekatan studi lapangan (field research). Penelitian metode kualitatif dan pendekatan studi lapangan digunakan untuk mempertimbangkan tujuan penelitian (Pratiwi et al., 2021), yaitu mengetahui efektivitas kampanye moderasi berbasis *WhatsApp Group*. Jenis data pada penelitian ini merupakan data kualitatif dan sumber data meliputi primer dan sekunder. Sumber data primer diambil dari lapangan, sedangkan sumber data sekunder dikutip dari sumber kepustakaan meliputi artikel jurnal, buku, dokumen hasil penelitian, dan lain-lain terkait kampanye moderasi beragama melalui media (Hamdi et al., 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Teknik analisis data dilakukan melalui inventarisasi, klasifikasi, dan interpretasi. Penelitian dilaksanakan di Desa Padang Rejo Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung pada Agustus 2021.

Hasil dan Pembahasan

1. Moderasi Beragama dan Urgensi Kampanye di Media Sosial

Kementerian Agama gencar menggalakan moderasi beragama belakangan tahun terakhir. Tujuannya adalah memberikan pemahaman dan edukasi agar ajaran agama dijalankan dengan adil (tidak ekstrim). Program moderasi tersebut sudah mulai terlihat dan terasa dampaknya. Walaupun demikian, gejala timbulnya konflik internal dalam satu umat beragama masih kerap terjadi (Syatar et al., 2020).

Moderasi beragama memiliki arti pengurangan kekerasan dan menghindari ekstremisme. Kata moderat dalam bahasa Arab dikenal dengan al-Wasathiyah sebagaimana tersurat dalam QS. al-Baqarah [2] : 143. Kata al-Wasath bermakna terbaik dan paling sempurna. Dalam hadis yang juga dijelaskan bahwa sebaik-baik persoalan adalah yang berada di tengah-tengah (Akhmadi, 2019). Hashim Kamali (Sutrisno, 2019) menegaskan bahwa moderate, tidak dapat dilepaskan dari dua kata kunci lainnya, yakni berimbang (*balance*), dan adil (*justice*). Moderat bukan berarti kita kompromi dengan prinsip-prinsip pokok (ushuliyah) ajaran agama yang diyakini demi bersikap toleran kepada umat agama lain; moderat berarti "... *confidence, right balancing, and justice...*"

Menurut Masykuri Abdillah, moderasi beragama menjadi syarat terwujudnya kerukunan dan toleransi antar umat beragama. Dengan

moderasi beragama, umat beragama dapat menerima keberagaman dan saling menghormati sehingga dapat hidup dengan damai. Karena hal tersebut, moderasi beragama bukanlah pilihan melainkan sebuah kewajiban untuk diaplikasikan di Indonesia (Pratiwi et al., 2021).

Salah satu di antara ulama yang banyak menjelaskan tentang moderasi adalah Yusuf al-Qaradhawi. Beliau adalah seorang tokoh Islam moderat dan sangat kritis terhadap pemikiran Sayyid Quthb, yang dianggap menginspirasi munculnya radikalisme dan ekstrimisme serta paham yang menuduh kelompok lain sebagai *thâghût* atau kafir takfiri. Beliau mengatakan bahwa rambu-rambu moderasi ini, antara lain: 1) pemahaman Islam secara komprehensif; 2) keseimbangan antara ketetapan syari'ah dan perubahan zaman; 3) dukungan kepada kedamaian dan penghormatan nilai-nilai kemanusiaan; 4) pengakuan akan keberagaman agama, budaya dan politik; dan 5) pengakuan terhadap hak-hak minoritas (Sutrisno, 2019).

