STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA DI KOMUNITAS GUS DURIAN UIN WALISONGO SEMARANG

SKRIPSI

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi *Public Relations*

Oleh :

Wardani Oktavia

(2101026164)

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof Dr. Hamka KM 2 (kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan
Telp. (024) 7606405 Semarang 50185
website: fakdakom.walisongo.ac.id. email: fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : -
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah ddan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Wardani Oktavia
NIM : 2101026164
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Judul : **Strategi Kampanye *Public Relations* Dalam Peningkatan Kesadaran Toleransi Antarumat Beragama Di Komunitas Gus Durian Uin Walisongo Semarang**

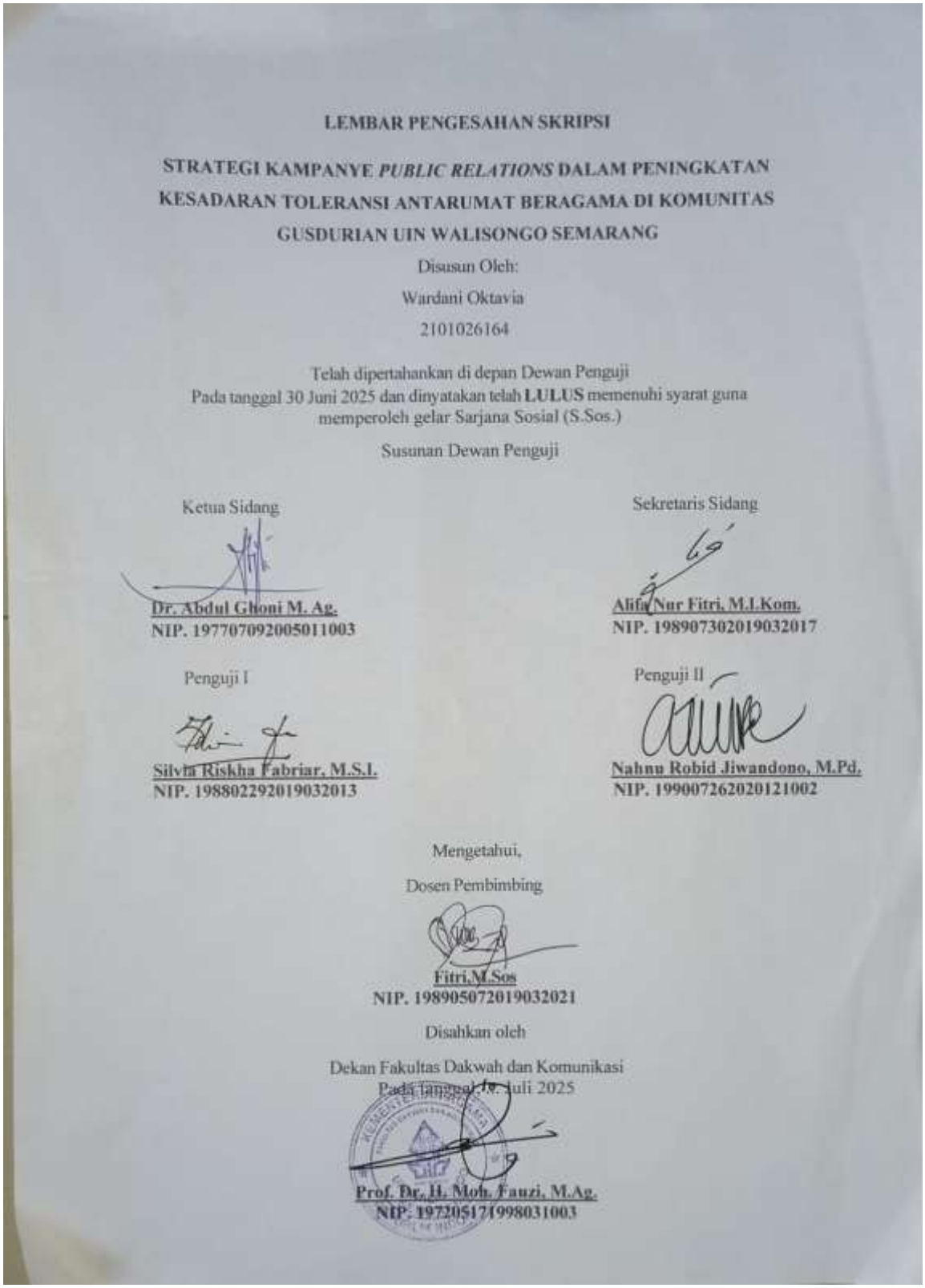
Dengan ini kami setujui, dan mohon agar segera diujikan. Demikian atau perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 20 Juni 2025
Pembimbing,

Fitri, M.Sos
NIP. 198905072019032021

PENGESAHAN



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA DI KOMUNITAS GUSDURIAN UIN WALISONGO SEMARANG

Disusun Oleh:

Wardani Oktavia

2101026164

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 30 Juni 2025 dan dinyatakan telah **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. Abdul Ghoni M. Ag.
NIP. 197707092005011003

Sekretaris Sidang

Alifa Nur Fitri, M.I.Kom.
NIP. 198907302019032017

Penguji I

Silvia Riskha Fabriar, M.S.I.
NIP. 198802292019032013

Penguji II

Nahnu Robid Jiwandono, M.Pd.
NIP. 199007262020121002

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Fitri,M.Sos
NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag.
NIP. 197205171998031003

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Telah tertanda tangan Dibawah ini :

Nama : Wardani Oktavia

NIM : 2101026164

Fakultas : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi (FDK)

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Kosentrasi : Public Relations

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaaan di suatu perguruan tinggi di Lembaga Pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ni saya buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Juni 2025



Wardani Oktavia

NIM: 2101026164

KATA PENGATAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah melimpahkan nikmat yang luar biasa. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan nabi kita nabi Rasulullah Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "Strategi Kampanye *Public Relations* Dalam Peningkatan Kesadaran Toleransi Antarumat Beragama Di Komunitas Gus Durian Uin Walisongo Semarang". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (SI) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan juga penelitian skripsi ini masih ada kekurangan dan hambatan, amun dengan segala sifat baiknya Allah memberikan pertolongan dan bantuan kepada hambanya. Segala bentuk dukungan dan bantuan yang telah diberikan dari berbagi pihak, penulis menyampaikan terimakasih dengan penuh hormat kepada:

1. Kedua Orangtua. Cinta pertamaku ayahanda bapak Wahidi dan pintu surgaku ibunda tersayang ibu Apil yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tulus dan ikhlas dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang diberikan. Beliu memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik untuk putrinya agar memiliki pendidikan yang lebih baik dari mereka. Tidak ada yang dapat penulis berikan kecuali hanya doa-doa yang selalu penulis panjatkan dalam setiap doanya, semoga keduanya selalu diberi kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang berkah oleh Allah Swt. Aamiin. Love You more
2. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Prof Dr. H. Moh Fauzi M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Asep Dadang Abdullah, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Abdul Ghani, M. Ag, selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Walisongo Semarang
6. Ibu Fitri, M.Sos. Selaku wali dosen sekaligus dosen pembimbing yang luar biasa baik dan bersedia meluangan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan

pengarahan dalam penyusunan skripsi ini. Bahagia selalu, ibu fitri, semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keberkahan selalu

7. Segenap dosen, seluruh staff dan civitas akademik serta karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, khususnya Jurusan Pendidikan Agama Islam yang telah membekali ilmu pengetahuan dan motivasi.
8. Kepada Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin dan sangat membantu menfasilitasi dalam melnyelesaikan penelitian ini, tanpa bantuan dari anggota komunitas Gusdurian UIN Walisongo tidak akan selesai dengan apa yang diharapkan.
9. Adik tersayang yang Bernama Wahyu Hanit Imtisal dan Ahmad Kurniawan yang senantiasa mendoakan dan mendukung sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang memberikan bantuan, dorongan, motivasi serta semangat kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Untuk teman seperjuangan ciwi ciwi skripsiku KPI D ami, anipa, alifia, rayi, chumai, anisa, fay, rifa terimakasih telah berjuangan bersama
12. Untuk teman MA ku yang selalu menimba ilmu bersama ditempat yang sama yaitu Fathimah dan Delvia Ulya Qonita terimakasih selalu ada untuk penulis
13. Untuk teman-teman kos Arroyan yaitu selly dan tasya terimakasih telah selalu bersama setiap harinya dan menyaksikan perjuagan penulis dalam membuat skripsi
14. Untuk Mbak-mbakku Mahardika Affifah, Kharisma, dan mba zeny terimaksih sudah selalu membatu penulis dalam bberbagai hal
15. Keluarga KPI D yang selalu membersamai meskipun tidak terlihat dan juga teman-teman KKN MIT Di Desa krompaan Kendal yang selalu memberikan semangat
16. Untuk diriku sendiri karena sudah bertahan sampai sejauh ini dan seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam mengerjakan tugas akhir penelitian.

Semoga Allah Swt. membalas segala kebaikan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini. Besar harapan dari penulis agar skripsi ini dapat membawa manfaat baik bagi penulis maupun bagi siapa pun yang membaca dan mempelajarinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, oleh karena itu adanya kritik dan saran yang

membangun sangat diharapkan dari berbagia pihak untuk evaluasi. Terimakasih kepada segenap pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semarang, 10 Juni 2025



Wardani Oktavia

NIM: 2101026164

PERSEMBAHAN

Dengan rasa penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tiada hentinya. Karya ini saya persembahkan kepada orang yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan memotivasi saya untuk tetap semangat:

1. Kedua Orangtua. Cinta pertamaku ayahanda bapak Wahidi dan pintu surgaku ibunda tersayang ibu Apil yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tulus dan ikhlas dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang diberikan. Beliu memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik untuk putrinya agar memiliki pendidikan yang lebih baik dari mereka. Tidak ada yang dapat penulis berikan kecuali hanya doa-doa yang selalu penulis panjatkan dalam setiap doanya, semoga keduanya selalu diberi kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang berkah oleh Allah Swt. Aamiin. Love You more
2. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah memberikan nuansa berharga dalam perjalanan hidupku. Tempat di mana saya berkesempatan belajar dan bertemu dengan banyak orang yang berhasil, dan saya yakin, setiap hal yang saya lewati, baik suka maupun duka selama berada disini, akan selalu bermanfaat dan berkesan dalam hidup saya.
3. Rekan-rekan yang telah berbagi suka dan duka selama perjalanan ini yang tidak bisa ya sebutkan satu per satu, semoga kebersamaan kita akan selalu terkenang hingga surga-Nya Allah SWT.

Semarang, 10 Juni 2025



Wardani Oktavia

2101026164

MOTTO

“Jika Allah mengizinkan kamu berdoa untuk sesuatu, artinya Allah Mengizinkanmu untuk mendapatkannya, jadi ulangi terus usahanya, sampai Allah bilang ini waktuya”

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, selalu membuatku untuk terus melangkah maju"

ABSTRAK

Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang adalah komunitas yang memiliki tujuan untuk meneruskan perjuangan Gusdur, sekaligus turut memberikan warna di lingkungan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang dalam meningkatkan kesadaran toleransi antarumat beragama. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kampanye toleransi di tengah keberagaman agama, suku, dan budaya. Komunitas Gus Durian memiliki peran penting dalam mengedukasi nilai-nilai pluralisme dan toleransi beragama sesuai dengan visinya yaitu menjadi masyarakat UIN Walisongo yang mandiri, toleran, inklusif, dan religious, yang berbasis nilai, pemikiran dan keteladanan (NPK) Gus Dur. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menjelaskan mengenai objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap aktivitas kampanye yang dilakukan komunitas. Dengan analisis data menggunakan Teknik reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan

Penelitian ini menggunakan teori kampanye dari Leon Ostergaard yang meliputi tiga tahapan: tahap sebelum melakukan kampanye dengan riset awal terhadap isu intoleransi yang terjadi seperti identifikasi masalah, sebab akibat yang terjadi dan fakta yang ada selanjutnya melakukan tahap perencanaan serta pelaksanaan kegiatan kampanye yang mana dianalisis menggunakan model PEST guna menganalisis faktor- faktor eksternal, Dalam pelaksanaannya, kampanye dilakukan melalui berbagai aktivitas edukatif dan partisipatif, seperti diskusi dan kajian publik lintas iman, dan perdamaian Indonesia rumah bersama. Tahap terahir yaitu evaluasi, yang dilakukan dengan musyawarah dan melihat respon dari *audience* di media sosial, kampanye yang dilakukan mengarah pada seberapa efektif kampanye dilakukan dalam mengurangi atau bahkan menghilangkan masalah yang ada dari tahap awal yaitu identifikasi masalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye Public Relations yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian dilakukan secara terencana dan sistematis, kampanye ini mendorong peningkatan kesadaran *audience* terhadap toleransi antarumat beragama, adanya keterlibatan partisipatif dari partisipan membuktikan bahwa pendekatan yang dilakukan mampu menciptakan ruang dialog dalam membentuk kesadaran akan pentingnya hidup damai dalam keberagaman.

Kata Kunci: Strategi Kampanye, Public Relations, Toleransi, Komunitas Gusdurian

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
KATA PENGATAR v
PERSEMBAHAN viii
MOTTO ix
ABSTRAK x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR TABEL xiv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Tinjauan Pustaka 5
F. Metode Penelitian 7
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 7
2. Definisi Konseptual 8
3. Sumber dan jenis data 8
4. Teknik Pengumpulan Data 10
5. Teknik Analisis Data 11
BAB II 13
STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA 13
A. Deskripsi Teori 13
1. Pengertian Strategi 13
2. Kampanye *Public Relations* 15
3. Strategi Kampanye *Public Relations* 18
4. Pengertian Kesadaran 20
5. Toleransi Antaruamat Beragama 21
BAB III 24

KOMUNITAS GUSDURIAN UIN WALISONGO SEMARANG 24
A. Profil Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang 24
1. Sejarah Komunitas Gudurian UIN Walisongo Semarang 24
2. Lokasi Komunitas Gusdurian UIN Walisongo 25
3. Visi Misi, Prinsip Perjuangan dan Kode Etik Gusdurian UIN Walisongo Semarang 25
4. Stuktur Komunitas Gusdurian UIN Walisogo Semarang 28
5. Program Kerja Dan Sumber Dana Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang 29
BAB IV 34
ANALISIS STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA DI KOMUNITAS GUS DURIAN UIN WALISONGO SEMARANG 34
A. Tahapan sebelum kampanye (Pra Kampanye) 35
B. Perencanaan dan pelaksanaan kampanye 36
1. Kajian dan Diskusi 44
2. Perdamaian Indonesia Rumah Bersama 50
C. Tahapan Pasca Kampanye (Evaluasi) 58
BAB V 63
PENUTUP 63
A. Kesimpulan 63
B. SARAN 64
DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN-LAMPIRAN 70

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4. 1 FOTO BERSAMA SETELAH SEMINAR 47
GAMBAR 4. 2 SAMBUTAN KETUA GUS DURIAN 47
GAMBAR 4. 3 POSTER DIALOG AGAMA 48
GAMBAR 4. 4 DOKUMENTASI SELAMA ACARA 48
GAMBAR 4. 5 POSTER WEBINAR 49
GAMBAR 4. 6 FOTO BERSAMA SETELAH DISKUSI 50
GAMBAR 4. 7 SILAHTURAHI KE GUA MARIA KEREP AMBARAWA DALAM RANGKA MEMBAGIKAN BUBUR SURA 53
GAMBAR 4. 8 SILAHTURAHMI KE RUMAH IBADAH PURE AGUNG GIRI NATA 53
GAMBAR 4. 9 SILATURAHMI KE RUMAH IBADAH SAPTA DHARMA 54
GAMBAR 4. 10 DI PERKUMPULAN SOSIAL DAN KEBUDAYAAN (TIONGHOA (RASA DHARMA SEMARANG) 54
GAMBAR 4. 11 PERSAUDARAAN LINTAS AGAMA 56
GAMBAR 4. 12 SAFARI NATAL GERAJA AL MASIH 56
GAMBAR 4. 13 HALAL BIHALAL LINTAS IMAN KE SAPTA DHARMA 56
GAMBAR 4. 14 KE SUSTERAN PI PONDOK HARAPAN 56
GAMBAR 4. 15 POSTER SAHUE KELILING BERSAMA IBU SHINTA NURIYAH WAHID 58
GAMBAR 4. 16 DOKUMENTASI SELAMA KEGIATAN 58
GAMBAR 4. 17 DOKUMENTASI SELAMA KEGIATAN 58

DAFTAR TABEL

TABEL 1 PROGRAM KERJA KOMUNITAS GUSDURIAN 29
TABLE 2 WAWANCARA PARTISIPAN 32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kampanye *Public Relations* merupakan kegiatan yang digunakan untuk mengedukasi, menginformasikan, dan mengsosialisasikan suatu program atau jasa dari suatu komunitas, instansi, dan organisasi karna tujuan dari kampaye *public relations* itu sendiri mempengarui khalayak masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu sebagai target sasarannya (Rogers & Storey, 1987). Kampanye menjadi suatu cara yang dipilih komunitas, instansi, atau organisasi untuk menyampaikan pesan tertentu kepada khalayak sehingga dapat menimbulkan kesan positif terhadap lembaga atau perusahaan tersebut (Fariastuti and Mukka, 2020). Kampanye biasanya ditujukan untuk segmentasi masyarakat luas dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan kampanye. Toleransi adalah sikap atau tindakan menghargai perbedaan agama, suku, etnis, pendapat dan sikap yang berbeda dari dirinya dengan yang lain. Kerukunan antarumat sendiri menjadi salah satu tujuan dari toleransi beragama dan juga aspek penting dalam menjaga kerukunan sosial dan keharmonisan dalam bermasyarakat serta menjaga stabilitas sosial dan keberagaman budaya di tengah masyarakat yang multikultural. Indonesia Sebagai negara dengan beragam agama, suku, dan budaya, sering menghadapi tantangan dalam menjaga harmoni di tengah perbedaan (Haidar et al, 2023).

Disebut juga dengan masyarakat majemuk, salah satu aspek kemajemukan di Indonesia adalah kemajemukan agama. Terdapat enam Agama resmi yang diakui oleh pemerintah yakni Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha, dan Konghucu. Adapun isu yang releven sampai saat ini adalah masalah toleransi di kalangan antarumat beragama mulai dari pemikiran, perspektif, dan keyakinan yang berbeda. Oleh karena itu pemahaman tentang moderasi beragama di Indonesia bukan Indonesia yang dimoderatkan tetapi cara pemahaman dalam beragama yang harus moderat, bagi bangsa Indonesia keragaman diyakini sebagai takdir dan tidak diminta, akan tetapi merupakan pemberian Tuhan Yang Mencipta, (*taken for granted)* untuk diterima dan tidak untuk ditawar (Hasan, 2021). Keberagaman harus diiringi dengan tenggang rasa dan toleransi agar tidak terjadi pergesekan antar golongan dan antar agama(Fahri Mohammad, 2022). Dengan adanya keberagaman tersebut maka menjadi krusial dengan adanya peran strategis *public relations* dalam mengkampanyekan nilai-nilai toleransi dan saling menghormati sehingga dapat mewujudkan kesadaran masyarakat terhadap kerukunan antarumat beragama menjadi lebih baik. Strategi kampanye *public*

relations inilah yang diharapkan mampu memberikan dampak kesadaran masyarakat terhadap kerukunan antarumat beragama ditengah-tengah keberagaman yang ada.

Secara empiris konflik berkepanjangan atas nama agama sering kali terjadi diberbagai wilayah. Percikan kebencian, kekerasan, dan vandalisme pasti terjadi karena ketersinggungan antar golongan. Perselisihan yang terjadi didasari oleh berbagai motif, seperti munculnya rasa perbedaan memeluk agama, bahkan tumbuh rasa permusuhan atau kebencian terhadap perbedaan agama yang berkembang. Hasil penelitian-penelitian terdahulu terkait toleransi beragama menggambarkan bahwa faktor pendorong kerukunan antrumat beragama adalah adanya lembaga atau forum wadah lintas agama, pemerintah memfasilitisi akan hal itu, kesadaran hidup bersama. Sedangakan faktor-faktor penghambat kerukunan antarumat beragama terletak pada kurang dialog antarumat beragama, fanatisme dangkal masyarakat, pengaruh ekonomi, dan munculah unsur kecurigaan terhadap kelompok lain (Sukestiyarno et al., 2022). Termasuk dilingkungan masyarakat dan lingkungan akadamik di Semarang khususnya di UIN Walisongo Semarang masih ada beberapa yang memiliki sikap intoleran, walaupun di UIN Walisongo sendiri memiliki ruamh moderasi beragama sebagai bentuk komitmen terhadap nilai-nilai toleransi, kenyataannya lingkungan kampus masih didominasi oleh umat Islam. Hal ini membuat interaksi lintas agama menjadi kurang terbiasa terjadi, sehingga keberagaman belum sepenuhnya terinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan laporan penelitian dari Lembaga Studi Sosial dan Agama (ELSA) Semarang, ada 10 kasus menonjol yang disorot selama tahun di tahun 2022. Terjadi 17 penangkapan terduga teroris di Jawa Tengah, disamping itu Kota Semarang masih ada beberapa orang yang menganut kepercayaan yang tidak bisa mendaftar kerja, karena formulir (online) pendaftaran kerja tidak ada kolom kepercayaan. Namun pada tahun 2023 Kota Semarang yang berkependudukan 1.688.981 jiwa.