Permasalahan moderasi (*wasathiyyah*) bukan sekedar kasus atau kepentingan masing-masing individu saja, namun juga merupakan bagian dari urusan publik terutama bagi umat dan masyarakat. Setiap elemen masyarakat seharusnya bekerja sama menciptakan suasana beragama yang moderat dan santun. Terlebih belakangan ini, ketika beragam persepsi bebas masuk dan mempengaruhi sikap yang semakin ekstrim. Mereka menunjukkan beragam sikap beragama dengan dalil-dalil yang diinterpretasikan sangat jauh dari esensi ajaran Islam yang sebenarnya. Beranjak dari fenomena tersebut, semua pihak mengakui perlunya moderasi, namun problematikanya adalah tentang makna, tujuan, dan implementasinya yang masih samar di lingkungan masyarakat. Inilah alasan kenapa perlu dilakukannya sebuah gerakan untuk menyebarkan paham moderasi pada masyarakat, sehingga pemikiran-pemikiran ekstrim dalam beragama dapat ditekan dan dicegah.

Menurut Naimah (Hamdi et al., 2021), strategi gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap ide, pengertian, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat diaktualisasi dengan melaksanakan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Kampanye tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Di mana pada saat ini media sosial menjadi tempat yang sering dikunjungi masyarakat Indonesia untuk belajar lebih banyak tentang agama. Media sosial saat ini digunakan sebagai alat untuk bermacam kebutuhan yang tidak terpisahkan dari berbagai bidang kehidupan. Hal ini dibuktikan dengan semakin maraknya pengguna media sosial. Sejatinya ada bermacam-macam manfaat media sosial salah satunya untuk menyampaikan pesan-pesan penting secara mudah dan cepat.

Sebuah penelitian terdahulu menyebut bahwa media sosial hakikatnya dapat dijadikan ruang untuk menyebarkan pesan-pesan apa saja, salah satunya pesan moderasi beragama. Misalnya, dengan ikut andil dalam memposting pesan-pesan yang mendidik dan menyeru kepada kebajikan, indikasi pesan tersebut dapat dalam bentuk tertulis, melalui ilustrasi gambar atau video edukasi yang tidak memakan durasi panjang. Tindakan-tindakan sederhana ini setidaknya sebagai usaha dalam mengisi kekosongan konten moderasi yang sejatinya hadir di media sosial.

Selain itu, cakupan media sosial yang luas membuatnya menjadi ruang yang efektif dalam mengkampanyekan pesan-pesan kebaikan. Bahkan, sebuah penelitian terdahulu menyebut bahwa saat ini, fenomena cyberreligion (mengaji agama di internet) terus dilakukan seiring dengan bertumbuhnya dakwah melalui media online. Media sosial sendiri merupakan inovasi teknologi informasi yang populer digunakan saat ini. Dengan pemakaian media sosial seseorang dapat dimudahkan untuk mencari informasi dengan sangat cepat dan fleksibel. Dengan demikian, kampanye moderasi beragama di media sosial begitu fundamental dan sangat diperlukan.

2. Bentuk Kampanye Moderasi Beragama Berbasis *Whatsapp* di Desa Padang Rejo

Kehadiran media sosial (social media) telah membawa dampak yang relevan bagi pertumbuhan budaya komunikasi dan interaksi masyarakat di ruang publik. Interaksi antar masyarakat tidak lagi tersambung secara nyata, tetapi juga tersambung secara maya (artificial) melalui teknologi digital. Masyarakat nyata adalah kehidupan masyarakat yang secara inderawi tersambung secara langsung melalui interaksi sosial secara tatap muka. Sedangkan, masyarakat maya adalah kehidupan masyarakat yang tidak dapat ditangkap oleh inderawi secara langsung, tetapi dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah kenyataan yang terhubung oleh teknologi digital (Wibowo, 2019).

WhatsApp menjadi salah satu media yang digunakan dengan aplikasi yang tak hanya sekedar dalam bentuk text atau tulisan, aplikasi WhatsApp juga menyuguhkan layanan mengirim nomor kontak, pengiriman gambar yang dapat diedit, audio, video call yang dapat dilakukan dalam grup atau secara personal, juga dapat mengirimkan dokumen dalam bentuk word, excel maupun pdf, serta mengirimkan lokasi dengan GPS atau Gmaps (Rahman dan Maududi, 2020).

Kemudahan dan banyaknya reparasi yang disediakan WhatsApp membuat banyak orang menggunakan layanan ini apalagi nomor WhatsApp dapat disesuaikan dengan nomor handphone sehingga lebih praktis. Kelebihan WhatsApp yang lain ada dapat mengirimkan pesan secara langsung atau banyak pesan yang dikirim dalam satu waktu

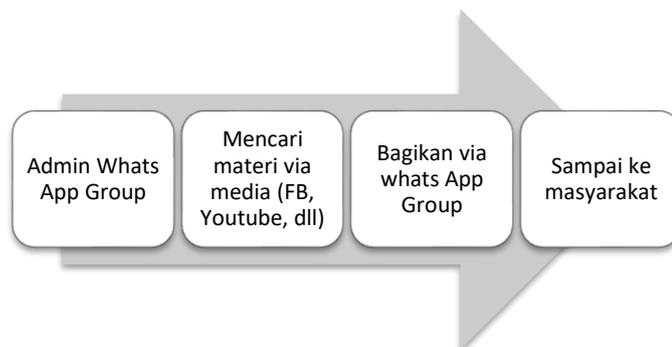
(Broadcast), dengan jumlah anggota group sebanyak 256 orang jumlah yang cukup banyak memudahkan untuk dapat mengirim pesan ke banyak orang (Rahman dan Maududi, 2020).

Berlatar belakang pandemi Covid-19 yang mengharuskan pemerintah merubah sistem belajar tatap muka di sekolah menjadi sistem belajar dalam jaringan (daring), maka masyarakat dituntut untuk memiliki alat komunikasi yang mendukung berupa gadget / smartpone. Hal inilah yang kemudian mendorong masyarakat di desa harus beradaptasi dan mempelajari penggunaan gadget terutama penggunaan sosial media berupa WhatsApp. WhatsApp menjadi aplikasi nomor wahid di masa pandemi dikarenakan para orang tua harus mendampingi anak-anaknya belajar secara daring. Dari situlah yang kemudian membuat WhatsApp begitu populer di masyarakat desa terutama Desa Padang Rejo.

Dalam pemanfaatannya, Kepala Desa Padang Rejo, Bapak Darmanto membuat sebuah grup yang memuat seluruh warga masyarakat desa dengan nama "Grup Induk Warga Padang Rejo" yang bertujuan untuk menyampaikan informasi aktual ke masyarakat. Hal ini juga yang kemudian dimanfaatkan untuk mengkampanyekan ajaran agama yang moderat mengingatkan masyarakat yang belum memahami ajaran agama Islam secara benar. Selain itu, diadakannya aktivitas ini juga karena 100% masyarakat Desa Padang Rejo memeluk agama Islam.

Penggunaan media *WhatsApp Group* (WAG) merupakan sebuah inovasi yang efektif untuk menyebarkan edukasi kepada masyarakat desa. Sudah semestinya tokoh agama mampu membaca kondisi masyarakat dan kemudian membuat gagasan yang efektif untuk kemajuan masyarakat tersendiri. Berdasarkan data observasi yang dilakukan, skema penggunaan media WAG yang digunakan dalam mengkampanyekan moderasi beragama di Desa Padang Rejo disajikan dalam Bagan 2.

Bagan 2. Skema Kerja



Pertama, admin grup yang merupakan tokoh agama dan kepala desa mengatur sistem grup (menutup percakapan grup) ketika sedang mengirim video atau poster terkait konten-konten ajaran agama. Maksudnya, agar pesan yang disampaikan tidak tertimbun oleh pesan anggota grup sehingga terbaca oleh masyarakat. Kemudian setelah beberapa jam atau diwaktu tertentu, admin akan membuka kembali percakapan grup.