Dengan kompleksitas dan heterogenitas kehidupan di Kota Semarang hal ini menunjukkan tergolong daerah yang hubungan antarumat beragamanya baik, terbukti Semarang meraih sepuluh kota paling toleran di Indonesia dan meraih peringkat tujuh dengan skor 5.783 oleh survey setara Institute (Setara-Institute, 2023). Namun kesadaran masyarakarat tentang toleransi antarumat beragama harus terus di kampanyekan salah satu inisiatif yang berupaya membangun kesadaran akan pentingnya toleransi antarumat beragama adalah komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang, komunitas ini aktif dalam mengedukasi masyarakat dan mahasiswa tentang nilai-nilai pluralisme dan toleransi beragama. Namun, di tengah upaya tersebut, muncul berbagai tantangan, salah satunya adalah adanya oknum yang memberikan penilaian negatif terhadap komunitas ini. Beberapa

pihak merasa khawatir bahwa anggota komunitas ini dapat mengalami pergeseran dalam keyakinan keagamaannya, sehingga muncul resistensi terhadap komunitas ini.

Hidup berdampingan di tengah keberagamaan dibutuhkan tegang rasa agar kerukunan tercipta di kehidupan nyata yaitu kehidupan sehari-hari kita. Saling toleransi adalah salah satu upaya untuk hidup bersama dan berdampingan dalam keberagaman. Dari situlah sikap moderasi beragama akan terbentuk dengan pemahaman kerukunan antarumat beragama. Arti dari sebuah moderasi atau moderat itu berada di tengah-tengah. Dalam arti lain moderasi beragama yaitu sikap netral di tengah antar dua pandangan yang berbeda. Serta sikap untuk selalu berupaya saling mendengarkan dan melatih kemampuan untuk mengatasi perbedaan. Dan moderasi hanya akan menjadi sebuah istilah saja jika tidak ditindak lanjuti lewat tindakan-tindakan nyata. Idealnya, dengan mengimplementasikan moderasi beragama keharmonisan antarumat beragama dapat tercapai, karena pada dasarnya setiap agama mengajarkan nilai-nilai yang baik dan mempererat hubungan dengan sesama manusia, tetapi masih bayak kurangnya kesadaran masyarakat yang mampu menerapkan kerukunan beragama di tengah masyarakat.

Kesadaran akan pentingnya toleransi beragama perlu terus ditingkatkan, mengingat masih adanya stigma dan kesalahpahaman dalam interaksi antar pemeluk agama yang berbeda. Peran humas dalam Pengenalan sikap toleransi atau moderasi beragama di masyarakat sangat diperlukan dan harus mengkampayekannya ditengah masyarakat. Proses pengembangan tahapan-tahapan perencanaan suatu program kampanye *Public relations* secara keseluruhan, yaitu termasuk tujuan sasaran dan pesan-pesan yang efektif, baik bertujuan untuk jangka panjang (strategi) maupun secara mikro (individual), yang dapat dilakukan secara bersama-sama melalui proses tahapan atau rangkaian yang logis (Gregory, 2015). Kampanye *Public Relations* menjadi strategi yang dapat digunakan untuk mengomunikasikan nilai-nilai keberagaman dengan pendekatan yang lebih persuasif dan inklusif. Dengan strategi komunikasi yang tepat, diharapkan masyarakat dapat memahami bahwa membangun kerukunan bukan berarti mengorbankan keyakinan pribadi, tetapi justru memperkuat nilai-nilai kemanusiaan dan kebangsaan.

Komunitas Gus Durian merupakan komunitas yang terinspirasi oleh pemikiran dan perjuangan Abdurrahman Wahid (Gus Dur). Memiliki visi untuk mempromosikan nilai-nilai *pluralisme* dan toleransi antarumat beragama, harmonisasi nilai-nilai agama dan kemanusiaan yang diwarisan dari pemikiran Gus Dur, tidak hanya memperkuat kesadaran sebagai keberagaman dalam masyarakat, tetapi bisa mendorong pemberdayaan kelompok-kelompok minoritas. Keunikan komunitas ini terletak pada kekuatan mereka memadukan

idealisme dan gerakan nyata di tengah masyarakat, komunitas ini tidak hanya fokus pada satu kegiatan tetapi benar-benar menghidupkannya dalam berbagai aktivitas sosial, selain itu juga pendekatan yang dilakukan santai namun bermakna. Kajian-kajian tentang pemikiran Gus Dur menyoroti tiga hal diantaranya dampak pemikiran Gus Dur terhadap moderasi Islam dan demokrasi, dampak pemikirannya terhadap gerakan kemanusiaan, dan sumbangsih terkait pendidikan humanis serta banyak mewariskan pemikiran teladan yang relevan hingga saat ini (Rohman, 2020). Jejak pemikiran Gus Dur telah mengisi lembaran sejarah perkembangan peradaban kosmopolit Islam di pentas dunia global. Pemikiran tersebut mendorong dan mendasari lahirnya komunitas Gus durian yang berisikan sekelompok anak muda yang terdiri dari murid serta pengagum Abdurrahman Wahid (Gus Dur).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah yaitu, Bagaimana strategi kampaye *Public Relations* dalam peningkatan kesadaran toleransi antarumat beragama yang dilakukan oleh komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas peneliti memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye *public relations* yang di lakukan oleh Gus Durian UIN Walisongo Semarang sehingga dapat meningkatkan kesadaraan masyarakat terkait toleransi antarumat beragama.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian tentang strategi kampanye *public relations* untuk meningkatkan *awareness public* dalam toleransi antarumat beragama. Diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat penelitian ini diharapkan menjadi sumber ilmu dan referensi tambahan untuk khalayak umum terutama untuk mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi *Public Relations* dalam menambah pengetahuan tentang strategi kampanye *public relations* dalam

konteks toleransi antarumat beragama guna meningkatkan kesadaran masyarakat dan memberikan panduan bagi Pratik *Public Relations* yang lebih luas

2. Manfaat Praktis

   Secara Praktis manfaat penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat Indonesia, mengingat Indonesia adalah penganut beberapa agama yang berbeda sehingga toleransi beragama menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, serta menjadi referensi tambahan bahan pustaka tetang strategi kampaye *public relations* terutama terkait toleransi antarumat beragama kepada khalayak masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum dilakukannya penelitian, penulis telah mencari dan membaca beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul strategi kampaye *public relations* dalam peningkatan kesadaran tetang kerukunan antarumat beragama, berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan kemiripan. Penelitian sebelumnya berfungsi sebagai acuan penelitian yang penulis teliti untuk menghindari kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya yang diidetifikasikan dengan judul diatas.

Pertama, Ali Akbar Sanjono (2023), menulis penelitian tentang "Strategi Komunikasi Gus Durian Ciputat Dalam Membumikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama". Tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Gus Durian Ciputat dalam menyampaikan atau membumikan nilai-nilai moderasi beragama kepada masyarakat. Jenis Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif untuk teknik pengumpulan data yaitu melakukan observasi kemudian wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi komunikasi Gus Durain Ciputat ialah dengan riset kondisi sosial, model canvas komunitas, kampanye media sosial, dan evaluasi untuk persefektif yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahapan strategi yang dijelaskan oleh Hafied Cangara yang dijelaskan dalam bukunya yaitu ada lima tahapan strategi komunikasi meliputi observasi, merencakan strategi, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, dan terahir pelaporan.

Kedua, Penelitian Mohammad Shihab (2023), menulis penelitian tetang "Strategi Kampanye *Public Relations* dalam membangun kesadaran tentang kesehatan seksual Studi Kasus*: "Hotel For Play".* Penelitian ini memiliki tujuan untuk memaparkan bagaimana sistem penerapan strategi kampanye *Public Relations* dengan cara mengaplikasikan strategi

public relations yang diutarakan oleh Smith. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisis studi kasus terkait judul penelitian, untuk pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan dokumen sumber sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan proses kampanye *Public Relations* mengacu pada kerangka strategi *public relations* yang dikemukakan oleh Smith (2017), PT Danpac lumayan berhasil menarik perhatian masyarakat secara positif dalam membangun kesadaran tentang kesehatan seksual.

Ketiga, Alifa Nur Fitri (2023), menulis penelitian tetang "Kampanye *Public Relations* sebagai Upaya Meningkatkan *Awareness* Moderasi Beragama". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Waliosngo mengoptimalkan media sosial Instagram yaitu @rmb.uinwalisongo sebagai sarana dalam menyebarkan kampanye yang ingin disampaikan. Dsini juga menunjukkan bahwa mahasiswa telah melakukan kampanye moderasi beragama dengan baik salah satu caranya dengan menggunakan tahapan perencanaan kampaye *public relations*. Namun kelemahan atau tantangan yang dihadapi dari kampanye moderasi dalam temuan penelitian ini adalah belum optimal dalam mengukur kesadaran terkait moderasi beragama secara konkret, meski begitu pesan yang tersampaikan mahasiswa melalui media sosial Istagram tetap efektif dan mendapatkan insight atau respon yang baik dikalangan mahasiswa. Tujuanya melihat bagaimana tahapan kampanye *public relations* yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Walisongo apakah efektif dalam membentuk sikap toleransi atau moderasi beragama, jenis pendekatan Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan cara menganalisis studi kasus dengan mengamati kampanye *public relations* terkait moderasi beragama. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Keempat, Muhammad Rievhan Wijaya (2024), menulis penelitian yang berjudul "Strategi *Public Relations* kantor wilayah kementrian agama Lampung dalam sosialisasi moderasi beragama di Provinsi Lampung". Di jelaskan bahwa Tujuan dari skripsi ini sadalah untuk mengetahui strategi *public relations* yang diterapkan oleh kantor wilayah kementrian Agama provinsi lampung dalam mensosialisasikan moderasi beragama yang perlu diteliti karena moderasi beragama penting untuk di tegakkan dikehidupan masyarakat Indonesia yang beraneka ragam. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian teknik analisi data yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pada tahap *Research, public relations* kanwil kemenag provisi lampung melakukan survey kemudian tahap selanjutnya yaitu action, communication, evaluation. Oleh karna itu startegi RACE yang diterapkan oleh *public relations* kemenag kanwil provinsi

lampung telah menunjukkan keberhasilan dalam mensosialisasikan moderssi Bergama dikalangan ASN di Provinsi Lampung.

Kelima, Ummu Salamah, Olih Solihin, Zikri Fachrul Nurhadi, (2023). Menulis penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam mensosialisasikan Moderasi Beragama". Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah menjelaskan terkait penyuluh agama sebagai agen moderasi beragama dalam mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan penggunaan media sosial. Metode peneltian ini menggunakan metode deskriftif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyuluhan dengan empat tahap strategi komunikasi yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan pada bagian peringatan yang menjabarkan pentingnya moderasi beragama, menetapkan metode pada aspek *redundancy*, proses pemilihan dan pemanfaatan media didasarkan pada kebutuhan serta kebiasaan khalayak, dimana media tetap berperan sebagai fungsi atau bagian dari strategi komunikasi.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah disebutkan diatas. Kebaruan dari penelitian ini yang membedakan dari penelitian sebelumnya yaitu fokus untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye *Public relations* yang dilakukan oleh komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang sehingga dapat membangun kesadaran masyarakat terkait toleransi antarumat beragama dengan pendekatan Berbasis aktivisme mahasiswa dan nilai-nilai pluralisme ala Gus Dur yang sedikit berbeda. Seperti keterlibatan media sosial, partipasi diskusi, dan aktifitas lainnnya di komunitas Gus Durian UIN Walisongo.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu jenis metode yang berfungsi dalam prosedur penelitian yang nantinya akan menjadi hasil data deskriptif yang berarti analisis data tersebut dijabarkan dengan kata-kata yang detail dan rinci dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi dan kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif (S. Margono, 2014:39). Menurut ahli lain menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk melakukan eksplorasi dan memperkuat prediksi terhadap suatu gejala yang berlaku atas dasar data yang diperoleh di lapangan (Sukardi, 2007).

Dimana data deskriptif itu dijabarkan serta menguraikan data yang penulis dapatkan dilapangan yang bertujuan untuk memahami dan mendiskripsikan strategi

kampanye *public relations* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap toleransi antarumat beragama di Gus Durian UIN Walisongo Semarang, penulis memilih pendekatan penelitian ini karena pendekatan deskriftif ini dapat lebih mudah menjawab persoalan yang muncul.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam menjelaskan bagaimana aspek-aspek dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk memperhatikan batasan- batasan masalah mengenai penelitian.

Peneliti akan mengkaji dan memperjelas fokus penelitian yang dimaksud dengan strategi kampanye *Public Relations* dalam peningkatan kesadaran toleransi antarumat beragama dalam penelitian ini adalah serangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, strategis yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dengan tujuan membangun pemahaman, menumbuhkan kesadaran, serta memperkuat sikap saling menghargai dalam keberagaman agama di lingkungan kampus maupaun diluar kampus. Dalam konteks ini, kampanye *Public relations* tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan partisipatif, guna menciptakan ruang damai dan inklusif bagi seluruh masyarakat lintas iman. Dalam penelitian ini pihak yang diteliti yaitu, ketua umum dan ketua divisi *public relations* komunitas gusdurian UIN Walisongo Semarang serta peserta yang ikut serta dalam kegiatan tersebut.

Secara khusus, penelitian ini mengkaji strategi kampanye *public relations* yang mana Strategi kampanye *Public Relations* merupakan suatu pendekatan terencana dan sistematis dalam merancang, mengelola, dan menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada publik tertentu dengan tujuan untuk mengubah sikap, meningkatkan kesadaran, serta membentuk opini atau perilaku yang dikehendaki. Sesuai dengan penelitian ini yaitu mengenai kampanye tentang isu toleransi dengan mengacu pada konsep teori model kampanye ostergraad yang dikembangkan oleh Leon Ostergaad melalui tiga tahapan penting. Kesadaran yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu memiliki kemampuan untuk memahami dan mengetahui mengenai toleransi antarumat beragama dalam melakukan sebuah kegiatan dengan kesadaran penuh yang dihasilkan dari upaya kampanye *public relations* di Gusdurian UIN Walisongo mencakup tentang pengetahuan, perhatian, dan penerimaan terkait hal tersebut.

3. Sumber dan jenis data

a. Sumber data

Sumber data merupakan subjek dari mana data akan diperoleh. Data dapat diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan berinteraksi di lokasi penelitian serta dengan subjek yang di teliti. Sumber data yang dimaksudkan dalam penelitian ini menurut Lofland adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen an lain-lain (Lexy J, 2017:198). Sumber data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, Pentingnya memperoleh data dari sumber yang tepat, agar data yang terkumpul relevan serta tidak menimbulkan kesalahan dalam penelitian.

1. Sumber Data Primer

   Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat secara langsung oleh peneliti dalam mengumpulkan data tanpa melalui perantara yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam kepada pihak-pihak yang akan diteliti dengan objek yang menjadi fokus dari penelitian (Sugiyono, 2020:193). Informan dalam penelitian ini adalah pengurus komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yaitu kordinator atau ketua komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang, ketua divisi *public relations* komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yang memiliki peran penting dalam kegiatan kampanye *Public Relations*. Serta peserta yang turut kegiatan tersebut

2. Sumber Data Sekunder

   Data sekunder adalah data tambahan yang berupa dokumen atau literatur seperti dokumen yang dimiliki oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang. Untuk melakukan penelitian Data sekunder yang diperoleh yaitu bisa berupa dokumen laporan pertanggung jawaban tahunan komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang atau dari dari data seperti informasi situs resmi yang dimiliki oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang, yaitu Instagram @gusdurian_uinwalisongo dan website Gusdurian UIN Walisongo yaitu: https://gusdurian.net/tag/gusdurian-uin-walisongo/

b. Jenis Data

Data dalam peneliti kualiatatif adalah data yang tidak dapat dikuantifikasi yaitu data yang berupa teks, gambar, dan audio adapun termasuk dalam data kualitatif pada penelitian ini yaitu teks dan gambar dari objek penelitian. Meliputi strategi kampanye humas yang dilakukan oleh komunitas *public relations* terkait kesadaran masyarakat dalam toleransi antarumat beragama.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengambilan data informasi melalui pengamatan secara langsung atau tidak langsung informasi (Riyanto, 2010). Pengertian lainnya yaitu pengamatan secara rinci dan sistematis terhadap femonema di lapangan yang akan diteliti, ketika melakukan obsevasi peneliti harus mencatat informasiyang diamati dan diperoleh selama penelitian. Beberapa bentuk Pengamatan yaitu melihat, mendengarkan, merasakan, yang kemudian dicatat seobyektif mungkin. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terlibat yaitu peneliti ikut serta menjadi bagian dari objek penelitian dan berpatisipasi secara langsung dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Gus Durian UIN Walisongo Semarang baik seacra offline yaitu diskusi maupun online dari media sosialnya. Sehingga data yang diperoleh adalah data yang masih aktual dan relevan tentang gambaran strategi kampanye *public relations* untuk meningktakan awareness public dalam toleransi antarumat beragama di komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data selanjutnya yaitu wawancara mendalam adalah proses pengumpulan data informasi melalui komunikasi atau interaksi secara langsung dengan memberikan beberapa pertanyaan sesuai dengan variabel penelitian. Adapun menurut Stainback menjelaskan bahwa wawancara adalah komunikasi dua arah dimana saling bertukar informasi dan gagasan ide melalui proses tanya jawab beda dari observasi, Pada dasarnya wawancara adalah proses untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang sebuah permasalahan yang diangkat dalam penelitian, (Sugiyono, 2020:114).

Ketika melakukan wawancara peneliti bermaksud untuk mengambil data secara mendalam berupa strategi kampanye *public relations* yang dilakukan oleh komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang, sebelum dilakukan wawancara maka peneliti terlebih dahulu membuat pedoman atau instumen wawancara berupa pertanyaan penting saat menanyakan kepada pihak yang diwawancara tetapi jika pertanyaan yang diajukan berkembang sesuai dengan jawaban narasumber sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Informan dalam penelitian ini adalah divisi kehumasan *(Public Relations)* di komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang.

c. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi, informasi juag diperoleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat. Sumber diperoleh dari oyek penelitian (Kriyantono, 2010). Metode dokumentasi dalam penelitian dilakukan dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Setelah data terkumpul informs tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan pertanyaan penelitian, selain itu metode ini juga mencakup kajian terhadap berbagai dokumen yang dikumpulkan berupa data-data yang dapat dijadikan sebagi rujukan informasi, baik berupa catatan organisasi, dan gambar-gambar yang terkait dengan fokus permasalahan. Dokumentasi dapat berupa data yang bersifat umum dalam kampanye *public relations* terhadap toleransi antarumat beragama termasuk agenda apa saja, untuk penelitian ini dokumentasi penelitian dikumpulkan dalam bentuk dokumen yang terdiri dari berbagai dokumentasi seperti foto, video, poster, serta unggahan media sosial, terkait kampanye public relations tetang toleransi antarumat beragama yang dilakukan oleh komunitas Gus Durian UIN Walisongo Semarang.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, maka peneliti melakukan analisis untuk mengolah dan menyusun data. Menurut Noeng Muhadjir analisis data meliputi pencaria, pengorganisasian, dan penafsiran data yang diperoleh dari observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi untuk membantu dan melengkapi peneliti ketika mencari jawaban dari permasalahan yang sedang atau akan diteliti tentu nantinya dijadikan sebagai temuan baru untuk orang lain. Menurut Miles dan Huberman ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif yang disebut dengan model interaktif, yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses menyaring data atau kegiatan menyimpulkan data yang diperoleh serta memilih data untuk merumuskan kesimpulan berdasarkan sebuah konsep yang ditentukan. Setelah data terkumpul maka oleh peneliti akan dilakukan proses perangkuman lalu dipilih dan difokuskan dengan informasi yang relevan, kemudian diindentifikasi data mana yang sesuai dengan tema dan pola penelitian. Proses analisis data berlangsung selama melakukan penelitian mulai tahap awal dimana peneliti meyeleksi dan mengklasifikasi data hingga tahap terahir yaitu kesimpulan dan dapat divalidasi.

Peneliti harus mencatat semua infomasi yang relevan yang berhubungan dengan strategi kampanye *Public Relations* dalam kerukunan antarumat beragama yang dilakukan oleh Gus Durian UIN Walisongo Semarang. Pada tahap ini data yang dipeoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi di sortir atau dipilih kemudian diindentifikasi informasi data yang berkaitan dengan fokus penelitian serta menyingkirkan data yang tidak relevan.

b. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, dilakukan analisis data yang sudah dikategorikan pada tahap sebelumnya. Informasi data yang diproleh dan disusun secara sistematis agar dapat ditarik kesimpulan. Penguraian data kualitatif bisa berupa teks naratif, matriks, jaringan atau bagan. Spesifikasi data difokuskan pada permasalahan penelitian kemudian data disajikan dan diberikan analisis berupa penjabaran tentang kesesuaian kategori dan argumentasi yang tepat berdasarkan teori dalam penjelasan sebelumnya. Dalam proses ini, peneliti akan memilah dan menganalisis hasil wawancara yang telah dikumpulkan.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Tahap akhir dalam pengumpulan data adalah Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses ini mencakup pencatatan data dilapangan, perumusan ringkasan masalah, serta analisis untuk menyusun kesimpulan. Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi yaitu mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada dengan cara mencari makna data yang telah terkumpul mengenai persamaan dan perbedaan, peneliti menyajikan kesimpulan yang berdasarkan pada hasil analisis data yang sudah dilakukan. Pada awalnya kesimpulan bersifat semnetara dan dapat berubah seiring berjalannya pengumpulan data, namun kesimpulan dapat dianggap redibel jika didukung data yang valid.

BAB II

STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan sebagai salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. Pakar ilmu komunikasi menyebutkan strategi dasarnya merupakan perencanaan dan menejemen untuk mencapai sutau perencanaan serta bisa menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Onong, 2015). Sedangkan Pengertian strategi menurut para ahli yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti adalah alat untuk mendapatkan suatu tujuan. Richard L. Daft mendefinisikan strategi secara eksplisit yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing dan mencapai tujuan perusahaan. Ilmuan lain mendifinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Strategi dapat bersifat luas untuk keseluruhan organisasi, dan strategi kompetitif diterapkan pada setiap aktifitas, sedangkan strategi fungsional secara langsung mendukung strategi kompetitif (Sandra, 2007).

Strategi merupakan hal penting dimana salah satu cara untuk mencapai tujuan sehingga visi dan misi dapat tercapai dalam jangka waktu yang panjang. Strategi disusun dasarnya untuk membentuk *response* terhadap perubahan yang relevan dari suatu organisasi atau instansi yang ditentukan berdasarkan analisis hasil situasi dan riset yang telah dilakukan dengan mempertimbangkan tindakan tertentu. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (terus meningkat) serta terus menerus, dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari sesuatu yang bisa terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi Strategi merupakan suatu hal yang penting dimana salah satu cara untuk mencapai tujuan sehingga visi dan misi dapat tercapai. Mintzberg memperluas konsep mengenai strategi dan mendefinisikan strategi menjadi “Strategi 5P”, yaitu :

a. Strategi sebagai rencana *(Plan)*

Dalam strategi ada dua hal penting yaitu yang pertama, strategi direncanakan terlebih dahulu secara sadar dan sengaja sebelum bertindak. Kedua, strategi dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan.

b. Strategi sebagai manuver *(Play)*

   Strategi merupakan manuver yang spesifik untuk memberi isyarat mengacam kepada yang lain.

c. Strategi sebagai pola *(Pattern)*

   Mintzberg menemukan fenomena bahwa strategi yang direncanakan melalui proses perencanaan yang disengaja seringkali berubah menjadi strategi yang tidak dapat direalisasikan akibat terjadinya perubahan lingkungan. Sebaliknya strategi yang tidak dimaksudkan sebelumnya dapat menjadi sutau alternatif strategi yang apabila diterapkan dapat menjadi strategi yang dapat direalisasikan.

d. Strategi sebagai sebuah posisi *(Position)*

   Strategi menunjukkan beberapa keputusan yang dipilih untuk memeposisikan organisasi sutau perusahaan didalam lingkungan tersebut.

e. Strategi sebagai sudut pandang (*Perspective)*

   Strategi adalah sebuah pemikiran sudut pandang yang ada didalam benak para pembuat keputusan strategis dan seperti halnya ideologi atau budaya kemudian berusaha untuk dijadikan nilai bersama didalam suatu organisasi.

Strategi mempuyai dua fungsi yaitu menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informasi, mempengarui secara sistematik kepada sasaran untuk memeperoleh hasil yang optimal, dan menjembatani "*Cultural gap"* yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun (Onong, 2009).

Strategi juga memilki beberapa faktor yaitu pertama, lingkungan tidak pernah berada dalam kondisi yang tetap, melainkan selalu mengalami perubahan yang sangat luas dan memengaruhi seluruh sendi kehidupan manusia. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada cara berpikir, tetapi juga pada tingkah laku, kebiasaan, kebutuhan, dan pandangan hidup individu maupun masyarakat. Kedua, Dalam konteks lingkungan organisasi, lingkungan mencakup segala sumber daya dan kebijakan yang dimiliki, yang turut menentukan arah dan keberlangsungan organisasi tersebut. Ketiga, peran kepemimpinan menjadi penting, karena seorang pemimpin merupakan pengambil keputusan tertinggi yang harus mampu menilai perkembangan lingkungan, baik internal maupun eksternal. Strategi yang

direncanakan harus difokuskan dan dikonsepkan dengan baik agar dapat terlaksana secara efektif.

Dengan demikian strategi harus dapat memeberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang perlu dilaksanakan oleh suatu organisasi, berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa startegi adalah sebuah kemampuan untuk melakukan perencanaan yang cermat dan luas terhadap sumberdaya yang ada untuk untuk digunakan secara optimal yang bersifat jangka panjang dengan menimbang kekuatan dan meminimalisir kelemahan dan ancaman untuk mencapai tujuan.

2. Kampanye *Public Relations*

a. Pengertian Kampanye

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu (Gunawan and Widiastuti ,2020). Rogers dan Storey mendefinisikan kampanye adalah sekumpulan aktivitas komunikasi yang tersusun secara sistemtatis, dan memilki tujuan untuk menciptakan dan menumbuhkan pengaruh khusus pada sebagian khalayak sasaran yang banyak tujuannya untuk berkelanjutan dibatas waktu tertentu (Rogers & Storey, 2015). Menurut Charles U. Larson kampanye dapat dipecah ke dalam tiga jenis utama, yaitu kampanye untuk menjual produk, kandidat, serta ide atau gagasan perubahan sosial (Ruslan, 2013:25-26):

a) Kegiatan kampanye berfokus pada produk, jenis kampanye ini umumnya dilakukan dilingkungan bisnis. Yang bertujuan untuk membangun cintra positif pada suatu produk.
b) Kegiatan kampanye yang berfokus pada calon kandidat, kampanye ini umunya memiliki latar belakang politik seperti pemilu atau pilkada,
c) Kampanye yang bertujuan atau bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial, yang bertujuan untuk menangani berbagai masalah sosial dengan perubahan pandangan, sikap dan perilaku masyarakat.

Definisi kampanye *Public Relations* yang berkaitan langsung dengan aktivitas *Public Relations* juga dikemukakan oleh Kendall, yaitu "usaha yang sangat terencana dari organisasi untuk membangun hubungan yang bertanggung jawab sosial dengan meraih tujuan yang didasari penelitian melalui riset dan aplikasi strategi-strategi komunikasi" (Rachmadi, 1992). Dapat disimpulkan kampanye

adalah suatu kegiatan membujuk dan mempengaruhi secara terorganisir yang di lakukan dalam waktu tertentu dengan pesan yang sebelumnya telah dirancang temanya secara spesifik agar dapat mendapatkan suatu efek dan jangkauan yang lebih luas.

b. *Public Relations*

1) Pengertian *Public Relations*

Karena banyaknya definisi *public relations*, maka para ahli *public relations* sedunia yang terhimpun dalam *the international public relations association* bersepakat untuk merumuskan sebuah definisi yaitu hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang dilakukan secara berkelanjutan dan terencana. Dalam praktiknya, organisasi dan lembaga baik yang bersifat publik maupun privat berupaya membangun, menjaga pemahaman, simpati, dan dukungan dari pihak-pihak yang berkepentingan. Hal ini dilakukan dengan menganalisis opini publik untuk menyelaraskan kebijakan dan implementasi organisasi. Tujuan akhirnya adalah menciptakan kerja sama yang lebih produktif serta menjalankan kepentingan bersama secara lebih efektif melalui penyebaran informasi (Onong, 2009: 134).

Adapun pengertian *public relations* menurut para ahli yaitu : menurut John E. marston, (*public relation is planned, persuasive designed to influence significant public)* public relations adalah kegiatan komunikasi persuasive dan terencana yang didesain untuk memengaruhi publik yang signifikan (Ardhoyo T, 2013: 16). Menurut Howard Honman, adalah suatu seni untuk membanguan pemahaman yang lebih baim dimasyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pulik terhadap individu atau organisasi (Ruslan 2005: 6).

Dari penjelasan di atas dapat dipaparkan bahwa *public relations* memiliki aktifitas yang bertujuan membangun serta mendapatkan pemahaman, kepercayaan, itikad baik, dan apresiasi dari masyarakat terhadap lembaga atau komunitas, terutama masyarakat luas. Dengan demikian, diharapkan tercipta opini publik yang positif, yang mendukung keberlangsungan suatu lembaga atau komuitas.

Oleh karena itu *Public Relations* memilki fungsi timbal balik, keluar dan kedalam. Keluar artinya seorang Public Relations officer harus mengusahakan

tumbuhnya citra gambaran (image) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi. Kedalam artinya berusaha mengenali dan mengindentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif (kurang menguntungkan) dalam masyarakat (F. Rachmadi, 1994).

2) Tujuan dan Fungsi *Public Relations*

Tujuan *Public Relations* pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan *public relations* dapat disamakan dengan tujuan komunikasi, berikut pendapat beberapa ahli tentang tujuan *Public Relations*. Menurut Charles S. Steinberg tujuan *Public Relations* adalah menciptakan opini publik yang favorable tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan. Menurut Frank Jefkins tujuannya untuk meningkatkan favorable image/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali unfavorable image/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut (Apryanti, 2013). Secara universal *Public Relations* bertujuan untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya jika citra itu menurun. Pada pembahasanya mencoba menjelaskan secara umum tujuan dari *Public Relations* sehingga dapat secara fokus dalam pemahamanya (Yulianita Neni, 2007)

Fungsi *Public Relations* yang dikutip dari Scott M.Cutlip dan Allen Center adalah sebagai berikut :

(a) Menunjang aktifitas utama menejemen untuk mencapai tujuan
(b) Menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran
(c) Menjabarkan segala sesuatu yang berkaitan dengan persepsi dan tanggapan khalayak terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
(d) Melayani masyarakat dan memberi saran atau nasehat kepada pimpinan demi tujuan dan manfaat bersama.
(e) Menciptkan komunikasi dua arah dan mengatur arus infromasi, publikasi serta peran dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi tercapainya citra yang baik bagi dua belah pihak (Onong, 2015).

3. Strategi Kampanye *Public Relations*

Kampanye *public relations* adalah aktivitas komunikasi yang direncanakan untuk mencapi tujuan tertentu dan mempengaruhi khalayak yang menjadi target biasanya di lakukan atau dijalankan oleh perusahaan atau organisasi, serta dijalankan oleh seorang humas tujuannya mengingkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat sehingga dapat terwudjud pandangan yang positif, citra baik dan kepercayaan masyarakat kepada suatu kampanye yang dilakukan komunitas ataupun perusahaan. Menyampaikan sebuah pesan yang ingin disampaikan secara baik dan terencana melalui tahapan perencanaan kegiatan kampanye dalam kurun waktu tertentu secara terstktur serta konsisten. Kampanye *public relations* merupakan upaya yang dirancang oleh seorang *public relations* secara sistematis dan konsisten dengan pesan dan dasar tujuan yang jelas contohnya yaitu, menciptakan branding positif dan pandangan yang baik dari audiens yang ingin dituju. Selain itu, komunikasi persuasif memiliki keterkaitan yang erat, yakni strategi bertujuan mempengaruhi perilaku masyarakat agar sinkron sesuai dengan harapan (Chafilaudina, 2021).

Di lihat dari fungsinya kampanye memiliki tiga jenis untuk yang pertama, yaitu *product-oriented campaigns* yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk serta membangun pandangan baik untuk perusahaan guna memperoleh keuntungan finansial. Kedua, *candidate-oriented campaigns*, yang sering disebut sebagai kampanye politik karena kampanye ini fokus pada pencalonan individu dalam dunia politik dengan tujuan memperoleh dukungan masyarakat dalam demokrasi politik. Ketiga, *ideologically or cause oriented campaigns*, yang memilki tujuan khusus umumnya berkaitan dengan perubahan sosial. Kampanye ini sering disebut juga sebagai kampanye sosial, karena berupaya menangani permasalahan sosial dengan mendorong perubahan sikap maupun perilaku khalayak terkait isu tertentu. Berdasarkan permasalahan yang diteliti, peneliti memilih kampanye sosial atau kampanye non komersil sebagai pendekatan yang paling tepat untuk membangun kesadaran masyarakat dalam toleransi antarumat beragama (Yansel, 2014).

Teori penelitian ini menggunakan model kampanye Ostergaard yang dikembangkan oleh Leon Ostergaad seorang teoritis dan praktisi *Public Relations*. Ostergaad dalam buku antar (2019) menyatakan bahwa peran suatu program kampanye perlu didasarkan pada temuan ilmiah agar dapat menciptakan dampak yang efektif dalam mengatasi permasalahan (Venus, 2019). Dalam model ini terdapat tiga tahap

penting yang harus dijalankan dalam kegiatan sebuah kampanye, hal pertama yang dilakukan yaitu melakukan tahapan sebelum kampanye, salah satunya dengan mengidentifikasi masalah, melakukan pengamatan terhadap fakta di lapangan untuk mengumpulkan data. Setelah itu, dicari solusi atau alternatif penyelesaian atas permasalahan yang terjadi, yang kemudian menjadi dasar dalam pelaksanaan kampanye. Hasil dari identifikasi masalah akan muncul sebab akibat suatu yang terjadi sesuai dari fakta yang ada, proses identifikasi masalah dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti observasi awal dengan pihak terkait yang telah ditentukan sebelumnya atau melalui survei awal terhadap objek yang menjadi fokus permasalahan di lapangan. Tterdapat beberapa tahapan dalam proses identifikasi masalah, yaitu penelitian masalah, analisis situasi, serta penelitian atau observasi (Fitri, 2023).

Kedua yaitu perencanaan kampanye yang merupakan kelanjutan dari sebelumnya. Pada tahap ini terdapat dua aktifitas yaitu perencaan dan pelaksanaan, mulai direncanakan dan dilaksanakan sebuah kampanye yang akan dikampanyekan yang digunakan untuk mempengaruhi sikap, kesadaran, pengetahuan, keterampilan, perubahan perilaku, maupun pengurangan masalah. terdapat beberapa faktor yang menjadi dasar analisis dalam kampanye (Gregory, 2015)(Gregory, 2015)(Gregory, 2015)(Gregory, 2015)(Gregory, 2015)(Gregory, 2015) salah satunya yaitu yang disebut dengan PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi). Mengenai analisis ini fokus pada aspek-aspek mendasar seperti mengklasifikasi unsur-unsur sekitar yang dapat mempengaruhi, lalu menentukan unsur paling signifikan, terahir memperkirakan dalam jangka waktu beberapa tahun kedepan unsur mana yang paling berpengaruh, hal ini bertujuan supaya pelaksanaan kampanye berjalan dengan baik dan benar yang diindentifikasi dari sebuah permasalahan, agar ketika menyusun rencana hasil kampanye menjadi kebih efektif sekaligus tercapai sesuai dengan harapan (Ruslan, 2013:66). Perencanaan dalam kampanye dilakukan karena beberapa alasan, diantaranya untuk memusatkan upaya, merancang strategi jangka panjang, mengurangi risiko kegagalan, meminimalisir konflik, serta memudahkan dalam berkerjasama dengan yang lain. Langkah berikutnya adalah pelaksanaan kampanye (Gregory, 2015). Tahap ini merupakan penerapan strategi yang telah dirancang sebelumnya. Para pelaksana kampanye dalam menjalankan proses ini harus dengan konsisten, termasuk dalam menyebarkan pesan sesuai dengan perencanaan yang sudah dirancan. Tujuan utama dari pelaksanaan kampanye adalah mempengaruhi berbagai aspek dalam target audiens, seperti aspek kesadaran, pengetahuan, dan sikap (Antar Venus, 2019).

Terahir adalah tahap pascakampanye atau yang biasa kita kenal tahapan setelah melakukan kampaye dalam teori ini di sebut dengan pascakampanye model *Ostergaard.* Evaluasi merupakan tahap terahir yang dilakukan, tahap ini menjadi peran yang tidak kalah penting dibandingkan sebelumya agar menjadi bahan evalusi kedepannya, agar praktisi humas atau public relations menilai sejauh mana kampanye yang telah dijalankan berhasil atau tidak. Indikataor dalam Evaluasi kampanye Ostergaard yaitu efektivitas program kegitan yang dilakukan, penyampaian pesan, Penerimaan pesan, Perubahan sikap dan perilaku dan pengururangan masalah yang terjadi. Evaluasi kampanye merupakan upaya sistematis untuk menilai berbagai aspek yang berkaitan dengan pelaksanaan kampanye serta pencapaiannya (Venus, 2019).

4. Pengertian Kesadaran

Kesadaran secara bahasa berasal dari kata "sadar" diartikan yaitu merasa tahu dan ingat akan dirinya, dalam kamus ilmiah kata "sadar" diartikan dengan menyadari. *Awareness* merupakan kemampuan seorang individu untuk mengetahui kekuatan, kekurangan, dan efek terhadap rang lain, kesadaran diri (*self awareness*) adalah fondasi awal dalam dasar tumbuhnya kecerdasan emosional (Alamsyah and Sumarni, 2024). Penyadaran secara bahasa berasal dari kata "sadar" diartikan merasa tahu dan mengetahui akan dirinya sendiri. Kesadaran adalah hal yang mengacu pada sebuah perhatian yang tersampaikan dari isi pesan kampanye terhadap isi strategi. Dijelaskan bahwa sadar memilki 3 arti yaitu:

a) Dapat memahami dan mengetahui yang lebih terkendali, melalui pengamatan atau pemikiran yang cermat dan terarah dengan dipahami secara mendalam
b) Bisa yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk melakukan seseatu diwujudkan melalui proses berfikir, ketrampilan, perncanaan, atau cara pandang terhadap situasi.
c) Melakukan sutau kegiatan dengan kesadaran penuh, yaitu dengan pemahaman yang kritis dan perhatian yang mendalam terhadap pengalaman atau situasi yang sedang dialami.

Kesadaran adalah memahami kondisi dan situasi dengan sesama yang lain kesadaran juga memiliki keterkaitan dengan pola pikir dan perilaku yang dilakukan oleh manusia. Islam dalam perkembangan sejarahnya juga mengenal tingkatan kesadaran manusia, dalam sejarahnya ada beberapa aliran teologi yang menunjukkan tingkat kesadaran manusia aliran teologi tersebut adalah *jabariah, qadhariyah,* dan

asy'ariyah(Gramsci, 2013). Dunia kesadaran memang harus terus berjalan dan berproses agar berkembang dan meluas dari satu tahap ke tahap berikutnya, dari tingkat "kesadaran naif " sampai "kesadararan kritis" hingga mencapai tingkat kesadaran tertinggi yaitu kesadaran-kesadaran, dalam penerapan pengertian teori diatas fungsi kesadaran dalam proses mengenalkan isu kerukunan antar umat beragama dimana seorang humas membuat rancangan startegi terkait moderasi beragama untuk membantu bagaimana kesadaran akan moderasi beragama itu muncul.

5. Toleransi Antaruamat Beragama

a. Pengertian Toleransi

Secara bahasa atau etimologi toleransi berasal dari bahasa Arab yaitu *tasyamuh* yang berarti ampun, atau lapang dada. Dalam bahasa Latin, *tolerare* yang berarti menahan, menaggung, membiarkan. Atau sikap membiarkan, mengakui dan menghormati terhadap perbedaan orang lain, baik pada masalah pendapat, agama/kepercayaan maupun dalam segi ekonomi, sosial dan politik. Menurut ahli toleransi, Umar Hasyim mendifinisikan yaitu secara termilogi toleransi adalah memberikan kebebasan kepada setiap hak manusia Dalam menganut kepercayaan yang diyakininya tanpa mengatur orang lain dan memperhatikan diriya masing-masing, selama ketika melakukan sesuatu, sikapnya tidak melanggar serta bertentangan dengan syarat-syarat atas terciptanya ketertiban dan perdamaian dalam masyarakat (Hasyim, 1979).

Dijelaskan dalam ensiklopedia nasional Indonesia, toleransi beragama adalah perilaku terbuka dalam menerima perbedaan dan keberagaman agama serta keyakinan yang dianut oleh individu atau kelompok lain. Sikap ini muncul karena adanya pengakuan dan penghormatan terhadap eksistensi suatu agama atau kepercayaan oleh orang lain. Pengakuan tersebut tidak hanya mencakup kesetaraan dalam aspek kenegaraan dan sosial, tetapi juga dalam pandangan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu, toleransi ini juga mencakup penerimaan terhadap perbedaan dalam cara penghayatan dan pelaksanaan ibadah, yang didasarkan pada prinsip Kemanusian yang adil dan beradap.