Kedua, konten-konten yang dikirimkan adalah video-video ceramah/nasihat dari tokoh terkenal yang diambil dari media sosial lainnya seperti Tik-Tok, Youtube, dan lainnya yang menjadi daya tarik masyarakat. Ataupun, berupa poster-poster yang memuat edukasi moderasi beragama yang dapat diambil dari Google, Instagram, Facebook, dan sosial media lainnya.

Ketiga, selain mengirimkan konten-konten di atas, pemuka agama atau kepala desa juga memperbolehkan warganya yang berpendidikan agama (pemuda-pemudi pesantren) untuk mengirimkan konten-konten syiar agama yang moderat. Kemudian, juga memberikan himbuan kepada masyarakat agar dapat memilah informasi-informasi yang datang dari sosial media, artinya tidak menerima informasi secara mentah-mentah.

3. Efektivitas Kampanye Moderasi Beragama Berbasis *WhatsApp*

Pada saat ini, di mana masyarakat semakin hari semakin sibuk dengan pekerjaan dan urusan masing-masing, pertemuan keluarga atau forum tertentu sangat susah dilakukan. Selain karena kesibukan, juga karena masa pandemi yang belum juga usai. Maka daripada itu, keuntungan untuk bergabung dalam sebuah grup *WhatsApp* adalah untuk mempererat silaturahmi dan memudahkan menerima informasi (Prasanti dan Indriani, 2017).

Untuk mengetahui efektivitas penggunaan WAG dalam menyebarkan moderasi beragama pada masyarakat Desa Padang Rejo, maka peneliti melakukan wawancara terhadap admin grup selaku penyebar konten-konten yaitu Bapak S (tokoh agama) dan dua orang masyarakat selaku anggota grup yaitu Ibu W dan Ibu F.

Dalam WAG terjadi banyak interaksi yang dilakukan yang meliputi obrolan warga; penyebaran berita desa; informasi seputar pertanian, siskamling, kesehatan, dan lainnya; dan pengiriman konten-konten ceramah, siraman rohani, dan pesan-pesan singkat yang mengarah pada kampanye moderasi beragama.

Berdasarkan hasil wawancara terstruktur yang dilakukan peneliti terhadap narasumber, terkait efektivitas kampanye syiar ajaran agama moderat yang dilakukan dengan WAG sebagai media kampanye pada masyarakat desa, didapatkan data sebagai berikut: kegiatan wawancara

dilakukan terhadap tiga narasumber yaitu Bapak S selaku penggagas ide kampanye moderasi beragama di WAG, Ibu W dan Ibu F selaku masyarakat; narasumber diberikan pertanyaan seputar motif adanya kampanye moderasi beragama di WAG, konten yang dikirimkan di grup, antusias warga, dan dampak yang dirasakan terkait kampanye moderasi beragama dalam WAG.

Hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap narasumber kemudian dipaparkan dalam bentuk paragraf narasi deskriptif. Bapak S selaku tokoh agama yang menjadi motor pengiriman konten-konten ajaran Islam moderat memberikan jawaban gamblang terkait pertanyaan tentang latar belakang dibuatnya grup untuk syiar moderasi beragama. Menurutnya kegiatan kampanye moderasi di Desa Padang Rejo merupakan tindakan pasca diadakannya pengarahan kampanye moderasi beragama oleh Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Pagelaran tahun 2019. *"Jadi kegiatan ini adalah inisiatif dari saya pribadi selaku tokoh agama desa. Ceritanya di tahun 2019 itu ada kumpulan di KUA kecamatan yang intinya kita sebagai tokoh agama harus bisa mengedukasi masyarakat terkait ajaran agama yang moderat, karena akhir-akhir ini banyak penyelewengan ajaran agama terutama di internet. Jadi, dengan adanya grup induk di WhatsApp dan rame sekali antusias warga di grup, maka kenapa tidak."*

Selain itu pertanyaan yang diajukan adalah tentang konten yang dibagikan dalam grup. Terkait pertanyaan tersebut narasumber mengatakan bahwa *"Kalau saya biasanya mengambil dari video-video di Youtube, gambar-gambar di Facebook, dan yang sering itu malah video-video di Tik-Tok, karena saya juga senang buka-buka Tik-Tok itu kan, pokoknya milenial banget lah, dan warga malah antusias sekali. Sering saya itu lihat di status mereka itu kan, terutama ibu-ibu. Jadi ketika saya kirim video Tik-Tok itu tidak lama pasti langsung di share oleh mereka."* Lalu untuk tokoh ulama atau ustad yang sering dibagikan, narasumber menjawab, *"kalau ustadnya itu adalah ustad-ustad atau kyai yang ajarannya gak fanatik dong, saya biasanya mengambil ceramahnya Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Kyai Anwar Zahid, dan Gus Baha. Itu yang sering saya download terus saya share."*

Syiar moderasi beragama melalui grup Whats App pun berjalan dengan efektif, sebagaimana yang diungkapkan narasumber. *"Kalau dibilang efektif ya saya rasa efektif banget ya, karena ceramah-ceramah agama itu sangat jarang diadakan disini, ada pengajian itu hanya seminggu sekali dan itu hanya ibu-ibu yang sempat saja yang hadir. Ada pengajian lagi itu paling kalau ada hari-hari besar seperti Maulid Nabi atau Isra' Mi'raj. Nah, kalau sekarang kan masyarakat lebih sering pakai WhatsApp, jadi dengan adanya kegiatan seperti ini masyarakat bisa belajar agama setiap hari tanpa harus menunggu waktu-waktu pengajian. Jadi, acara ini bisa dikatakan pengajian online lah. Dan karena konten yang dikirim adalah kebanyakan ceramah ustad-ustad yang sedang populer jadi masyarakat senang bener menshare, dan kadang juga ada warga yang*

ngirim ceramah-ceramah serupa. Terkadang ibu-ibu ada yang chat langsung ke saya minta kirimin ceramah yang baru. Artinya dari masyarakat juga mendukung adanya kegiatan seperti ini."

Berkaitan dengan tanggapan warga terkait kampanye moderasi beragama di WAG, warga Padang Rejo juga merasa senang dan antusias dengan adanya pengiriman video-video di WAG. Hal ini seperti diungkapkan oleh Ibu W sebagai narasumber. *"Saya malah senang Mas, kalau sekarang kan jarang sekali ada pengajian, apalagi ada corona kan. Saya itu senang kalok buka WA itu masuk ke grup desa terus nyari ceramah-ceramah. Pak S kan sering tiba-tiba ngasih video ceramah, jadi sambil nyantai kalau pulang dari sawah sambil dengerin ceramah begitu."* Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu F, *"Saya itu baru belajar HP Mas, jadi gak tau apa-apa, taunya ya Cuma WA karena harus ikut sekolah anak saya. Karena corona kan gak ada pengajian tiap Jum'at, jadi Pak S ngasih tau kalau pengajiannya di ganti lewat HP begitu. Jadi saya malah senang denger ceramah yang gak kaku, lucu malahan apalagi kalau yang dikirim ceramahnya Ustad Abdul Somad sama Pak Anwar Zahid, adem dengernya."*

Dari pemaparan yang dikemukakan oleh para narasumber, mereka semua merasakan keefektivitasan bentuk kampanye/syiar agama dengan menggunakan media WAG. Tokoh agama juga mengungkapkan bahwa tidak ada warga yang terlihat tidak suka dengan kegiatan ini. *"...ya buktinya sampai sekarang gak ada warga yang protes, ya mungkin kalau ada yang gak suka hanya beberapa dan diam saja."*

Berdasarkan observasi yang dilakukan di forum WAG melalui salah satu akun WhatsApp milik warga, peneliti juga menemukan keharmonisan dan sikap antusias warga terkait penyebaran konten-konten di WAG. Terkadang para warga meminta video penjelasan terkait hukum-hukum yang asing diketahui seperti hukum gadai tanah, hukum piutang, dan hukum lainnya yang kerap terjadi di masyarakat, seperti sebuah chat di grup dari salah satu warga *"Pak, kirim video ceramah istri harus nurut suami dong."* Dan ada juga respon dari ibu-ibu *"Pak, kirim video ceramah suami harus menyayangi istri dong,"* dan masih banyak lagi respon-respon masyarakat lainnya. Artinya memang kampanye agama di WAG sangat didukung oleh masyarakat Desa Padang Rejo.