Toleransi menjadi penting, dapat membantu kita untuk menjaga dan merawat kerukunan. Bahkan ketika ada sebuah permasalahan yang rumit, jika aturan kesetaraan toleransi di taati maka permasalahan dapat tertangani secara damai dan

rukun tanpa ada berkelahian. Toleransi merupakan bagian dari hak-hak sipil dimana setiap individu memiliki hak nya masing-masing (Alamsyah, 2018: 88). Dalam hal toleransi harus didasari pula oleh sikap kelapangan dada terhadap orang lain dengan tetap memperhatikan prinsip prinsip yang dipegang sendiri, yaitu tanpa mengorbankan prinsip-prinsip tersebut

b. Fungsi Dan Tujuan Toleransi Antarumat Beragama

Dalam kehidupan bermasyarakat kerukunan akan terwujud bila kita menerapkan sikap toleransi. Dengan menerapkan sikap toleransi maka kehidupan dalam bermasyarakat akan menjadi lebih nyaman dan damai hal ini akan menumbuhkan suasana yang kondusif sehingga dapat menghilangkan kecemasan dan ketakutan akan adanya tindakan negatif dari agama lain. Toleransi bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara manusia dengan latar belakang ras, suku, dan agama yang berbeda. Dengan adanya sikap toleransi, kehidupan menjadi lebih rukun, penuh saling menghargai, serta menghormati satu sama lain, sehingga tercipta suasana yang aman dan damai. Selain itu, toleransi juga berperan dalam memperkuat persatuan, khususnya di kalangan masyarakat dan warga negara Indonesia, tanpa memandang perbedaan agama. Persatuan yang dibangun atas dasar toleransi yang tulus mencerminkan makna sejati dari kebersamaan dan kesatuan itu sendiri.

Toleransi beragama disini memiliki banyak fungsi diantaranya yaitu:

1) Menghindari perpecahan

   Negara Indonesia adalah negara multikultural yang retan terhadap perpecahan, terutama dalam hal keagamaan. Untuk mengantisipasinya maka implementasi toleransi beragama menjadi langkah yang penting.

2) Mempererat hubungan keagamaan

   Toleransi beragama juga memiliki peran dalam mempererat hubungan antarumat beragama. Dengan membangun kesadaran untuk menerima perbedaan.

3) Meningkatkan ketaqwaan

   Secara fundamental, Pada dasarnya setiap agama mengajarkan nilai-nilai kebaikan dalam menyikapi perbedaan, tidak ada agama yang memberikan hal mengenai kejelekan saling benci dedam dan lain-lain dalam hal ketaqwaan bisa terlihat dari setiap orang ketika mengamalkan ajaran agamya masing-masing.

c. Prinsip-Prisip Toleransi Antarumat Beragama

Pertama tidak adannya paksaan dalam menganut kepercayan oleh setiap orang. Hak asasi manusia yang paling esensial dalam hidup adalah hak kemerdekaan atau kebebasan untuk berkehendak dalam memilih atau menentukan sebuah keyakinan atau agama, kebebasan adalah hak bagi setiap manusia sehingga hal ini dapat membedakan manusia dengan makhluk yang lainnya (Safitri, 2023). Kedua adalah penghormatan atas keberadaan penganut kepercayaan lain adalah etika yang harus dilakukan dalam sikap toleransi. Setelah memberikan kebebasan beragama adalah menghormatinya dengan menghormati keragaman serta perbedaan yang ada pada setiap agama dan kepercayaan yang ada, baik yang diakui maupun belum diakui oleh negara. Dalam hal ini setiap agama dituntut agar senantiasa mampu memposisikan dirinya dalam konteks pluralitas dengan didasari semangat saling menghormati dan menghargai agama lain dengan tidak mencela atau memaksakan maupun bertindak sewenangnya dengan pemeluk agama lain. Ketiga kebebasan memilih dan menentukan keyakinan yaitu mengakui bahwa setiap agama itu benar, tetapi poin utamanya adalah keberagamaan seseorang harus didasarkan kepada kerelaan dan ketulusan hati tanpa ada paksaan. Terahir yaitu berbuat adil kepada siapa saja tanpa memandang latar belakang agama contoh dalam agama Islam mendorong umatnya untuk bekerjasama dengan siapa saja termasuk dengan umat beragama lain salama dilakukan untuk kebaikan. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang harus berusaha untuk saling menguntungkan dan tidak melanggar hukum, umat Islam dituntut untuk berbuat baik dan adil bergitupun dalam agama lain.

BAB III

KOMUNITAS GUSDURIAN UIN WALISONGO SEMARANG

A. Profil Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang

1. Sejarah Komunitas Gudurian UIN Walisongo Semarang

Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang merupakan bagian dari jejaring nasional Gusdurian yang terispirasi oleh pemikiran dan keteladanan KH. Abdurrahman Wahid, atau lebih dikenal dengan sebutan Gus Dur, lahir pada tanggal 4 Agustus 1940 di Denanyar, Jombang, Jawa Timur, dan wafat pada 30 Desember 2009. Penting untuk menjaga dan merawat nilai-nilai toleransi bangsa. Beliau memberikan warna tersendiri di kalangan mahasiswa dengan menghadirkan wadah alternatif yang fokus pada ranah sosial kemasyarakatan, mengusung tiga nilai utama: humanis, pluralis, dan nasionalis. Wadah ini juga menjadi tempat bagi mahasiswa untuk menyalurkan aspirasi dan advokasi terhadap persoalan-persoalan yang muncul di Indonesia, khususnya di Kota Semarang, dimulai dari minat sebagian mahasiswa yang kagum dan tertarik dengan sosok Gus Dur. Hal ini kemudian berkembang menjadi diskusi-diskusi sederhana tentang Gus Dur yang digelar oleh beberapa mahasiswa UIN Walisongo Semarang (Seknas, 2016).

Komunitas Gusdurian di UIN Walisongo Semarang terbentuk pada tahun 2017 melalui proses yang penuh dinamika dan tidak mudah. Abdul Ghofar bersama enam rekannya membentuk komunitas ini menjadi komunitas yang fleksibel, sehingga memungkinkan komunitas beradaptasi secara dinamis terhadap perubahan sesuai kebutuhan zaman. Kemudian, mereka mengadakan deklarasi komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang di Gedung Q Kampus II, yang dihadiri oleh Sekretariat Nasional Jaringan Gusdurian pada saat itu, yaitu Jay Akhmad dan Sarjoko. Secara resmi, pada tahun 2017 yang dipimpin oleh Syarifudin Fahmi Sepanjang hidupnya, Gus Dur telah mencetak berbagai prestasi sejak usia muda. Beliu dikenal sebagai sosok yang pengaruhnya masih terasa kuat di Indonesia hingga kini. Pemikiran dan ide-idenya sampe sekarangpun masih terus dijalankan terutama bagi kalangan yang mencintai perdamaian dan menjunjung tinggi kerukunan antarumat beragama. Beberapa tokoh Tionghoa di Semarang bahkan menganugerahkan gelar “Bapak Tionghoa” kepada Gus Dur sebagai bentuk penghormatan (Wawancara Nensa, 1 Mei 2025). Beliu juga menerima penghargaan dari organisasi *Mubal Valor* yang berbasis di Los Angeles, karena keberaniannya dalam membela hak-hak kaum

minoritas, termasuk memperjuangkan hak umat Konghucu yang sempat terpinggirkan pada masa Orde Baru.

Selain itu, Gus Dur juga dikenal sebagai pejuang hak asasi manusia (HAM) karena kepeduliannya terhadap berbagai persoalan pelanggaran HAM. Meskipun beliau telah wafat, nilai, ide, dan gagasan beliau terus diperjuangkan oleh para penerus dan pengagumnya, yang dikenal dengan sebutan Gusdurian. Sebutan ini merujuk kepada murid, pengagum, atau penerus pemikiran dan perjuangan Gus Dur yang meneladani karakter dan prinsip nilai-nilai beliau. Dengan demikian, perjuangan Gus Dur setelah wafatnya belum selesai. Maka terbentuklah komunitas yang kemudian dinamakan Gusdurian. Sejak deklarasi tersebut, hingga tahun ini telah terbentuk komunitas Gusdurian hampir di setiap kabupaten dan kota termasuk kota Semarang pada Perguruan Tinggi UIN Walisongo Semarang (Buku Jeraring Gusdurian, 2020)..

2. Lokasi Komunitas Gusdurian UIN Walisongo

Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang memiliki sekretariat yang berlokasi di Oemah Gusdurian Tambakaji, terletak di Jalan Beringin Timur RT 2 RW 8, Tambakaji, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah, dengan kode pos 50185. Alamat ini menjadi pusat aktivitas bagi para penggerak anggota komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yang secara aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan. Oemah Gusdurian Tambakaji tidak hanya berfungsi sebagai ruang fisik, tetapi juga sebagai simbol dari semangat Gus Dur yang terus hidup dan berkembang di kalangan generasi muda.

3. Visi Misi, Prinsip Perjuangan dan Kode Etik Gusdurian UIN Walisongo Semarang

a. Visi Misi Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang

Visi : Masyarakat UIN Walisongo yang mandiri, toleran, inklusif, dan religious, yang berbasis nilai, pemikiran dan keteladanan (NPK) Gus Dur.

b. Misi Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang

1) Nilai, Pemikiran, perjuangan Gus Dur tetap hidup dan mengawal pergerakan kebangsaan Indonesia melalui sinergi karya para pengikutnya yang dilandasi 9 nilai utama Gus Dur.
2) Menggali, memlihara dan menyebarluaskan nilai-nilai perjuangan Gus Dur.

3) Menyamai dan memperkuat agen-agen pemberdayaan masyarakat local dan global.
4) Mengambangkan jejaring dengan kelompok-kelompok strategis dalam masyarakat lokal dan global.
5) Mengambangkan tradisi dialog dengan berbagai kelompok masyarakat untuk saling memahami dan menemukan mufakat.
6) Mengembangkan upaya-upaya khusus ke arah kesejahteraan masyarakat.

c. Prinsip Dasar Perjuangan

1) Integritas

   Integritas merupakan sikap yang konsisten dan teguh dalam memegang nilai-nilai mulia serta keyakinan yang diyakini. Integritas juga mencerminkan kejujuran serta kesesuaian antara ucapan dan perbuatan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dalam integritas memiliki kualitas-kualitas individu seperti sopan, bersikap baik, konsisten (John Alfredo, 2021).

2) Independensi

   Merupakan prinsip sikap mental yang bebas dari pengaruh pihak lain dalam merumuskan dan menyatakan pendapatnya. Serta tidak dikendalikan oleh pihak lain, tidak tergantung pada orang lain,, dalam artian kejujuran dalam mempertimbangkan fakta dan adanya pertimbanan yang objektif tidak memihak (Mulyadi, 2008).

3) Transparansi

   Merupakan prinsip keterbukaan kepada khalayak masyarakat luas untuk mengetahui dan mendapatkan akses tentang informasi yang berkitan dengan komunitasnya

4) Keadilan Gender

   Sebagai tunas Gus Dur yang membawa nilai-nilai pemikiran Gus Dur bagaimana meneruskan Perjuangan kesetaraan genderyang telah dicontohkan oleh beliu.

5) Keberpihakan kepada kelompok lemah

   Termasuk dalam hal kemanusiaan. Kemulian yang ada dalam diri manusia mengharuskan sikap untuk saling mengharagi dan menghormati, memuliakan menusia artinya memuliakan penciptanya, ddemikian juga merendahkan dan menistakan manusia artinya merendahkan penciptanya. Dengan pandangan

tersebut Gus Dur membela kemanusiaan tanpa syarat terutama kepada kelompok lemah.

6) Anti Diskriminasi

Tindakan yang didasari perilaku yang adil aitu keadilan yang bersumber bahwa martabat kemanusian hanya bisa dipenuhi dengan adanya keseimbangan, kelayakan, dan kepantasan dalam kehidupan masyaraka. Sepanjang hidupnya, Gus Dur rela dan mengambil tanggungjawab itu beliu berfikir dan berjuang untuk menciptkan keadilan ditengah-tengah masyarakat.

7) Anti Kekerasan

Merupakan wujud komitmen terhadap keadilan sosial dan hak asasi manusia. Mendorong seetiap individu maupun komunitas untuk menolak segala bentuk penindasan, dalam konteks gerakan Gusdurian prinsip ini menjadi pijakan moral dalam membela kelompok minoritas, membangaun solidaritaslintas identitas, serta menciptakan ruang sosial yang inklusif serta bebas dari deskriminasi

8) Anti Penindasan

Prinsip atau nilai ini menekankan pentingnya kebeberpihakan terhadap kelompok yang lema, serta menolak segala bentuk ketidakadilan, deskriminasi, dan kekerasan atas dasar apapun baik secara stuktural maupun kultural.

9) Berspektif Ekologis

Yaitu prinsip yang menegaskan pentingya kesadaran akan keterhubungan manusia dengan lingkungan alam. Gus Dur menyakini bahwa tanggungjawab moral tidak hanya sebatas pada relasi antarmanusia tetapi juga peduki terhadap kelestarian bumi dan makhluk hidup laiannya (Buku Jeraring Gusdurian, 2020).

d. Kode Etik Gusdurian

Di komunitas gusdurian memiliki kode etik, yang mana kode etik jaringan Gusdurian merupakan nilai-nilai atau aturan-aturan sebagai landasan etik dan filosofis dari perilaku dan ucapan mengenai hal-hal yang dibolehkan dan dilarang yang patut dilakukan oleh anggota komunitas Gusdurian. Dengan adanya kode etik ini bertujuan untuk menjaga martabat, kehormatan, citra, dan kredibilitas Gusdurian dalam melakukan setiap wewenang, tanggungjawab kepada khalayak dan komunitasnya. Kode etik tersebut diantaranya (Buku Jeraring Gusdurian, 2020).:

1) Menjalankan dan menyebarluaskan nilai-nilai dasar dan prinsip perjungan komunitas Gusdurian
2) Membangun rasa saling percaya, setia kawan, rukun, bersahabatan dan persaudaraan sebagai sesame keluarga besar Gusdurian.
3) Semangat saling menghormati serta menghargai perbedaan pendapat dan kenyakinan diantara anggota.
4) Bersikap kritis terhadap berbagai hal yang tidak berpihak kepada masyarakat,
5) Memiliki rasa hormat dan menghargai terhafap perbedaan yang menyakut keyakinan, suku ras dan politik.
6) Menghidari campur tangan pihak-pihak laur jaringan yang tidak selaras dengan pelaksanaan nilai dan prinsip perjuangan komunitas Gus durian
7) Anggota dilarang bertindak atau mengucapkan hal-hal yang bertetangan dengan nilai dan prinsip perjuangan.
8) Anggota dilarang mendorong atau menempatkan komunitas Gusdurian dalam setiap kegiatan politik praktis.
9) Anggota komunitas Gusdurian dilarang menggunakan nama komunitas untuk kepentingan pribadi.
10) Tidak mengatasnamakan komunitas Gusdurian anggota dilarang melakukan intimidasi, ancaman, dan pemerasan terhadap pihak lain.

4. Stuktur Komunitas Gusdurian UIN Walisogo Semarang

Stuktur pada komunitas GusdurianUIN Walisongo Semarang memiliki seorang koordinator sebaagi penanggung jawab. Stuktur kepengurusan terbaru pada periode 2024-2025 yaitu :

Koordinator	: Muqtafa Deka Yunensa
Presidium	: M. Ibnu Al-ghifari
Sekretaris Umum	: Ghanis Fatiha Namya Safia
Bendahara Umum	: Arina Mustafidah
Divisi Kegitan	: Ilham Ferryansyah R
	Sahal
Divisi Media Dan Public Relations	: Nurul Kholisha Sabira
	Putri Devi Apriliana
Divisi Ekonomi Kreatif	: M. Tarmizi Muis

5. Program Kerja Dan Sumber Dana Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang

Program kerja komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang tahun 2023-2024 **(Wawancara Nensa, 1 Mei 2025)** :

Tabel 1 Program kerja Komunitas Gusdurian

No	Kegiatan	keterangan	Waktu	Tujuan
1.	Hul Gusdur	Insidental	Januari akhir	Mengenang jasa-jasa almarhum Gus Dur seta meneladani nilai-nilai yang diwariskan oleh Gus Dur
2.	Silaplurasa (kujungan rumah ibadah)	Rutinan	Satu bulan satu kali	Merawat persaudaraan sesama bangsa Indonesia serta belajar perihal perbedaan untuk bisa lebih menghargai perihal perbedaan
3.	Forum 1+7 an	Rutinan	Satu bulan satu kali	Menambah pengetahuan kapasitas intelek, mengkaji isu sosial keagamaan
4.	Kajian Gus Dur	Rutinan	Dua minggu satu kali	Menambah wawasan umum
5.	Diskusi Media	Rutinan	Satu bulan satu kali	Memberikan serta menyebarkan informasi sebagai alat edukasi, eksistensi dan media hiburan
6.	Evalusi atau rapat	Rutinan	Satu bulan satu kali	Mengevaluasi kegiatan yang sudah terlaksana maupun yang belum terlaksana
7.	Kelas penggerak Gusdurian	Insidental		kaderisasi

8.	Pelatihan advokasi kebijakan	Insidental	April	Mengkaji isu terkini yang sedag ramai dibicarakan dan menumbuhkan pemikiran kritis
9.	Pelatihan Jurnalistik	Insidental	Satu Bulan satu kali	Pengembangan bakat dan minat dibidang kepenulisan
10.	kegiatan Jateng dan Sekretariat Nasional Jaringan Gusdurian	Insidental		Kegiatan yang melibatkan perwakilan setiap komunitas daerah untuk traning atau pelatihan
11.	Temu Nasional Gusdurian	Rutian	Tiga tahun satu kali	Pertemuan penggerak secara nasional sebagai bentuk silturhami antar komunitas yang tersebar diseluruh Indonesia
12.	Rakorda Jaringan Gusdurian Se-Jateng dan DIY	Rutinan	Ditentukan dari Sekretariat Nasional Jaringan Gusdurian	Untuk membicarakan masalah-masalah disetiap komunitas, tindak lanjut kinerja komunitas.
13.	Aksi Solidaritas	Insidental		Mengelola kinerja kerja di bidang tanggap serta memperbadayakan sosial dan ekonomi serta penorgabisasian relawan tanggap bencana

B. Strategi Kampanye Public Relations Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang

Dalam menjalankan fungsinya, Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang menginisiasi berbagai program kampanye *Public Relations* yang bersifat edukatif, partisipatif, dan transformatif. Kegiatan-kegiatan tersebut dirancang untuk memperkuat kesadaran public terhadap pentingnya toleransi antarumat beragama. Sebagai komunitas yang bersifat informal atau tidak terikat tempat, maka para

anggotanya tersebar di berbagai jurusan hingga fakultas yang berbeda, terdiri dari berbagai komunitas lokal contohnya organisasi keagamaan, LSM dan organisasi lintas iman lainnya. Melalui tiga tahapan utama: tahap pra-kampanye berupa riset isu intoleransi atau identifikasi masalah selanjutnya tahap perencanaan dan pelaksanaan kampanye melalui kegiatan-kegiatan dan terahir tahap evaluasi pasca kampanye yang berfungsi untuk menilai efektivitas program dalam meningkatkan kesadaran dan perubahan sikap khalayak sasaran Bisa diambil kesimpulan bahwa komunitas ini adalah orang-orang yang secara sadar mengamalkan dan meneruskan perjuangan

1. Bentuk kampanye *public relations* yang telah dilaksanakan antara lain sebagai berikut:
   a. Forum Kajian dan Diskusi Lintas Iman

      Kegiatan ini dilaksanakan sebagai ruang dialog terbuka bagi mahasiswa ataupun civitas akadamis dan umum. Forum ini mengangkat isu-isu strategis seperti salah satunya toleransi antarumat beragama yang berbeda dan diikuti dari berbagai latar belakang agama yang berbeda. Forum ini dirancang sebagai ruang interaksi yang beragam, dengan tujuan mendorong terciptanya pemahaman lintas iman melalui pertukaran gagasan, pengalaman spiritual, dan refleksi bersama atas realitas keberagaman yang ada di tengah masyarakat. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kesadaran kritis, empati, dan sikap saling memahami antarumat beragama.

   b. Perdamaian Indonesia rumah bersama

      Merupakan salah satu program strategis yang diinisiasi sebagai bagian dari kampanye *Public Relations* yang bersifat kolaboratif. Program ini diselenggarakan sebagai ruang perjumpaan yang mempertemukan individu dari berbagai latar belakang agama, serta budaya guna membangun narasi bersama tentang pentingnya perdamaian dan nilai-nilai kemanusiaan dalam kehidupan berbangsa. Melalui kegiatan ini, komunitas tidak hanya menyoroti permasalahan intoleransi, tetapi juga secara aktif memberikan solusi melalui pendekatan kegiatan seperti silaplurasa (Silaturahmi dan perjumpaan lintas rasa, agama dan budaya), halal bihalal lintas iman, dan sahur keliling bersama bu Shinta Nuriyah Wahid. Kegiatan ini menjadi simbol bahwa Indonesia adalah ruang hidup kolektif yang seharusnya memberikan rasa aman, penerimaan, dan kesetaraan bagi setiap warga negara, tanpa memandang latar belakang agama atau identitas sosial lainnya. Tujuan utama dari program ini

adalah untuk menginternalisasi semangat Bhinneka Tunggal Ika di kalangan mahasiswa dan sivitas akademika, mendorong terbentuknya rasa tanggung jawab bersama terhadap isu-isu perdamaian, serta memperkuat jejaring lintas iman dalam rangka membangun solidaritas sosial dan harmoni antarumat beragama secara berkelanjutan.

2. Peningkatan audience pasca kampanye

Kegiatan kampanye toleransi yang diselenggarakan oleh Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang tidak hanya bertujuan menyampaikan pesan-pesan keberagaman, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari partisipan sebagai penerima pesan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas kampanye tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap lima partisipan yang pernah mengikuti kegiatan kampanye, baik dalam bentuk diskusi maupun kajian publik, dan perdamain forum lintas iman. Dengan data ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam pemahaman, sikap, serta perilaku terkait isu toleransi antarumat beragama itu ada. Peningkatan ini terlihat dari perubahan cara pandang, kepekaan sosial, serta partisipasi mereka dalam menyuarakan nilai-nilai keberagaman di lingkungan kampus maupun diluar kampus.

Table 2 wawancara Partisipan

No	Partisipan	Kesadaran sebelum memahami toleransi	Kesadaran setelah memahami tolerasi
1.	Partisipan 1	Mengetahui konsep toleransi dari materi yang sudah pernah dipelajari, tapi tidak pernah ikut kegiatan lintas agama.	Setelah mengikuti kegiatan kampanye seperti diskusi lintas iman, menjadi lebih paham dan menyadari bagaimana menyikapi perbedaan dengan cara yang bijak dan tidak reaktif.
2.	Partisipan 2	Sudah mengetahi pentingnya toleransi, tetapi belum pernah mengikuti atau terlibat dalam kegiatan yang membahas langsung dengan peserta beda agama.	Setelah mengikuti kegiatan lebih membuat kesadaran bahwa toleransi juga soal keberanian untuk menyuarakan damai.

3.	Partisipan 3	Tidak terlalu memahami peran mahasiswa dalam membangun budaya toleransi.	Setelah ikut kampanye, merasa mahasiswa punya tanggung jawab sosial.
4.	Partisipan 4	merasa ragu berteman dengan teman beda agama karena takut salah paham.	Setelah mengikuti kegiatan dialog lintas iman dan kunjungan rumah ibadah agama lain merasa lebih terbuka dan tahu batasan komunikasi lintas iman dan makna toleransi beragama.
5.	Partisipan 5	Menilai toleransi sebagai urusan pribadi, pasif terhadap isu keberagaman.	Menyadari pentingnya membangun relasi dan dialog antar agama.

Berdasarkan informasi dari ketua Komunitas Gus Durian UIN Walisongo, kegiatan kampanye yang dilakukan seperti dialog lintas iman, diskusi keberagaman, dan kunjungan rumah ibadah bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya toleransi antarumat beragama. Peningkatan tersebut tampak jelas dari data partisipan di atas yang menunjukkan adanya perubahan signifikan sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA DI KOMUNITAS GUS DURIAN UIN WALISONGO SEMARANG

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan data dan temuan penelitian yang peneliti dapatkan pada saat melakukan penelitian. Menjawab pertanyaan yang tertera di dalam rumusan masalah. Lingkup komunitas kampanye *public relations* merupakan aktivitas komunikasi yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu dan mempengaruhi khalayak yang menjadi target karena dengan kampanye *public relations* akan mempermudah jalan terwujudnya suatu tujuan, oleh karna itu untuk mencapai tujuannya maka diperlukannya strategi yang efektif. Strategi kampanye *public relations* ini menjadi sebuah ruang untuk mewudjudkan nilai-nilai kebinekaan yang diwariskan oleh Gus Dur, sekaligus sarana edukatif yang menanamkan pentinya menghargai perbedaan

Setiap komunitas atau organisasi memiliki strategi masing-masing untuk mencapai sebuah tujuan dari komunitas atau organisasi itu sendiri, hal ini berfungsi sebagai penyelesaian setiap permasalahan yang muncul dalam proses mencapai tujuan. Dalam membumikan isu toleransi antarumat beragama tidak terlepas dari suatu permasalahan yang sedang terjadi(Nasrullah, 2012), berdasarkan metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam bentuk wawancara dan arsip dokumen memiliki beberapa temuan yang dapat menunjang dalam penelitian strategi kampanye public relations komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dalam peningkatan kesadaran toleransi antarumat beragama. peneliti melihat bahwa strategi kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang tidak hanya merepresentasikan praktik kehumasan yang praktis, tetapi juga mencerminkan pentingnya peran komunikasi dalam membentuk kesadaran sosial di tengah masyarakat multikultural. Pendekatan yang digunakan oleh komunitas ini menunjukkan bagaimana komunikasi strategis berbasis nilai-nilai kemanusiaan, toleransi, dan keberagaman. Adapun strategi kampanye public relations dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sejalan dengan model teori kampanye Ostergaard yang dikembangkan oleh Leon Ostergaad yang terdiri dari tiga tahapan, yakni:

A. Tahapan sebelum kampanye (Pra Kampanye)

Sebelum membuat perencanaan dalam strategi kampanye *Public Relations* komunitas Gusdurian UIN Waliosongo Semarang terlebih dahulu melakukan penelitian terkait isu yang mencuat atau terjadi, contohnya seperti penyebab terjadinya suatu permasalahan kemudian mengidentifikasi permasalahan tersebut. Dalam koneks ini komunitas gusdurian UIN Walisongo Semarang melakukan pengamatan mengenai masalah toleransi antarumat beragama yang masih relevan hingga saat ini. Tahap Pra kampanye akan berfokus pada analisis masalah, yang dilanjutkan dengan penetapan tujuan, public, pesan yang disampaikan, waktu, dan sumber daya yang dibutuhkan jadi sebelum melakukan tahap selanjutnya perlu menganalisis kondisi sosialnya terlebih dahulu, dapat mengidentifikasi berbagai faktor yag mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok, seperti nilai-nilai, pola komunikasi, serta potensi konflik yang terjadi (Antar Venus, 2019)

> *"sesuai dengan pertemuan bersama Sekretariat Nasional Jaringan Gusdurian, kami melihat bahwa ruang-ruang pertemuan antar kelompok masyarakat kini semakin terbatas akibat adanya sekat-sekat sosial. Di samping itu, pemahaman dan pengalaman masyarakat dalam mengimplementasikan toleransi beragama pun masih cukup minim. terutama terkait pentingnya sikap toleransi, memang kalo di UIN walisongo semarang sendiri ada rumah moderasi tetapi sikap toleransi itu bisa terbentuk jika ada keberagaman contohnya keberagaman agama sedangkan di UIN Walisongo Semarang sendiri menjadi satu keyakinan nah maka hal tersebut masih menimbulkan sikap intoleran. Dari situ kira-kira untuk mengatasi hal tersebut itu bagaimana Hal ini mendorong kami untuk terus menyuarakan dan menanamkan nilai-nilai toleransi beragama dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai bagian dari komunitas Gusdurian, kami berkomitmen untuk terus mempelajari dan menjalankan ajaran-ajaran yang diwariskan oleh Gus Dur"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Komunitas ini melakukan pengamatan serta mengindentifikasi masalah terlebih dahulu apa yang menjadi penyebab mengapa masih perlu sikap toleransi antarumat beragama untuk terus dikampanyekan. Langkah awal komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yaitu mengidentifikasi masalah terkait isu intoleransi, hubungan sebab akibat yang terjadi dengan fakta-fakta yang ada yang kemudain dianalisis, hal ini merupakan bentuk kepekaan sosial yang sangat penting dalam konteks kampanye *Public Relations* salah satu caranya yaitu melakukan survei penelitian mengenai sikap toleransi kepada penggerak serta peserta yang biasa mengikuti diskusi atau kegiatan komunitas Gusdurian, guna memperoleh data empiris mengenai sejauh mana nilai-nilai toleransi dipahami dan dipraktekan dalam kehidupan sehari-hari hasil survei ini nantinya dapat menjadi dasar dalam melakukan kampanye contoh hal yang menjadi masalahnya adalah masih terdapat sikap-sikap intoleransi contohnya di lingkungan UIN Walisongo Semarang ataupun sekitarnya, khususnya dalam menyikapi perbedaan agama. Identifikasi masalaah yang

dilakukan bukan sekadar tahap pra kampanye, melainkan menjadi fondasi utama untuk memahami secara utuh dinamika keberagama atau bahkan kurangnya keberagaman. Contoh Pengamatan terhadap minimnya interaksi lintas keyakinan di lingkungan UIN Walisongo menunjukkan bahwa meskipun institusi ini memiliki visi moderasi beragama, praktiknya masih menghadapi tantangan, terutama dalam membentuk pemahaman dan sikap toleran. Hal ini tidak lepas dari realitas bahwa mayoritas civitas akademika UIN Walisongo Semarang berasal dari satu latar kepercayaan yang sama. Kondisi ini menjadikan pemahaman terhadap perbedaan agama menjadi tantangan tersendiri, karena keberagaman yang minim sering kali membuat individu sulit terbiasa menerima dan memahami perspektif yang berbeda. Tanpa adanya ruang dan pengalaman langsung dalam menghadapi keberagaman, kesadaran akan pentingnya toleransi pun cenderung rendah maka hal tersebut menjadi pertimbangan komunitas Gusdurian UIN Walisongo dalam mengerakkan kegiatan toleransi antarumat beragama.

Melalui pengumpulan data, seperti survei terhadap partisipan komunitas peneliti melihat bahwa komunitas Gusdurian berusaha merumuskan strategi kampanye terhadap isu yang muncul, tetapi juga bersifat reflektif dan proaktif dalam membangun ruang dialog yang berkelanjutan. Oleh karna itu kegiatan kampanye toleransi yang digagas tidak hanya menjadi bentuk dukungan, tetapi juga wujud tanggung jawab moral dan intelektual terhadap realitas sosial yang ada. Hal ini tidak lepas dari realitas bahwa mayoritas civitas akademika UIN Walisongo Semarang berasal dari satu latar kepercayaan yang sama. Kondisi ini menjadikan pemahaman terhadap perbedaan agama menjadi tantangan tersendiri, karena keberagaman yang minim sering kali membuat individu sulit terbiasa menerima dan memahami perspektif yang berbeda. Tanpa adanya ruang dan pengalaman langsung dalam menghadapi keberagaman, kesadaran akan pentingnya toleransi pun cenderung rendah maka hal tersebut menjadi pertimbangan komunitas Gusdurian UIN Walisongo dalam mengerakkan kegiatan toleransi antarumat beragama.

B. Perencanaan dan pelaksanaan kampanye

Berdasarkan yang telah dijelaskan pada tahap sebelumnya yaitu idetifikasi masalah. Langkah selanjutnya yaitu tahap perancanaan, tahap ini dilakukan dengan tujuan agar permasalahan yang dihadapi dapat diatasi secara sistematis dan terarah perencanaan yang matang menjadi acuan penting dalam menentukan arah serta sasaran yang dituju. Berdasarkan hal diatas terkait permasalahan yang ditemukan peneliti dalam mengidenifikasi masalasah yang ada dan mengumpulkan fakta-fakta yang didapatkan dari hasil wawancara.

Komunitas Gusdurian membuat perencanaan dan pelaksanaan beberapa kegaiatan denagan tujuan untuk mempertajam upaya komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dalam mengkampanye kesadaran akan toleransi anatarumat beragama

Mengacu pada teori model Ostergraard, hal utama dalam penyusunan kampanye akan berfokus pada masalah yang terjadi. Tahap tersebut dapat dibantu dan diperjelas dengan serangkain tahap perencanaan kampanye milik Gregory dengan salah satunya adalah melakukan analisis situasi model PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi). Analisis PEST merupakan suatu alat yang digunakan untuk sebuah perencanaan yang dapat memeperngaruhi keberhasilan suatu organisasi atau komunitas yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi atau komunitas. Dalam konteks strategi kampanye *Public Relations*, analisis terhadap tantangan dan peluang menjadi langkah penting untuk memahami lingkungan strategis yang mempengaruhi keberhasilan kampanye. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi,

Berikut adalah analisis PEST:

1. Politik

   Untuk analisis terhadap faktor politik manjadi suatu aspek yang krusial atau penting dalam memahami dinamika yang dapat memengaruhi keberhasilan kampanye. Faktor politik memiliki beberapa keterkaitan diantaranya relasi kukuasaan, kebijakan internal lembaga, serta sikap dan kepentingan para pemangku kepentingan terhadap isu yang diangkat (Ningtiyas & Supranata, 2018). Dalam lingkungan kampus, seperti UIN Walisongo Semarang berkaitan erat dengan kebijakan pimpinan, hubungan ideologis organisasi mahasiswa, serta persepsi terhadap komunitas atau gerakan yang terlibat dalam kampanye. Oleh karna itu tanpa pemetaan politik yang matang dan baik kampanye dapat beresiko mendapat penolakan, baik secara struktural maupun kultural. Oleh karena itu, strategi kampanye harus mencakup pendekatan diplomatis, lobi kepada pihak-pihak yang memiliki wewenang, serta penyusunan narasi yang relevan dan tidak menimbulkan konflik dengan kepentingan politik yang ada. Hal ini sesuai dengan kutipan wawacara yang didapatkan oleh peneliti.

   > *"kalo dilihat dari faktor politik hal yang paling penting yaitu pandai melobi pimpinan atau tokoh politik yang berpengaruh Oleh karena itu, diperlukan kemampuan melakukan pendekatan dan lobi secara strategis kepada pihak otoritas yang berpengaruh agar proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dapat berjalan lebih lancar dan mendapatkan dukungan yang dibutuhkan, dari segi sosial"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Melihat kutipan wawancara diatas strategi kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dalam perencanaan mengenai analisis faktor politik yaitu kemampuan untuk menjalin komunikasi yang baik dan kemampuan melakukan lobi kepada pimpinan atau tokoh politik yang berpengaruh. Dengan pendekatan ini maka proses perencanaan terhadap faktor politik dapat berlangsung serta memperoleh dukungan yang memadai. Salah satu contoh nyata yang dilakukan komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yaitu menyampaikan surat resmi kepada Sekretariat Nasional Jaringan Gusdurian (pusat) sebagai upaya koordinasi sekaligus permohonan dukungan, dan harapannya pihak Gusdurian pusat dapat meneruskan dan menyuarakan rencana kegiatan tersebut kepada pihak kampus, sehingga pelaksanaan program menjadi lebih mudah dan memperoleh legitimasi serta dukungan yang lebih kuat dari pihak otoritas kampus.

Peneliti memahami bahwa kampanye yang mengusung isu sensitif seperti toleransi antarumat beragama harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian. Tanpa adanya pemetaan politik yang cermat, kampanye berisiko mendapat resistensi, baik secara formal dari struktur maupun kultural dari kelompok-kelompok yang memiliki pandangan berbeda. Oleh karena itu, analisis politik menjadi penting, yakni dengan melakukan pendekatan persuasif dan diplomatis kepada para pemegang otoritas, serta menyusun narasi kampanye yang relevan dengan nilai-nilai institusi, seperti visi moderasi beragama yang diusung UIN Walisongo. Keberhasilan kampanye tidak hanya bergantung pada kekuatan pesan atau metode pelaksanaannya, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelola relasi kuasa dan merespons kepentingan-kepentingan yang ada di balik panggung kampus. Dengan kata lain, pendekatan politik yang bijak dan adaptif menjadi syarat mutlak agar pesan kampanye dapat diterima, didukung, dan bahkan diadopsi oleh struktur kelembagaan maupun kultural kampus.

2. Ekonomi

Dalam strategi kampanye *Public Relations*, faktor ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses perencanaan, pelaksanaan, hingga keberlanjutan kegiatan kampanye. Setiap aktivitas kampanye membutuhkan alokasi anggaran yang mencakup berbagai kebutuhan, seperti sarana dan prasarana media kampanye, konsumsi, perizinan, transportasi, serta dokumentasi kegiatan. Namun dalam banyak kasus, terutama pada komunitas atau organisasi mahasiswa seperti komunitas Gusdurian di lingkungan kampus, memiliki keterbatasan dana, hal ini menjadi sebuah

tantangan bagi komunitas. Oleh karena itu, strategi kampanye perlu disusun dengan pendekatan yang efisien dan berorientasi pada penggunaan sumber daya yang tersedia secara maksimal. Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah memanfaatkan kolaborasi sebagai alat kampanye, karena selain biayanya rendah, jangkauannyapun luas dan mampu menjangkau target audiens secara cepat. Selain itu, penting juga membangun kerja sama atau kolaborasi dengan pihak-pihak yang memiliki sumber daya pendukung.

Kolaborasi ini dapat membantu meringankan pengeluaran karena berbagai kebutuhan dapat dibagi dua dan ditanggung bersama. Di sisi lain, penggunaan fasilitas kampus seperti aula, ruang kelas, atau peralatan milik lembaga juga menjadi bagian dari strategi penghematan. Strategi kampanye yang ekonomis tidak selalu berarti mengurangi kualitas, justru dapat mendorong kreativitas dalam menciptakan program-program inovatif berbasis komunitas yang berdampak luas. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap kondisi ekonomi organisasi serta kemampuan dalam mengelola dan mengalokasikan anggaran secara tepat menjadi kunci penting dalam keberhasilan kampanye *Public realtions* yang berkelanjutan dan efektif. Salah satu contohnya adalah kerja sama dengan HMJ PAI UIN Walisongo Semarang untuk menyeleggarakan seminar diskusi. Berdasarkan wawancara bersama penanggung jawab divisi Public Relations komunitas UIN Walisongo Semarang menyebutkan bahwa:

> *"Karena komunitas kami memang memiliki keterbatasan dalam hal pendanaan, maka kami memilih strategi untuk berkolaborasi dengan organisasi-organisasi kampus. Salah satu contohnya yaitu bekerja sama dengan HMJ PAI. Dalam kerja sama ini, kedua belah pihak sama-sama diuntungkan; kami bisa menjalankan kegiatan dengan lebih ringan secara finansial, sementara pihak HMJ juga mendapatkan kegiatan yang relevan untuk program kerja mereka"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Dalam strategi kampanye *Public Relations*, faktor ekonomi merupakan salah satu aspek penting yang menentukan kelancaran dan keberhasilan program. Keterbatasan anggaran sering kali menjadi tantangan utama, terutama dalam kampanye yang dilakukan oleh komunitas atau organisasi mahasiswa yang mengandalkan dana terbatas (Wijaya, 2024). Oleh karena itu, diperlukan strategi kampanye yang bersifat efisien dan efektif, dengan memaksimalkan sumber daya yang tersedia, seperti penggunaan media sosial, dukungan relawan, serta pemanfaatan fasilitas kampus. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti HMJ,DEMA,SEMA dan UKM kampus atau organisasi mitra, menjadi langkah strategis untuk menekan biaya sekaligus memperluas

jangkauan kampanye. Dengan pendekatan yang kreatif dan ekonomis, kampanye tetap dapat berjalan optimal meskipun dalam kondisi sumber daya yang terbatas.

Peneliti menganalisis bahwa faktor ekonomi menjadi pertimbangan yang dapat memengaruhi bentuk, skala, dan efektivitas kampanye. Keterbatasan anggaran merupakan tantangan nyata yang dihadapi oleh komunitas berbasis mahasiswa, di mana tidak tersedia dana operasional yang tetap atau bersumber dari lembaga formal. Dalam kondisi ini, kreativitas dan kecermatan dalam mengelola sumber daya menjadi kunci utama, dari hasil wawancara, bisa dilihat bahwa strategi kolaborasi lintas organisasi kampus menjadi solusi yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga memperkuat aspek partisipatif dan memperluas daya jangkau kampanye. Kolaborasi dengan HMJ, DEMA, SEMA, maupun UKM menjadi bentuk sinergi strategis yang memungkinkan kegiatan tetap berjalan tanpa beban finansial yang besar. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai media utama kampanye menunjukkan kemampuan komunitas dalam mengoptimalkan teknologi rendah biaya namun berdampak luas. Dari perspektif *Public Relations*, hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang efektif tidak selalu ditentukan oleh besarnya dana, melainkan oleh sejauh mana pelaku kampanye mampu menyusun strategi yang adaptif terhadap keterbatasan. Sebagai peneliti, saya menilai bahwa komunitas Gusdurian mampu mempraktikkan prinsip-prinsip efisiensi dan kolaborasi secara nyata, menjadikan faktor ekonomi bukan sebagai hambatan, tetapi sebagai peluang untuk memperkuat jaringan dan membangun solidaritas antarorganisasi mahasiswa di lingkungan UIN Walisongo Semarang.

3. Sosial

Setelah menganalisis faktor sosial, terlihat bahwa masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan pengalaman audiens terhadap isu keberagaman, terutama karena homogenitas latar belakang agama di lingkungan kampus. Kondisi ini menyebabkan kurangnya ruang dialog dan interaksi yang sehat antara kelompok-kelompok mahasiswa yang berbeda pandangan. Oleh karena itu, strategi kampanye *Public Relations* harus diarahkan untuk membangun ruang perjumpaan sosial yang inklusif dan partisipatif. Salah satu pendekatan yang dilakukan adalah dengan melibatkan berbagai elemen organisasi mahasiswa dalam kegiatan bersama, seperti diskusi publik, seminar, hingga kunjungan rumah ibadah lintas iman. Tujuannya adalah untuk membiasakan mahasiswa berinteraksi dengan keragaman secara langsung, serta menumbuhkan sikap saling menghargai. Dengan begitu, kampanye tidak hanya

menyampaikan pesan secara satu arah, tetapi juga menciptakan pengalaman sosial yang dapat mengubah cara pandang dan perilaku audiens terhadap toleransi dan moderasi beragama.