Kesimpulan

Dari uraian yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kampanye moderasi beragama/syiar agama berbasis WhatsApp Group (WAG) pada masyarakat desa terbilang efektif dilakukan. Faktor yang mendorong keefektivitasan tersebut adalah: pertama, penggunaan aplikasi WhatsApp menjadi aktivitas sehari-hari warga untuk berkomunikasi satu dengan lainnya; kedua, ketidakpahaman masyarakat dalam memilah dan memilih informasi di sosial media terutama konten

ceramah agama, sehingga membutuhkan bimbingan dan pengendalian dari tokoh agama; ketiga, akan sangat berbahaya jika masyarakat asal mengambil atau mendengarkan ceramah-ceramah yang berbau radikalisme dan fanatisme; keempat, adanya tokoh agama yang memilih konten-konten yang layak didengarkan oleh masyarakat akan menjamin pemahaman masyarakat kearah yang benar dalam beragama, yaitu bersikap moderat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi khazanah keilmuan Islam tentang kampanye moderasi beragama. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di satu lokasi penelitian sehingga dibutuhkan penelitian lebih lanjut ke berbagai lokasi. Penelitian ini juga merekomendasikan kepada tokoh agama atau kepala desa sebagai solusi kampanye moderasi beragama pada masyarakat desa.

Daftar Pustaka

- Akhmadi, A. (2019). Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45-55.
- Hamdi, S., Munawarah, M., dan Hamidah, H. (2021). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1-15.
- Madonna, M. (2021). Pengembangan Sistem Informasi dan Penyuluhan Kesehatan di Pedesaan Memanfaatkan Forum Komunikasi Warga Melalui WhatsApp Group. *Jurnal Care: Jurnal Resolusi Konflik, CSR, dan Pemberdayaan*, 6(1), 74-81.
- Novia, W., dan Wasehudin, W. (2020). Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Moderasi Beragama di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(2), 99-106.
- Prasanti, D., dan Indriani, S. S. (2017). Peristiwa Komunikasi dalam Media Sosial "WhatsApp Group Family SW-6). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Peneltain*, 3(2), 41-50.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., dan Hidayatullah, A. F. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & TikTok) Tafsir UIN Walisongo Semarang. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 83-94.
- Rahman, N., dan Maududi, M. M. (2020). Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Media Komunikasi di Masa Pandemic Covid-19 (Studi pada Komunitas Pita Oren Alumni FISIP UHAMKA). *Utilitas*, 6(2), 26-35.
- Sutrisno, E. (2019). Actualization of Religion Moderation in Education Institutions. *Jurnal Bimas Islam*, 12(2), 323-348.
- Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Haq, I. (2020). Darurat Moderasi Beragama di Tengah Pandemi Corona Virus Desease 2019 (Covid-19). *Kuriositas: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 13(1), 1-13.
- Utomo, R. E. P. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi,

Jurnal Riset Agama, Volume 1, Nomor 3 (Desember 2021): 667-681
Sholeh Utomo, Dafis Heriansyah, Adzkiya Zayyan Mauizah, Devi Rizki
Apriliani, Idrus Ruslan/Efektivitas Kampanye Moderasi Beragama Berbasis
WhatsApp Group pada Masyarakat Desa

Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 3(1), 27-36.

Wibowo, A. (2019). Kampanye Moderasi Beragama di Facebook: Bentuk dan Strategi Pesan. *Edugama: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan*, 5(2), 85-103.

Zarkasi, A. (2016). Ahmad Zarkasi, Metodologi Studi Agama-Agama. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 11(1), 1-16.