> *"Dari segi sosial, kami melihat bahwa lingkungan kampus masih kurang terbuka terhadap keberagaman, karena mahasiswa di sini mayoritas berasal dari satu latar belakang agama yang sama. Hal ini membuat mereka kurang memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan perbedaan. Maka dari itu, kami merasa penting untuk menciptakan ruang-ruang perjumpaan melalui kampanye toleransi dan moderasi beragama. Misalnya, kami mengadakan diskusi lintas perspektif bersama teman-teman dari berbagai organisasi agar terjadi pertukaran gagasan dan memperluas wawasan sosial mereka terhadap keberagaman"* **(Wawancara April, 2 Mei 2025)**.

Setelah melakukan analisis terhadap faktor sosial, dapat dijabarkan oleh peneliti bahwa lingkungan sosial kampus, khususnya di UIN Walisongo Semarang, masih menunjukkan kecenderungan yang kurang inklusif terhadap keberagaman. Hal ini dipengaruhi oleh realitas bahwa mayoritas mahasiswa berasal dari latar belakang agama dan pandangan keyakiann seragam, sehingga pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan perbedaan, baik secara agama, budaya, maupun cara pandang, masih terbatas. Kondisi sosial seperti ini menciptakan tantangan tersendiri dalam membangun kesadaran akan pentingnya nilai-nilai toleransi antarumat beragama, karena keterbatasan ruang perjumpaan dan minimnya interaksi dengan kelompok yang berbeda dapat memperkuat sikap eksklusif dan homogen. Oleh karena itu, strategi kampanye *Public Relations* yang dirancang oleh komunitas seperti Gusdurian perlu mempertimbangkan pendekatan yang mampu menciptakan dan menumbuhkan ruang-ruang sosial yang mendorong terjadinya dialog, partisipasi aktif, dan keterlibatan lintas kelompok. Kegiatan seperti diskusi publik tematik, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa lintas jurusan atau fakultas, serta program edukatif yang bersifat partisipatif menjadi instrumen penting dalam memperkuat jaringan sosial kampanye. Melalui strategi ini, diharapkan selalu akan tercipta kodisi sosial yang tidak hanya menumbuhkan kesadaran bersama terhadap pentingnya hidup berdampingan secara damai dalam perbedaan, tetapi juga mampu membentuk kultur kampus yang lebih terbuka, inklusif, dan menghargai keberagaman sebagai kekayaan bersama. Pendekatan sosial ini tidak hanya berdampak pada peserta yang terlibat langsung, tetapi juga memiliki efek jangka panjang terhadap budaya akademik yang lebih inklusif. Dengan demikian, strategi kampanye yang berbasis pada penguatan interaksi sosial lintas iman menjadi langkah konkret dalam membumikan nilai-nilai toleransi antarumat beragama secara kontekstual di ruang kampus.

4. Teknologi

Faktor teknologi merupakan salah satu aspek krusial dalam mendukung efektivitas strategi kampanye *Public Relations*, khususnya dalam konteks penyebaran pesan dan perluasan jangkauan audiens. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat strategis, mengingat tingginya intensitas penggunaan platform digital di kalangan masyarakat sebagai target audiens utama. Berdasarkan hasil temuan lapangan, pihak pelaksana kampanye secara aktif memanfaatkan media sosial seperti Website, Instagram, dan Facebook untuk mendistribusikan bentuk kegiatan kampanye yang edukatif seputar sikap toleransi. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi satu arah, tetapi juga membuka ruang partisipasi dan interaksi dua arah yang memperkuat keterlibatan audiens. Selain itu, pelibatan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) dari setiap fakultas dalam mendokumentasikan dan mempublikasikan kegiatan menjadi langkah kolaboratif yang memperluas eksposur kampanye secara lebih sistematis dan profesional. Sinergi antara teknologi digital dan media internal kampus memungkinkan kampanye berjalan secara lebih efisien, dinamis, dan berkelanjutan, sekaligus menciptakan ekosistem komunikasi publik yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

> *"Kalau dari faktor teknologi, kami memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk menyebarkan pesan kampanye. Karena media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok sangat efektif menjangkau mahasiswa. Selain itu, dalam setiap kegiatan, kami juga mengundang LPM (Lembaga Pers Mahasiswa) dari tiap fakultas agar kegiatan kami bisa diliput dan dipublikasikan secara lebih luas. Dengan begitu, dampak dari kampanye bisa menyebar tidak hanya kepada peserta kegiatan, tapi juga kepada audiens yang lebih luas melalui media digital"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Dalam konteks strategi kampanye *Public Relations*, faktor teknologi menjadi salah satu elemen yang turut memengaruhi efektivitas penyebaran pesan dan perluasan jangkauan audiens (Gregory, 2015). Berdasarkan hasil wawancara, pihak penyelenggara kampanye memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media untuk menyampaikan nilai-nilai toleransi antarumat beragama. Platform seperti Instagram, Wesbite, dan Facebook. Dinilai memiliki daya jangkau yang luas serta relevan dengan karakteristik target audiens. Selain itu, strategi juga diperkuat melalui kerja sama dengan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) di setiap fakultas dengan cara mengudang perwakilan dari setiap LPM untuk meliput kegiatan kampanye toleransi antarumat beragama.

Kehadiran LPM dalam kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentator, tetapi juga sebagai kanal publikasi yang mampu menyampaikan narasi kampanye secara lebih terstruktur dan kredibel. Pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya menunjukkan efisiensi dalam komunikasi, tetapi juga merupakan bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku audiens yang cenderung mengakses informasi melalui media daring. Oleh karena itu, integrasi media sosial dan media kampus menjadi strategi kunci dalam mengoptimalkan distribusi pesan kampanye secara luas, cepat, dan berkelanjutan. Menurut analisis peneliti proses kampanye toleransi antarumat beragama yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo, bahwa pemanfaatan teknologi khususnya media digital adalah langkah strategis sesuai dengan pola komuikasi masyarakat saat ini. Perubahan perilaku audiens yang cenderung mengakses informasi melalui media daring menuntut adanya adaptasi dalam metode penyebaran pesan. Dalam konteks ini, media sosial seperti Instagram, Website, dan Facebook menjadi instrumen penting yang mampu menjangkau audiens secara lebih luas, cepat, dan interaktif.

Bentuk pelaksanaan dari strategi kampanye isu toleransi antarumat beragama dirancang secara sistematis melalui serangkaian kegiatan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif dan transformatif. Kegiatan-kegiatan ini disusun berdasarkan analisis situasi dari faktor Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi. Khususnya untuk membangun kesadaran bersama mengenai pentingnya hidup berdampingan secara damai dalam perbedaan. Melalui pendekatan ini, kampanye tidak hanya menyampaikan pesan secara satu arah, melainkan juga menciptakan ruang perjumpaan yang kondusif bagi lahirnya pemahaman, empati, serta praktik langsung terhadap nilai-nilai toleransi anatarumat beragama dalam kehidupan sehari-hari, dan memandang bahwa mereka mempunyai kewajiban untuk berperan aktif dalam upaya menanamkan sikap toleransi diberbagai kalangan mahasiswa maupun dalam msyarakat

> "*Bentuk nyata dari kegiatan kampanye toleransi beragama ada beberapa kategori kegiatan, kami juga sering mendapatkan jadwal undangan untuk kegiatan di luar komunitas akan tetapi kegiatan tersebut menyesuaikan juga dengan hari raya umat beragama lain, entah itu untuk safari rumah ibadah atau silarurahmi perayaan hari besar, sekedar ngobrol dan diskusi hingga pada foru resmi yang mana kita hadir sebagai tamu undangan, tidak lupa setiap tanggal 16 November memperingati hari toleransi internasional , tentunya kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan sebagai cara kami untuk membumikan sekaligus menanamkan nilai-nilai toleransi beragama. Serta harapannya kami juga menjaga hubungan yang baik dengan komunitas lintas*

agama, komunitas intra maupun esktra kampus"(**Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Implementasi kampanye toleransi yang tidak terbatas pada ruang internal komunitas, tetapi juga meluas ke ranah sosial yang lebih inklusif dan interaktif. Keterlibatan mereka dalam berbagai kegiatan lintas agama, seperti safari rumah ibadah, silaturahmi dalam perayaan hari besar keagamaan, hingga partisipasi dalam forum resmi sebagai tamu undangan, menunjukkan adanya upaya aktif dalam membangun jembatan dialog antarumat beragama, Kegiatan semacam ini secara tidak langsung berperan sebagai media edukasi dan sosialisasi nilai-nilai toleransi yang hidup dan kontekstual. Tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan melalui media atau diskusi, komunitas ini secara konsisten menciptakan pengalaman sosial yang memungkinkan interaksi lintas keyakinan berlangsung secara alami dan saling menghargai. Hal ini sejalan dengan pendekatan experiential dalam strategi kampanye *Public Relations*, di mana perubahan sikap dibangun melalui keterlibatan langsung dan pengalaman bersama. Peringatan hari Toleransi Internasional setiap tanggal 16 November yang rutin diperingati juga menjadi indikator bahwa kampanye dilakukan secara berkelanjutan dan terjadwal, bukan sekadar respons insidental terhadap isu-isu intoleransi yang muncul. Sebagai peneliti, saya melihat bahwa strategi ini bukan hanya menciptakan kesadaran pasif, tetapi juga membentuk komitmen kolektif dalam menjaga keberagaman. Komunitas Gusdurian tidak hanya menjalankan fungsi komunikasi, tetapi juga memposisikan diri sebagai aktor penggerak nilai dalam ruang sosial dan religius, baik di dalam maupun di luar kampus. Berikut beberapa bentuk pelaksanaan kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

1. **Kajian dan Diskusi**

   Salah satu bentuk dari implementasi nilai-nilai toleransi antarumat beragama yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang adalah melalui kegiatan kajian dan diskusi rutin. Dalam pratiknya forum ini tidak hanya berfungsi sebagai media tukar gagasan, tetapi juga sebagai sarana untuk menumbuhkan sikap toleransi, memperkuat jejaring kolaboratif dan membentuk pemikiran yang responsif terhadap dinamika toleransi antarumat beragama.

   "kegiatan forum diskusi dan kajian di komunitas Gusdurian terbagi menjadi dua jenis, yaitu diskusi yang bersifat rutin dan yang bersifat insidental. Forum rutin diselenggarakan setiap bulan dengan topik kajian yang telah dirancang dan disesuaikan sebelumnya, sedangkan forum tidak rutin dilaksanakan menyesuaikan dengan isu-isu aktual yang berkembang

di masyarakat dan dinilai relevan untuk dibahas bersama. Beberapa bentuk forum rutin yang biasa dilaksanakan yaitu Forum 17-an. Topik dan waktu pelaksanaan kegiatan ini umumnya juga diselaraskan dengan momentum atau peringatan tertentu setiap bulannya, sehingga diskusi yang dilakukan tetap kontekstual dan responsif terhadap dinamika sosial-keagamaan yang terjadi dan kami juga mengajak bekerjasama baik organisasi dalam kampus atau luar kampus" **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Komunitas Gusdurian secara aktif menyelenggaakan forum diskusi dan kajian yang terbagi mejadi dua jenis, yaitu forum rutin dan forum incidental, untuk forum rutin diadakan di setiap bulan dengan topik yang telah dirancang dan disesuaikan, seperti kegiaan forum 17- an yang mana memiliki makna satu tujuan. Berbeda dengan forum insidental yaitu bersifat fleksibel dan diselenggarakan berdasarkan isu-isu aktual yang berkembang dimasyarakat serta dinilai relevan untuk dibahas bersama. Melalui ruang reflektif dan edukatif yang terbuka bagi seluruh civitas akademika maupun masyarakat umum kegiatan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk mulai dari diskusi kecil, seminar atau webinar. Dalam forum ini, peserta diajak untuk membahas isu-isu sosial, keagamaan, dan kebangsaan yang relevan, baik secara teoritis maupun praktis, dengan pendekatan yang inklusif dan dialogis. Tema-tema yang diangkat kerap berhubungan dengan toleransi antarumat beragama, hak asasi manusia, keadilan sosial, hingga warisan pemikiran pluralistik Gus Dur. Kegiatan ini tidak hanya menjadi sebuah penguatan wawasan intelektual, tetapi juga membentuk kesadaran kritis peserta terhadap pentingnya hidup bersama dalam keberagaman. Dengan forum ini, komunitas Gusdurian membangun budaya diskusi yang sehat, terbuka, dan setara atau tidak memihak kepada siapapun, sebagai salah satu strategi kampanye damai untuk merawat keberagaman di lingkungan kampus maupun masyarakat luas. Berikut beberapa contoh kegiatan nyata yang sudah terlaksana sebagai berikut :

a. Seminar terbuka (Merawat Kebhinekaan Dalam Bingkai Keindonesiaaan)

   Sebagai bagian dari upaya merawat semangat toleransi dan memperkuat nilai-nilai kebangsaan di tengah masyarakat kampus, komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang menyelenggarakan seminar terbuka dengan tema "Indonesia Rumah Bersama: Merawat Kebinekaan dalam Bingkai Keindonesiaan." Kegiatan ini menghadirkan tiga narasumber yang kompeten di bidangnya, yaitu kak Jay Akhmad selaku kordinator Seknes Jaringan Gusdurian, Bapak Abda Ali, S.SPI., MM. selaku Ditjen politik dan

pemerintahan umum kementrian dalam negri, dan Sr. Kunia, SDP selaku suster penyelenggara ilahi, yang ketiganya memberikan perspektif yang mendalam dan inspiratif terkait pentingnya menjaga kerukunan serta memperkuat identitas kebangsaan di tengah keberagaman suku, agama, dan budaya. Seminar ini dirancang sebagai ruang dialog terbuka yang melibatkan civitas akademik kampus untuk merefleksikan posisi Indonesia sebagai negara multikultural yang memiliki tantangan besar dalam menjaga harmoni sosial. Melalui pemaparan narasumber, peserta diajak untuk memahami kebinekaan sebagai anugerah sekaligus tanggung jawab bersama, serta bagaimana nilai-nilai ke Indonesiaan dapat diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari guna menciptakan masyarakat yang inklusif, adil, dan damai. Seminar ini menjadi salah satu strategi kampanye edukatif yang dijalankan komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yang bekerja sama dengan rumah moderasi beragama UIN Walisongo Semarang dalam rangka menanamkan nilai-nilai toleransi dan moderasi beragama di lingkungan akademik.

Sebagai peneliti bisa diambil kesimpulan bahwa Kehadiran narasumber dari berbagai latar belakang yakni aktivis sosial, perwakilan pemerintah, dan tokoh agama menunjukkan bahwa kampanye ini dirancang secara bersama dan representatif, karena peserta tidak hanya disuguhi materi teoritis, tetapi juga diajak memahami praktik dan tantangan keberagaman dari berbagai sudut pandang. Dalam konteks komunikasi publik, hal ini memperkuat daya persuasi pesan kampanye karena disampaikan oleh figur-figur yang memiliki otoritas moral dan sosial. Dalam kegiatan ini menunjukkan sinergi yang kuat antara aktor mahasiswa dan lembaga formal kampus dalam mendiseminasikan nilai-nilai toleransi. Seminar ini bukan hanya menjadi wadah diskusi, tetapi juga merupakan bentuk internalisasi nilai toleransi secara sadar, terstruktur, dan berdampak, terutama dalam membentuk cara pandang mahasiswa sebagai generasi intelektual yang akan berperan dalam masyarakat multikultural.



Gambar 4. 1 Foto bersama setelah seminar

Sumber: Arsip Gusdurian UIN Walisongo,2024



Gambar 4. 2 Sambutan Ketua Gus durian

Sumber: Arsip Gusdurian UIN Walisongo,2024

b. Seminar Dialog Agama (Peran Perempuan dalam membangun peradaban perspektif feminisme dalam agama dan kepercayaan)

Kegiatan seminar dialog agama yang diselenggarakan melalui kerja sama dengan Himpunan Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama (HMJ SAA). Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat sinergi antar organisasi di tingkat kampus, tetapi juga menjadi sarana edukatif yang efektif dalam memperluas cakrawala berpikir mahasiswa mengenai pentingnya membangun pemahaman lintas keyakinan dalam kehidupan bermasyarakat. Seminar ini menghadirkan pemateri dari berbagai latar belakang keagamaan untuk memperkaya perspektif peserta mengenai praktik hidup berdampingan secara damai dalam keberagaman. Kegiatan ini juga menjadi media transformasi nilai yang relevan dengan misi akademik UIN sebagai institusi pendidikan berbasis keislaman yang terbuka terhadap dialog antarumat beragama.

Kolaborasi ini tidak hanya menunjukkan sinergi yang produktif antar organisasi mahasiswa, tetapi juga memperkuat posisi kampanye toleransi sebagai bagian integral dari proses edukasi dan pembentukan kesadaran kritis mahasiswa. Kegiatan tersebut menjadi sarana efektif dalam memperluas pemikiran mahasiswa lebih kritis, khususnya dalam membangun pemahaman

lintas iman yang lebih baik. Dengan menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang keagamaan, seminar ini secara langsung membuka ruang dialog dan pertukaran gagasan yang beragam. Hal ini penting dalam konteks kampus yang mayoritas mahasiswanya berasal dari satu tradisi keagamaan, di mana keterbatasan interaksi lintas keyakinan dapat menjadi hambatan dalam memupuk sikap toleran dan inklusif. Kegiatan kampanye ini tidak hanya menyasar perubahan sikap individu, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kehidupan damai dalam keberagaman secara sistematis dan berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi.



Gambar 4. 3 Poster Dialog Agama

Sumber: Instagram Resmi Gusdurian @gusdurian_uinwalisongo, 2024



Gambar 4. 4 Dokumentasi selama acara

Sumber : Arsip dokumentasi Gusdurian UIN Walisongo, 2024

c. Webinar (Mencegah 3 dosa besar pendidikan: perundungan, intoleransi, dan kekerasan seksual)

Webinar ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kritis sivitas akademik, khususnya mahasiswa, terhadap tiga persoalan utama yang kerap terjadi di dunia pendidikan, namun masih sering luput dari perhatian. Melalui pendekatan dialogis dan berbasis data, kegiatan ini menghadirkan pemateri yang kompeten di bidangnya guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai akar permasalahan, dampak sosial, serta strategi pencegahan terhadap praktik perundungan, intoleransi, dan kekerasan seksual. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi bagian dari strategi kampanye nilai-nilai kemanusiaan dan

keadilan sosial yang senantiasa digaungkan oleh komunitas Gusdurian sebagai bentuk kontribusi nyata dalam menciptakan budaya akademik yanmenghormati hak asasi manusia serta menjunjung tinggi nilai-nilai keberagaman dan kesetaraan gender.



Gambar 4. 5 poster webinar

Sumber: Instagram Resmi Gus durian @gusdurian_uinwalisongo,2023

d. Seminar (Puasa Agama- Agama)

Dalam upaya memperkuat semangat keberagaman dan toleransi antarumat beragama, komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang menggelar seminar bertajuk “Puasa Agama-Agama.” Kegiatan ini dirancang sebagai ruang dialog lintas iman yang menghadirkan perspektif berbagai agama dalam memaknai praktik puasa, tidak hanya sebagai bentuk ibadah spiritual, tetapi juga sebagai sarana membangun solidaritas, kedamaian, dan kemanusiaan di tengah masyarakat yang majemuk. Melalui seminar ini, peserta diajak untuk memahami nilai-nilai universal dari puasa dalam berbagai tradisi keagamaan, serta bagaimana praktik tersebut dapat menjadi titik temu bagi perjumpaan dan penghargaan terhadap keberagaman. Selain memperluas wawasan keagamaan secara lintas perspektif, kegiatan ini juga memperkuat narasi bahwa Indonesia sebagai bangsa plural dapat menjadi rumah bersama yang inklusif, asalkan seluruh elemen masyarakat mampu saling menghargai perbedaan. Seminar ini menjadi bagian penting dari strategi kampanye komunitas Gusdurian dalam menanamkan nilai-nilai toleransi beragama melalui pendekatan kultural dan dialogis di lingkungan kampus.



Gambar 4. 6 Foto Bersama setelah diskusi

Sumber: Arsip Dokumentasi Gusdurian UIN Walisongo, 2024

2. Perdamaian Indonesia Rumah Bersama

Kegiatan perdamaian dengan slogan Indonesia Rumah Bersama merupakan salah satu bentuk nyata dari komitmen komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dalam mengutamakan nilai-nilai perdamaian, toleransi, dan kebinekaan di tengah kompleksitas kehidupan masyarakat Indonesia yang plural. Kegiatan ini dirancang sebagai ruang dialog terbuka yang tidak hanya mengedepankan diskusi akademik, tetapi juga menyentuh aspek kultural dan spiritual dalam membangun kesadaran bersama tentang pentingnya hidup berdampingan secara damai. Indonesia Rumah Bersama dimaknai sebagai simbol sekaligus citra ideal bahwa negara ini adalah ruang hidup bersama yang inklusif, di mana seluruh warga negara, tanpa memandang latar belakang agama, suku, ras, dan budaya, memiliki hak yang sama untuk merasa aman, dihargai, dan dihormati dalam menjalankan identitasnya masing-masing.

> "*Kegiatan perdamaian bertema Indonesia Rumah Bersama yang kami selenggarakan mencakup berbagai agenda yang bertujuan untuk memperkuat nilai-nilai toleransi. Beberapa kegiatan yang kami lakukan antara lain adalah Silaplurasa yakni silaturahmi dan perjumpaan lintas rasa, agama, dan budaya—yang menjadi ruang perjumpaan lintas iman secara langsung. Selain itu, kami juga ada kegiatan Sahur Keliling bersama Ibu Shinta Nuriyah Wahid yang mana kami bekerja sama dengan komunitas gusdurian semarang yang mana nilai solidaritas dan kebersamaan lintas iman di bulan Ramadan. Tak hanya itu, kami juga menyelenggarakan* ***Halal*** *Bihalal Lintas Iman****,*** *sebagai bentuk konkret dari ikhtiar membangun harmoni pasca hari raya baik hari raya kami islam atau agama lain, di mana semua pihak dari berbagai latar belakang agama saling bertemu dan menguatkan komitmen kebangsaan. Semua kegiatan ini kami rancang sebagai bagian dari ikhtiar kolektif untuk menciptakan ruang damai di tengah keberagaman yang ada"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Melalui berbagai rangkaian kegiatan, kegiatan yang dilakukan tidak hanya bersifat simbolik, melainkan diharapkan menjadi proses transformatif yang melibatkan partisipasi aktif dari mahasiswa, akademisi, organisasi kemahasiswaan, dan masyarakat luas. Salah satu hal penting dari kegiatan ini adalah penekanan pada pentingnya membangun empati sosial dan kesadaran kritis terhadap keberagaman sebagai realitas yang tidak dapat dihindari, tetapi justru harus dikelola secara bijak.

Indonesia Rumah Bersama juga merespons berbagai tantangan kontemporer yang dihadapi bangsa, seperti meningkatnya polarisasi sosial, diskriminasi terhadap kelompok minoritas, serta praktik intoleransi. Oleh karena itu, kegiatan ini hadir sebagai bentuk kampanye perdamaian dengan memadukan elemen edukasi, seni budaya, dan keterlibatan komunitas sebagai bagian dari strategi komunikasi publik yang inklusif. Dalam konteks kehumasan atau public relations, kegiatan ini mencerminkan penerapan strategi kampanye nilai yang bertujuan menciptakan perubahan sikap dan perilaku jangka panjang di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai agen perubahan.

Kegiatan ini mendi sebuah kegiatan untuk membangun narasi alternatif tentang Indonesia yang tidak dibangun atas dasar dominasi satu kelompok terhadap yang lain, melainkan pada asas kesetaraan dan penghargaan terhadap martabat setiap manusia. Dengan menjadikan kampus sebagai titik awal penyebaran nilai-nilai perdamaian, komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang berharap bahwa semangat Indonesia Rumah Bersama dapat meluas ke berbagai lapisan masyarakat, menciptakan tatanan sosial yang lebih adil, harmonis, dan berkeadaban. Melalui kolaborasi lintas organisasi seperti PELITA (Persaudaraan Lintas Agama) dan komunitas lintas agama lain, kegiatan ini juga memperkuat jejaring solidaritas antarkomunitas yang memperjuangkan nilai-nilai serupa. Contoh kegiatan yang sudah terlaksana yaitu :

a. Silaplurasa (Silaturahmi dan perjumpaan lintas rasa, agama dan budaya)

   Silaplurasa merupakan kepanjangan dari Silaturahmi dan Perjumpaan Lintas Rasa, Agama, dan Budaya, yang menjadi landasan filosofis sekaligus arah gerak komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dalam membangun ruang-ruang sosial yang inklusif dan penuh empati. Program ini dimaknai sebagai suatu inisiatif yang mengedepankan pentingnya menjalin hubungan antarmanusia secara tulus dan setara, di tengah realitas masyarakat yang multikultural dan majemuk. Silaturahmi dalam konteks ini tidak hanya

dimaknai sebagai kunjungan atau hubungan sosial biasa, tetapi sebagai upaya sadar untuk merawat kehidupan sosial dan memperkuat jaringan antarindividu serta antar komunitas lintas agama. Sementara itu, perjumpaan lintas rasa, agama, dan budaya merujuk pada proses saling mengenal, memahami, dan menghargai perbedaan identitas yang ada baik dari sisi keyakinan, maupun ekspresi budaya.

> ***"****Dalam kegiatan Silaplurasa, kami pernah melakukan kunjungan ke rumah-rumah ibadah agama lain, seperti gereja dan tempat ibadah lainnya. Disana kami belajar langsung mengenai cara mereka beribadah serta mendapatkan penjelasan mengenai ajaran yang mereka anut. Kegiatan ini tidak dimaksudkan untuk mempengaruhi keyakinan kami, melainkan untuk menumbuhkan pemahaman dan rasa saling menghormati. Kami pun merasa sangat diterima, karena para jemaat menyambut kami dengan terbuka, tanpa ada sikap menghakimi ataupun prasangka negatif. Ini menunjukkan bahwa perjumpaan lintas iman bisa menjadi jembatan untuk memperkuat toleransi dan hidup berdampingan secara damai"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Menurut keterangan dari narasumber, kegiatan Silaplurasa diwujudkan melalui aktivitas kunjungan langsung ke rumah-rumah ibadah dari agama atau keyakinan yang berbeda sebagai bentuk konkret dari dialog lintas iman. Dalam kunjungan tersebut, peserta diajak untuk menyaksikan secara langsung tata cara peribadatan umat agama lain, sekaligus mendapatkan penjelasan tentang nilai-nilai dan ajaran yang mereka anut, tanpa adanya unsur indoktrinasi atau pengaruh negatif terhadap keyakinan yang dimiliki oleh peserta. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk membuka ruang pemahaman dan empati, bukan untuk menyamakan keyakinan, melainkan untuk menghormati perbedaan secara mendalam. Narasumber juga menegaskan bahwa selama kegiatan berlangsung, respon dari pihak tuan rumah dalam hal ini komunitas jamaah dari rumah ibadah yang dikunjungi sangat positif dan terbuka. Mereka menerima kehadiran peserta dengan sikap ramah tanpa menunjukkan penolakan atau prasangka negatif. Salah satu contoh konkret yang disampaikan adalah kunjungan ke gereja dan rumah ibadah agama lain, yang berlangsung dalam suasana penuh saling menghargai dan tanpa upaya saling menghakimi. Hal ini menunjukkan bahwa perjumpaan lintas agama seperti dalam kegiatan Silaplurasa dapat menjadi sarana efektif dalam membangun toleransi, mengurangi stereotip, dan menciptakan relasi antarumat beragama yang lebih sehat dan damai. Melalui Silaplurasa, komunitas Gusdurian berupaya menghadirkan ruang dialog yang

aman, hangat, dan terbuka bagi semua pihak, terutama generasi muda di lingkungan kampus.

Untuk berbagi perspektif, pengalaman, dan refleksi atas kehidupan sosial-keagamaan yang mereka jalani. Perjumpaan semacam ini diyakini dapat menjadi titik tolak bagi tumbuhnya kesadaran tentang pentingnya membangun kehidupan bersama yang damai dan adil di tengah keberagaman. Selain itu, Silaplurasa juga menjadi sarana untuk menghidupkan kembali nilai-nilai luhur yang diwariskan oleh KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur), terutama dalam hal penghormatan terhadap kemanusiaan, pluralisme, dan kebebasan berkeyakinan. Maka, Silaplurasa tidak sekadar menjadi program kegiatan, melainkan juga menjadi manifestasi dari strategi kampanye nilai yang dijalankan secara konsisten dalam kehidupan kampus. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu menjadi transformasi sosial yang menumbuhkan sikap toleran, inklusif, dan humanis dalam diri mahasiswa serta masyarakat kampus secara keseluruhan.



Gambar 4. 7 silahturahi ke Gua Maria Kerep Ambarawa dalam rangka membagikan bubur sura

Sumber : Arsip Dokumentasi Gusdurian UIN Walisongo, 2024



Gambar 4. 8 Silahturahmi ke rumah ibadah Pure Agung Giri Nata

Sumber : Arsip Dokumentasi Gusdurian UIN Walisongo, 2023



Gambar 4. 9 Silaturahmi ke rumah ibadah Sapta Dharma

Sumber : Arsip Dokumentasi Gusdurian UIN Walisongo, 2024



Gambar 4. 10 Di perkumpulan sosial dan kebudayaan (Tionghoa (Rasa Dharma Semarang)

Sumber : Istagram resmi Gusdurian UIN Walisongo, 2025

Sebagai peneliti, melihat bahwa kegiatan Silaplurasa merupakan bentuk kegiatan kampanye *Public Relations* yang mengedepankan pendekatan partisipatif dalam menyebarkan nilai-nilai toleransi antarumat beragama. Aktivitas kunjungan langsung ke rumah ibadah agama lain bukan hanya simbol dari dialog lintas iman, tetapi juga merupakan pengalaman edukatif yang membuka ruang reflektif bagi peserta untuk mengenal dan memahami yang berbeda secara langsung dan personal. Dalam konteks kampus keagamaan seperti UIN Walisongo Semarang, di mana dominasi satu keyakinan menjadi realitas sosial, kegiatan semacam ini menjadi sangat relevan dalam membentuk pemahaman dan menumbuhkan empati terhadap keberagaman. Melalui kegiatan ini, komunitas Gusdurian UIN Walisongo menyediakan ruang aman untuk perjumpaan lintas keyakinan tanpa adanya agenda indoktrinasi, melainkan murni sebagai upaya edukatif dan penguatan nilai kemanusiaan. Sikap keterbukaan dari pihak rumah ibadah yang dikunjungi juga memperkuat kesimpulan bahwa ketika dialog dibangun atas dasar saling menghormati, maka prasangka dan stereotip dapat diminimalisasi, bahkan dihilangkan. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan tidak bersifat satu arah, melainkan membangun relasi timbal balik yang memperkuat jaringan sosial lintas agama.

b. Halal Bihalal Lintas Iman

Kegiatan Halal bihalal lintas iman menjadi momentum strategis dalam memperkuat solidaritas antarumat beragama, khususnya di lingkungan kampus dan sekitarnya. Diselenggarakan setiap tahun pasca perayaan hari raya, acara ini menghadirkan berbagai elemen masyarakat lintas iman untuk saling berinteraksi dalam suasana kehangatan dan persaudaraan. Lebih dari sekadar seremoni, kegiatan ini dimaknai sebagai ruang perjumpaan untuk membangun rasa saling percaya, menghormati perbedaan keyakinan, dan memperkuat komitmen bersama dalam menjaga perdamaian sosial. Dalam konteks strategi kampanye *public relations*, kegiatan ini dapat dipahami sebagai pendekatan kultural untuk menyampaikan pesan toleransi secara langsung kepada publik melalui pengalaman dan keterlibatan emosional.

> *"Kami juga mengadakan kegiatan halal bihalal yang menjadi momen penting untuk memperkuat silaturahmi pasca hari raya. Tidak hanya terbatas pada perayaan Idulfitri bagi umat Muslim, kami juga menjalin silaturahmi ketika umat beragama lain merayakan hari besarnya. Melalui kegiatan ini, kami ingin menunjukkan bahwa perbedaan keyakinan bukan halangan untuk membangun hubungan yang harmonis, justru menjadi kesempatan untuk saling mengenal dan memahami"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Berdasarkan keterangan dari narasumber, kegiatan halal bihalal lintas iman yang dilaksanakan oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo tidak hanya ditujukan sebagai ajang silaturahmi setelah hari raya agama, tetapi juga menjadi momentum untuk menjalin kedekatan dengan pemeluk agama lain dalam perayaan hari besar mereka. Hal ini mencerminkan semangat keterbukaan dan penghargaan terhadap keberagaman, di mana komunitas berupaya menciptakan ruang perjumpaan lintas keyakinan guna memperkuat nilai-nilai toleransi dan keharmonisan sosial.

Dapat dijabarkan Kegiatan ini bukan sekadar seremoni setelah hari raya, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang inklusif, tempat terbangunnya interaksi lintas keyakinan secara hangat dan setara. Melalui keterlibatan aktif dalam momen keagamaan umat lain, komunitas Gusdurian menunjukkan komitmen kuat terhadap penghormatan atas keberagaman dan pentingnya membangun relasi antarumat beragama di luar batas formalitas. Inisiatif ini memperlihatkan bagaimana nilai-nilai keberagaman dapat diartikulasikan melalui budaya silaturahmi dan perjumpaan yang bersifat informal namun sarat makna. Dengan hadir di perayaan hari besar agama

lain, komunitas ini secara tidak langsung menegaskan bahwa solidaritas dan persaudaraan tidak harus dibatasi oleh perbedaan iman



Gambar 4. 11 persaudaraan lintas agama

Sumber : Arsip Komunitas Gus durian, 2024



Gambar 4. 12 Safari natal Geraja Al Masih

Sumber : Arsip Komunitas Gusdurian, 2024



Gambar 4. 13 Halal bihalal lintas iman ke Sapta Dharma

Sumber : Arsip komunitas Gusdurian UIN Walisongo, 2024



Gambar 4. 14 ke Susteran PI Pondok Harapan

Sumber : Arsip komunitas Gusdurian UIN Walisongo, 2024

Kegiatan halal bihalal lintas iman ini juga menghidupkan nilai-nilai yang diwariskan oleh Gus Dur, di mana agama tidak dijadikan tembok pemisah, melainkan jembatan penghubung antarmanusia. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi dalam memperkuat hubungan antar komunitas agama, tetapi juga menjadi

bagian integral dari strategi kampanye Public Relations berbasis dialog, budaya, dan nilai kemanusiaan yang sangat relevan di era keberagaman saat ini.

c. Sahur Keliling bersama bu Shinta Nuriyah Wahid

Kegiatan ini merupakan salah satu betnuk nyata dari praktik keberagamaan yang penuh empati, dengan nama kegiatan sahur keliling ini tidak hanya bertujuan untuk membagikan makanan sahur kepada masyarakat yang membutuhkan tetapi juga menjadi sebuah ruang pertemuan lintas sosial, agama, dan budaya. Melalui interaksi langsung dengan berbagai elemen masyarakat, kegiatan ini menghidupkan semangat kebersamaan dan saling peduli, serta memperkuat jalinan solidaritas di tengah keberagaman. Selain itu, *Sahur Keliling* menjadi momentum untuk menyampaikan pesan moral bahwa bulan Ramadan adalah waktu yang tepat untuk menumbuhkan kepedulian sosial, mempererat tali persaudaraan, dan menumbuhkan sikap saling menghargai di tengah perbedaan. Hal ini mencerminkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil alamin—yang membawa kedamaian dan manfaat bagi seluruh umat, tanpa memandang latar belakang agama maupun status sosial.

> *"kegiatan ini adalah kegiatan yang harus ada di setiap komunitas gus durian di manapun, sahur keliling bersama bu shinta merupakan kegitan yang ada di bulan ramadhan esensinya bukan sekedar membagikan makanan sahur kepada masyarakat yang membutuhkan tetapi lebih dari itu yaitu kegiatan ini menjadi forum pertemuan yang hangat antara berbagai lapisan masyarakat lintas sosial, agama, dan budaya, dari kegiatan ini kita belajar untuk saling memahami, peduli, dan menghidupkan nilai-nilai kemanusiaan dalam momentum ramadahan Kegiatan ini diadakan salah satunya yang sudah terlaksana yaitu di tempat ibadah agama konghucu yaitu Kleteng Tay Kak Sie gang pacitan kota Semarang dengan berkolaborasi dengan gusdurian Semarang dan gusdurian Mojokerto"* **(Wawancara Nurul, 2 Mei 2025).**

Kehadiran ibu shinta sebagai tokoh nasional yang selalu kosisten menyuarakan pesan-pesan perdamaian, kesetaraan, dan memperkuat nilai pesan moral. Pesan utama yang disampaikan beliu yaitu memberikan semangat bagi umat muslim dalam mejalankan ibadah puasa secara sungguh-sungguh tidak hanya menjalankan sebagai bentuk kewajiban tetapi juga mampu menahan diri dari sifat-sifat negatif seperti serakah dan dzalim. Hal ini penting karena puasa sejatinya mengajarkan kita untuk lebih bijak, sabar dan peduli sesama, yang tidak kalah penting dari kegiatan ini adalah menguatkan kesadaran akan adanya realitas keberagaman sebagai bagian dari kehidupan keseharian kita sebagai bangsa Indonesia disisi lain juga mengajak masyarakat untuk saling mengingatkan. Melalui pesan tersebut, beliu mengajak masyarakat agar menjadikan

momen ramadhan sebagai momen untuk memperdalam nilai-nilai kemanusiaan dalam perbedaan.



Gambar 4. 15 Poster sahue keliling bersama ibu Shinta Nuriyah Wahid

Sumber : Arsip komunitas Gusdurian UIN Walisongo, 2024



Gambar 4. 16 Dokumentasi selama Kegiatan

Sumber : Arsip komunitas Gusdurian UIN Walisongo, 2024



Gambar 4. 17 Dokumentasi selama kegiatan

Sumber : Arsip komunitas Gusdurian UIN Walisongo, 2024

C. Tahapan Pasca Kampanye (Evaluasi)

Selanjutnya langkah terahir yang dilakukan yaitu tahap setelah kampanye atau evaluasi yaitu proses untuk menilai, mnganalisis dan mngukur kinerja efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Dalam hal ini, evaluasi menjadi tolak ukur keefektifan kampanye

dalam menghilangkan atau mengurangi masalah, sebagaimana telah diidentifikasikan pada tahap pra kampanye. Tahap ini membahas kekurangan dari penyelenggaraan kegiatan kampanye sehingga menghasilkan data dan fakta yang dapat dijadikan bahan pembelajaran pada kegiatan yang akan diselenggarakan berikutnya. Berikut merupakan beberapa jenis evaluasi menurut (Venus, 2018). Pengumpulan informasi digunakan untuk mengukur kekuatan dan kelemahan bahan, serta strategi kampanye sebelum atau selama pelaksanaan kampanye. Pendekatan ini berguna untuk membatasi ruang lingkup masalah, mengidentifikasi strategi kampanye, memberikan informasi tentang khalayak sasaran, memperkirakan pesan apa yang paling efektif dan bagaimana pesan tersebut harus dikemas, menentukan pembawa pesan yang paling terpercaya, serta mengidentifikasi faktor yang mendorong atau menghalangi kampanye Evaluasi penting dilakukan guna memperoleh hasil kerja yang lebih efektif dan relevan sesuai dengan tujuan kampanye. Hal yang dievalusi oleh komunitas Gusdurian UIN Walisongo yaitu mencakup respons dan keterlibatan peserta dalam setiap kegiatan kampanye, sejauh mana pesan toleransi diterima dan dipahami oleh audiens, serta dampak positif dari kegiatan yang terlaksana terkait toleransi antarumat beragama atau keberagaman. Selain itu, komunitas juga mengevaluasi pelaksanaan teknis kegiatan, efektivitas media komunikasi yang digunakan, serta koordinasi antaranggota tim pelaksana. Proses evaluasi dilakukan secara rutin melalui diskusi internal pengurus komunitas, respon dari peserta, serta observasi lapangan. Dari hasil evaluasi tersebut, kemudian menyusun perbaikan untuk kegiatan selanjutnya agar kampanye semakin tepat sasaran, partisipatif, dan berdampak nyata bagi peningkatan kesadaran toleransi antarumat beragama.

Salah satu bentuk evaluasi yang dilakukan komunitas adalah melalui rapat dan musyawarah internal**.** Setelah kegiatan berlangsung, komunitas rutin mengadakan rapat evaluasi yang melibatkan seluruh anggota tim pelaksana. Dalam forum musyawarah tersebut, anggota komunitas secara terbuka menyampaikan pandangan, kendala, serta usulan perbaikan atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilaksanakan dalam bentuk rapat rutin yang bersifat partisipatif hal yang dibahas diantaranya yaitu kendala teknis yang dihadapi selama kegiatan, respon dari orang-orang dan efektifitas pesan kampanye dalam membangun kesadaran toleransi, proses ini mencerminkan budaya organisasi yang demokratis dan kolektif, di mana setiap suara memiliki ruang untuk berkontribusi dalam perbaikan strategi ke depan. Selanjutnya yaitu umpan balik dari audience yaitu menggunakan metode evaluasi dengan melihat *feedback* dari peserta kegiatan baik secara lisan saat kegiatan berlangsung (dalam sesi diskusi dan tanya jawab),

maupun melalui media sosial yaitu sebagai sarana untuk menilai sejauh mana pesan toleransi dipahami oleh audience seperti respon yang masuk melalui komentar, likes, atau pesa pribadi dianalisis sebagai indikator efektifitas kamoanye. Dengan adanya evaluasi yang dilakukan secara berkala maka akan terus memperbaiki hal yang harus di benahi. Evaluasi menjadi ruang untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program, sekaligus membuka peluang perbaikan pada kegiatan selanjutnya.

Hal ini menunjukkan bahwa komunitas Gusdurian memiliki kesadaran penting akan keberlanjutan dan konsistensi dalam upaya menanamkan nilai-nilai toleransi di lingkungan akademik tidak hanya mampu mempertahankan kualitas program yang telah berjalan, tetapi juga dapat mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang muncul selama pelaksanaan kampanye. Temuan dari proses evaluasi menjadi dasar dalam menyusun strategi kampanye berikutnya yang lebih sesuai denga situasi dan kondisi. Selain itu, evaluasi juga membuka ruang bagi anggota komunitas untuk saling memberikan masukan, memperkuat solidaritas internal, serta membangun budaya kerja yang kolaboratif. Kepedulian terhadap permasalahan sosial dan kebutuhan masyarakat menjadi faktor penting dalam menyempurnakan pendekatan kampanye yang digunakan, sehingga pesan toleransi dapat terus disuarakan dengan cara yang lebih relevan dan menyentuh berbagai lapisan masyarakat

Evaluasi yang dilakukan komunitas ini menunjukkan bahwa kampanye toleransi antarumat beragama dipahami bukan sebagai kegiatan sesaat, tetapi sebagai proses berkelanjutan yang memerlukan perbaikan dan penyesuaian secara konsisten.

Melalui forum rapat dan musyawarah internal yang melibatkan seluruh anggota tim pelaksana. Dalam forum tersebut, setiap individu diberi ruang untuk menyampaikan kendala, masukan, dan usulan perbaikan. Hal ini memperlihatkan bahwa komunitas menjalankan budaya organisasi yang demokratis dan terbuka, sesuai dengan semangat toleransi yang mereka kampanyekan. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai salah satu alat evaluasi menunjukkan bahwa komunitas telah memanfaatkan ruang digital tidak hanya untuk penyebaran pesan, tetapi juga untuk membaca dan memahami tanggapan publik. Analisis terhadap komentar, likes, serta pesan langsung dari audiens menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana pesan toleransi diterima, dipahami, dan mungkin memengaruhi pola pikir audiens. Ini memperlihatkan kemampuan komunitas dalam mengintegrasikan teknologi komunikasi dalam praktik evaluatif yang adaptif terhadap perilaku media audiens masa kini. Dari sudut pandang teoritis, evaluasi yang dilakukan oleh komunitas sejalan dengan pendekatan evaluasi formatif sebagaimana dijelaskan oleh Venus

(2018), yakni evaluasi yang tidak hanya dilakukan setelah kegiatan, tetapi juga digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi lanjutan, memperkirakan efektivitas pesan, serta mengenali faktor-faktor yang mendukung atau menghambat kampanye. Evaluasi semacam ini menjadi penting karena membantu komunitas merumuskan pendekatan yang lebih relevan dengan kondisi sosial, kultural, dan psikologis khalayak sasaran. Secara keseluruhan, penulis melihat bahwa praktik evaluasi yang dilakukan komunitas Gusdurian tidak hanya menjadi alat ukur keberhasilan, tetapi juga menjadi bagian dari transformasi internal, di mana komunitas belajar, beradaptasi, dan memperkuat solidaritas untuk terus menyuarakan nilai-nilai toleransi. Evaluasi yang dilakukan secara berkala memperkuat posisi kampanye sebagai gerakan sosial yang tumbuh dari bawah, terbuka terhadap kritik, dan terus berupaya memperbaiki diri agar dapat menjangkau lebih banyak kalangan dengan pendekatan yang kontekstual dan bermakna.

D. Analisis Peningkatan Kesadaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima partisipan, terlihat adanya perubahan terhadap kesadaran dan sikap mereka dalam memaknai toleransi antarumat beragama setelah mengikuti kegiatan kampanye seperti dialog lintas iman atupun silaturahmi ke tempat ibadah agama lain. Pada dasarnya, sebelum mengikuti kegiatan tersebut, sebagian besar partisipan memiliki pengetahuan yang terbatas, bersifat teoritis, atau bahkan memandang isu toleransi sebagai sesuatu yang bersifat personal dan tidak memerlukan keterlibatan aktif. Namun, setelah mereka terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatann yabg diadakan, terjadi peningkatan kesadaran. Para partisipan mulai memahami bahwa toleransi bukan hanya sekadar konsep atau teori yang dipelajari di ruang kelas, melainkan harus diwujudkan melalui sikap terbuka, interaksi langsung, dan upaya aktif dalam membangun relasi sosial yang harmonis dengan individu atau kelompok yang memiliki latar belakang agama maupun kepercayaan yang berbeda.

Partisipan tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga belajar memahami sudut pandang, nilai-nilai, serta tradisi dari agama lain. Interaksi ini membantu mengurangi prasangka, kecemasan, maupun rasa takut yang sebelumnya muncul ketika berhubungan dengan pihak yang berbeda keyakinan. Salah satu bentuk nyata perubahan tersebut terlihat dari adanya keberanian partisipan untuk memulai komunikasi, menjalin pertemanan lintas agama, hingga ikut serta dalam kegiatan bersama yang mendorong terciptanya perdamaian dan saling pengertian. Peningkatan kesadaran toleransi tidak bersifat instan, melainkan melalui proses bertahap yang melibatkan pengalaman emosional, pemahaman nilai-nilai baru, serta refleksi kritis atas perbedaan yang ada. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa

kegiatan kampanye lintas iman memiliki kontribusi konkret dalam membentuk kesadaran toleransi partisipan, sekaligus mendorong pergeseran sikap dari yang semula bersifat teoritis dan pasif menjadi lebih aktif, inklusif, dan konstruktif dalam menjalin relasi sosial lintas agama. Hal ini juga menguatkan pentingnya keterlibatan mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok intelektual muda, dalam upaya membangun budaya toleransi di masyarakat. Sebagaimana terlihat dari partisipan, peran mahasiswa tidak hanya terbatas pada ruang akademik, tetapi juga dalam aksi sosial yang dapat menjadi sarana penguatan kohesi sosial dan pencegahan konflik berbasis perbedaan agama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan melalui proses wawancara bersama 2 narasumber yang terdiri dari kordinator atau ketua umum, dan ketua divisi media dan public relations komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang, peneliti menemukan beberapa strategi atau tahapan kampanye Public relations terkait toleransi beragama oleh Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang.

Upaya penanaman nilai-nilai toleransi beragama melulai berbagai kegiatan yang berupaya membekali simpatisan dengan pemahaman dimulai dari penguatan pola piker toleransi, cara pandang dan langsung mempraktikan melalui kegiatan keagamaan dan sosial dalam berbagai kegiatan. Dalam pelaksanaanya komunitas Gusdurian menjalin kerjasama dengan organisai internal, eksternal bahkan komunitas disekitar kota semarang, dan tentunya sesuai dengan visi misi, prinsip dasar, dan nilai-nilai toleransi beragama dan diwujudkan melalui kegiatan diantarnya yaitu forum kajian dan diskusi dan perdamain Indonesia rumah bersama.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dan telah menganalisis lebih mendalam terkait Strategi kampanye *Public Relations* yang diterapkan komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang yaitu melalui pendekatan yang terencana dan bertahap terbagi menjadi tiga tahapan perama tahap pra-kampanye, komunitas melakukan riset terhadap isu intoleransi yang masih terjadi di lingkungan kampus dan sekitarnya. Komunitas juga melakukan pengamatan sosial untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang berkaitan dengan rendahnya kesadaran terhadap toleransi antarumat beragama. Data diperoleh melalui observasi dan survei internal kepada peserta komunitas. Kedua tahap perencanaan dan pelaksanaan dilakukan melalui berbagai kegiatan. Perencanaan strategi kampanye ini juga mempertimbangkan analisis faktor eksternal melalui pendekatan PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi), yang dapat memetakan tantangan serta peluang dalam menjalankan kampanye secara efektif. Semua kegiatan tersebut tidak hanya informatif, tetapi juga bersifat partisipatif dan edukatif. Pendekatan yang digunakan bersifat humanis, terbuka, dan inklusif, kegiatan tersebut yaitu kajian atau diskusi dan perdamaian rumah bersama yang sejalan dengan nilai-nilai pluralisme yang diwariskan oleh Gus Dur. Terahir Tahap evaluasi yaitu diilakukan secara berkala melalui rapat dan musyawarah internal serta

pengumpulan umpan balik dari peserta kegiatan. Evaluasi ini mencakup efektivitas pesan kampanye, keterlibatan partisipan, serta dampak yang ditimbulkan terhadap peningkatan kesadaran toleransi. Media sosial juga menjadi alat monitoring yang digunakan untuk menilai sejauh mana pesan diterima audiens. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye ini mampu membuka ruang dialog, memperkuat kesadaran keberagaman, dan menumbuhkan sikap toleran dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Pada penelitian ini, peneliti dapat menjelaskan dan menunjukkan bahwa strategi kampanye *public relations* yang diterapkan oleh Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang dapat memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya toleransi antarumat beragama. Melalui pendekatan dalam bentuk aktivisme mahasiswa dan nilai-nilai pluralisme yang diwariskan oleh Gus Dur, komunitas ini berhasil membangun ruang-ruang dialog, memperkuat semangat saling menghormati, serta mendorong partisipasi aktif dalam menjaga kerukunan antarumat. Strategi yang dijalankan secara sistematis menunjukkan bahwa komunikasi yang terencana sesuai dengan nilai yang di terapkan mampu menjadi alat efektif dalam menyuarakan isu-isu sosial yang krusial di tengah keberagaman masyarakat Indonesia.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, berikut saran yang dapat dijadikan pertimbangan oleh Komunittas Gusdurian UIN Walisongo Semarang, serta bagi peneliti.

1. Untuk Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang, adapun saran yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :
    a. Diharapkan dapat terus mengembangkan dan berinovasi dalam membentuk strategi kampanye public relations secara berkelanjutan dan inovatif. komunitas ini juga sebaiknya menyasar lebih banyak kalangan tidak hanya di kampus dan sekitarnya saja, serta memaksimalkan penggunaan media digital seperti Instagram, YouTube, dan website untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif di platform daring. Selain itu, penguatan kolaborasi dengan lembaga lintas agama, organisasi mahasiswa, dan instansi pemerintah dapat memperluas dampak kampanye dan memperkuat posisi komunitas dalam advokasi nilai-nilai toleransi.

2. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki ruang pengembangan lebih lanjut khususnya dalam mengeksplorasi secara lebih mendalam dampak kampanye terhadap perubahan sikap dan perilaku audiens, serta efektivitas strategi yang digunakan dalam berbagai konteks sosial dan kelembagaan yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji lebih luas bentuk kolaborasi komunitas dengan lembaga formal, atau menelusuri dinamika internal komunitas dalam merancang dan melaksanakan kampanye tolernasi antarumat beragama secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah. (2018). *(in) Toleransi-Memahami Kebencian dan Kekerasan Atas Nama Agama*. Bulan Bintang.

Alamsyah, A., & Sumarni, L. (2024). Kampanye Public Relations (Edukasi dan Kolaborasi) dalam Tingkat Kesadaran Masyarakat Akan Penggunaan Air Bersih (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Sobat Air Jakarta) Azzahra Alamsyah kehidupannya . Air sangat berperan dalam berbagai kebutuhan dan pema. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *2*(3), 331–345.

Antar Venus. (2019). *Menejemen Kampanye*. Simbiosa Rekatama Media.

Apryanti, M. (2013). Pelaksanaan Fungsi Public Relations Oleh Binamitra diKantor Polsekta Samarida Ulu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(4), 235–250.

Ardhoyo T, E. (2013). Peran Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, *1*.

Effendi, R. (2007). *Pendidikan Lingkungan Sosial Budaya dan Teknologi*. Yasindo Multi Aspek.

F. Rachmadi. (1994). *Public Relations Dalam Teori dan Praktek.* PT. Gramedia Pustaka Utama.

Fahri, Mohammad, A. Zainuri. (2022). Moderasi Beragama di Indonesia Mohamad. *UIN Raden Fatah Palembang*, *13*(5), 451. http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/intizar/article/download/5640/3010/

Fariastuti, I., & Mukka, P. (2020). Kampanye Public Relations #Medialawancovid19 Di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *Volume 3*(2), 212–220. http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom

Safitri, Filza, Alfina. (2023). *PRINSIP TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA PADA JAMAAH MUSHOLLA AL-FALAH DENGAN JEMAAT KELENTENG TRI DHARMA DI DESA PENYANGKRINGAN, WELERI, KENDAL*.

Fitri, A. N. (2023). Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama. *Jurnal Ilmu Dakwah*, *22*(1), 35–49. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i1.8613

Gramsci, A. (2013). *Prison NoteBook (Catatan-Catatan dari Penjara)Terj. Teguh Wahyu Utomo*. Pustaka Pelajar.

Gregory, A. (2015). *Planning and managing public relations campaigns*. CPI Group (UK) Ltd, Croydon, CRO 4YY.

Gunawan, S., & Widiastuti, N. (2020). Strategi Kampanye Public Relations "Di Rumah Aja" Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, *2*(2), 275–287.

Haidar, A., Kiftiyah, A., Permadi, D. P., Herindar, E., Alim, F. S., Yantari, H. F., Adinugraha, H. H., Inneu, Mudrikah, M., Sanusi, I., Ardhana, I. A., Aziz, M. A., Shulthoni, M., Hendrasto, N., Nasarruddin, R. Bin, Prihatiningsih, T., & Ahady, Y. A. (2023). Moderasi Beragama di Tengah Isu Kontemporer. In *Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan* (Vol. 13). https://balitbangdiklat.kemenag.go.id/resensi/moderasi-beragama-di-tengah-isu-kontemporer-2023%0Ahttps://eperpus.kemenag.go.id/web/index.php?p=show_detail&id=43989

Hasan, M. (2021). Prinsip Moderasi Beragama Dalam Kehidupan Berbangsa. *Jurnal Mubtadiin*, *7*(2), 111–123. https://journal.an-nur.ac.id/index.php/mubtadii

Hasyim, U. (1979). *Toleransi dan Kemerdekaan Beragama dalam Islam sebagai dasar menuju Dialog dan kerukunan anatar umat beragama*. Bina Ilmu.

John Alfredo. (2021). *Personality& Integrity*. Amadeo Publising.

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunkasi DisertaiContoh Praktis Riset Media, Public Relatios, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.

Lexy J. Meleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Mohammad Shihab. (2023). Strategi Kampanye Public Relations Dalam Membangun Kesadaran Tentang Kesehatan Seksual (Studi Kasus: "Hotel For Play"). *Jurnal Sosial Terapan*, *1*(1), 27–38. https://doi.org/10.29244/jstr.1.1.27-38

Muhammad Rievhan Wijaya. (2024). Strategi Public relations kantor wilayah kementrian lampung dalam sosialisasi moderasi beragama di Provinsi Lampung. *Skripsi*, *15*(1), 37–48.

Mulyadi. (2008). *sistem akuntansi*. Salemba Empat.

Nasrullah, R. (2012). *Komunitas Antarbudaya*. Kencana.

Ningtiyas, W. T., & Supranata, I. T. (n.d.). *IMPLEMENTASI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS POLITIK TEMAN AHOK DALAM PILKADA 2017 (Studi Kasus Kemenangan Ahok – Djarot di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu Pada Putaran Pertama)*.

Nurhadi, Z. F., Salamah, U., & Solihin, O. (2023). *Srategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam mensosialisasikan Moderasi Beragama*.

Onong, U. E. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.

Onong, U. E. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Erlangga.

Riyanto, Y. (2010). *Metode penelitian Pendidikan*. SIC.2010.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaigns. *Communication Campaigns, January 1987*, 187–199. https://doi.org/10.4324/9781410604033-14

Rohman, Y. F. (2020). Memaknai Kembali Pemikiran Gus Dur: Studi pada komunitas Gusdurian Sunter Jakarta. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, *3*(2), 169–184. https://doi.org/10.20414/sangkep.v2i2.p-ISSN

Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Raja Grafindo.

Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. PT.Raja Grafido Persada.

S. Margono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.

Sandra, O. (2007). *Strategi Public Relatons*. Erlangga.

Sanjono, A. A. (2023). Strategi Komunikasi Gusdurian Ciputat Dalam Membumikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73912%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73912/1/ALI AKBAR SANJONO-FDK.pdf

Seknas. (2016). *Buku saku Jejaring Gusdurian*. Seknas Jaringan Gusdurian.

Setara-Institute. (2023). Indeks Kota Toleran Tahun 2022. *SETARA Institute for Democracy and Peace, Jakarta, April*, 27.

Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF* (2nd ed.). ALFABETA

Sukardi. (2007). *Metode Penelitian Kompetensi dan Prakteknya* (IV). Bumi Aksara.

Sukestiyarno, S., Sugiyana, S., Sulthon, M., Wuriningsih, W., & Hartutik, H. (2022). Indeks Kerukunan Umat Beragama Kota Semarang Ditinjau dari Dimensi Moderasi Beragama. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, *8*(2), 177–190. https://doi.org/10.18784/smart.v8i2.1728

Syawalia Putri Chafilaudina. (2021). Perencanaan Strategis Program Kampanye Public Relations Narasi TV Melalui Hastag #JadiPaham. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, *12*(1), 40–51. https://doi.org/10.35814/coverage.v12i1.2496

Yansel, P. K. (2014). *Perencanaan Media*. eam project ©2017 Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP.

Yulianita Neni. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. P2U - LPPM UNISBA.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 440/Un.10.4/K/KM.05.01/06/2025 Semarang, 17/06/2025
Hal : ***Permohonan Ijin Riset***

Kepada Yth.
Presidium 1 Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama	:	Wardani Oktavia
NIM	:	2101026164
Jurusan	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian	:	Komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang
Judul Skripsi	:	STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DALAM PENINGKATAN KESADARAN TOLERANSI ANTARUMAT BERAGAMA DI KOMUNITAS GUS DURIAN UIN WALISONGO SEMARANG

Bermaksud melakukan Riset penggalian data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat ini dicetak secara elektronik oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

2. Lampiran Wawancara dengan Ketua umum dan Ketua Divisi Public Relations

1. Bagaimana sejarah berdirinya komunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang ? Untuk Sejarah berdirinya sebenarnya cukup Panjang
2. Apa saja visi misi komunitas Gusdurian UIN Walisongo semarang?
3. Bagaimana stuktur kepengurusan tahun 2024-2025?
4. Apa saja program atau kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian dalam mengkampanyekan toleransi antarumat beragama ?
5. Bagaimana konsep atau bentuk kampanye yang dilakukan oleh komunitas Gusdurian UIN Waliosngo Semarang ?
6. Apa harapan jangka panjang komunitas ini terkait strategi kampanye pr yang dilakukan ?
7. Apa yang melatar belakangi komunitas Gus Durian UIN Walisongo mengakat isu toleransi antarumat beragama sebagai bentuk kampanye?
8. Untuk tagline setiap kegiatan kamapnye toleransi antarumat beragama dikomunitas Gusdurian UIN Walisongo Semarang itu apa?
9. Media atau saluran komunikasi apa saja yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kampanye kepada khalayak sasaran?
10. Bagaimana pendekatan awal atau indetifikasi masalah yang dilakukan untuk memperkenalkan isu toleransi kepada masyarakat kampus atau publik?
11. Apakah kampanye ini melibatkan kolaborasi dengan pihak lain dalam menyebarkan pengetahuan tentang toleransi? Jika iya, siapa saja pihak-pihak tersebut?
12. Strategi apa yang digunakan untuk membangun penerimaan atau simpati dari audiens terhadap pesan-pesa kampanye dari segi politik,ekonomi,sosial dan teknologi?
13. Apakah kampanye ini melibatkan kolaborasi dengan pihak lain dalam menyebarluaskan pengetahuan tetang toleransi ?
14. Bagaimana komunitas menanggapi feedback atau respons dari audiens yang telah menerima pesan kampanye?
15. Apakah komunitas Gusdurian UIN Walisongo menyediakan ruang partisipasi aktif bagi masyarakat dalam mendukung nilai-nilai toleransi?
16. Apakah kampanye ini berhasil mendorong audiens untuk terlibat dalam kegiatan yang mendukung kerukunan antarumat beragama? Bisa diceritakan contohnya?

17. Bagaimana komunitas mengevaluasi keberhasilan kampanye dalam mengubah sikap atau perilaku audiens terkait toleransi?
18. Apakah ada tantangan dalam memperoleh dukungan atau penerimaan dari kelompok tertentu? Bagaimana cara mengatasinya?

3. Dokumetasi Kegatan Penelitian









DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	: Wardani Oktavia
Tempat, Tanggal Lahir	: Wonosobo. 28 Oktober 2002
Alamat	: Garung Butuh Kec. Kalikajar Kab. Wonosobo RT 01 RW 01
Fakultas	: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan	: Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Email	: wardanioktavia818@gmail.com
Linkedin	: www.linkedin.com/in/Wardani.Oktavia
Riwayat Pendidikan	: 1. TK Aisyiyah Butuh Kalikajar Wonosobo
	2. MI Muhammadiyah Butuh 2 Kalikajar Wonosobo
	3. MTS Ma'ahid Kudus
	4. MA Ma'ahid Kudus