

**KECENDERUNGAN MEMILIH KONTEN MODERASI
BERAGAMA DI MEDIA DAKWAH DIGITAL
(Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan
Pemasaran)**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Guna memperoleh gelar Magister
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :
NUR HIKMATUS SOBAH
2001028005

**PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Nur Hikmatius Sobah**
NIM : **2001028005**
Prodi : **Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam (MKPI)**
Judul Penelitian : **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Kendal, 6 April 2023

Pembuat pernyataan,



Nur Hikmatius Sobah

NIM: 2001028005

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
PASCASARJANA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

PENGESAHAN TESIS

Proposal tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Nur Hikmatus Sobah**

NIM : 2001028005

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **Kecenderungan Dalam Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**

Telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Ujian Tesis pada tanggal 17 April 2023 dan layak dijadikan syarat memperoleh Gelar Magister dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Disahkan oleh:

Nama

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. Yuyun Affandi, Lc., MA.
Ketua Sidang/Penguji



20-07-2023

Dr. Ali Murtadho, M.Pd.
Sekretaris Sidang/Penguji

26-04-2023

Dr. Agus Riyadhi, M.Si.
Penguji I

26-04-2023

Nadiatus Salama, Ph.D
Penguji II

20-07-2023

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Tesis

Kepada Yth.

Direktur Pascasarjana UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Nur Hikmatus Sobah**

NIM : 2001028005

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Proposal : **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi**

Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa

Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK NU 01

Kendal)

Kami memandang bahwa Tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Ali Mutadho, M.Pd

NIP. 196908181995031001

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Tesis

Kepada Yth.

Direktur Pascasarjana UIN Walisongo

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Nur Hikmatus Sobah**

NIM : 2001028005

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Proposal : **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi
Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa
Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK NU 01
Kendal)**

Kami memandang bahwa Tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II,



Dr. Hatta Abdul Malik, M.S.

NIP. 198003112007101001

ABSTRAK

Judul : Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)

Penulis : Nur Hikmatus Sobah

NIM : 2001028005

Produk dakwah di media digital saat ini beragam, ada yang positif yakni yang mengarah pada dakwah Islam moderat dan ada juga yang negatif yakni yang mengarah pada dakwah Islam yang radikal. Generasi muda sebagai generasi penerus, harus diberikan pembekalan diri agar tidak salah dalam memilih tontonan konten di media digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata kasus siswa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital adalah karena “Disengaja” yakni kecenderungan yang dimiliki karena sengaja dibangkitkan atau ditimbulkan dari Guru dengan pemberian tugas terkait hal tersebut. Selanjutnya siswa berproses mengerjakan tugas tersebut yang kemudian menimbulkan kecenderungan yang “Kultural” yakni kecenderungan yang timbul dari adanya proses belajar, dalam hal tersebut lingkungan sekolah merupakan tempat belajarnya. Nah dari proses tersebut ternyata juga berdampak pada algoritma di akun media sosial siswa yang kemudian cenderung banyak muncul tentang konten-konten sebagaimana indikator moderasi beragama. Selanjutnya ditemukan pula alasan siswa cenderung memilih untuk menonton konten moderasi beragama di media digital yakni ada yang memang ternyata sudah suka sejak awal, suka berdasarkan hati yang kemudian menikmati konten karna merasa sesuai *passion*, timbul rasa ingin tahu yang mendalam dan berkelanjutan, merasa banyak pesan yang didapat, cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda, dan akhirnya cenderung suka karna terbiasa melihat konten tersebut.

ABSTRACT

Title : Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)

Writer : Nur Hikmatas Sobah

NIM : 2001028005

Da'wah products in digital media are currently diverse, some are positive, namely leading to moderate Islamic preaching and some are negative, namely leading to radical Islamic preaching. The younger generation as the next generation, must be equipped with self-sufficiency so they don't make the wrong choice to watch content on digital media. The purpose of this research is to find out the tendency of students to choose religious moderation content in digital da'wah media. The research method used is qualitative with a case study approach. The results of the study show that it turns out that students tend to choose religious moderation content in digital da'wah media because it is "intentional", namely the tendency that is caused or caused intentionally by the teacher by giving assignments related to the material. Furthermore, students proceed to work on assignments which then lead to "cultural" tendencies, namely tendencies that arise from the learning process, in this case the school environment is a place of learning. So that from this process it turns out that it also has an impact on the algorithm on student social media accounts which then tends to appear a lot of content as an indicator of religious moderation. In addition, it was also found that the reason students tend to choose to watch religious moderation content in digital media is that some really liked it from the start, liked it based on their heart, then enjoyed the content because they felt it matched their passion, developed a deep and sustainable curiosity, felt they got lots of messages, tended to choose because it appeared on the homepage itself, and lastly tended to like it because they are used to seeing that content.

المخلص

عنوان : **Ke cenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Sis wa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**

كاتب : Nur Hikmatus Sobah

NIM : 2001028005

تنوع منتجات الدعوة في الوسائط الرقمية حاليًا ، وبعضها إيجابي ، وهو ما يؤدي إلى دعاية إسلامية معتدلة ، وبعضها سلبي ، أي يؤدي إلى الدعوة الإسلامية الراديكالية ، ويجب أن يكون الجيل الأصغر مثل الجيل القادم مُجهزًا بالاكتفاء الذاتي حتى لا يخطئوا في اختيار مشاهدة المحتوى على الوسائط الرقمية ، والهدف من هذا البحث هو معرفة اتجاه الطلاب إلى اختيار الوسائط الدينية لمحتوى الدراسة في حالة الدعوة الرقمية. يتم استنباطها أو استخلاصها عن قصد من قبل المعلم من خلال إعطاء مهام متعلقة بالمادة. علاوة على ذلك ، يعمل الطلاب في مهام تؤدي بعد ذلك إلى اتجاهات "ثقافية" ، أي الميول التي تنشأ من عملية التعلم ، وفي هذه الحالة تكون البيئة المدرسية مكانًا للتعلم. ومن هذه العملية أيضًا يكون لها تأثير على الخوارزمية على حسابات الطلاب على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تميل أيضًا إلى ظهور الكثير من المحتوى الديني على الطلاب في اختيار المحتوى الرقمي. الوسائط هي أن بعض الأشخاص يعجبهم حقًا منذ البداية ، ويعجبهم ذلك استنادًا إلى قلوبهم ، ثم يستمتعون بالمحتوى لأنهم يشعرون وفقًا لشغفهم ، ويطورون فضولًا عميقًا ومستدامًا ، ويشعرون أنهم يتلقون الكثير من الرسائل ، ويميلون إلى الاختيار لأنه يظهر بمفرده على الصفحة الرئيسية ، وأخيرًا يميلون إلى الإعجاب لأنهم معتادون على رؤية هذا المحتوى.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	ṡ	غ	G
ج	j	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	kh	ك	K
د	d	ل	L
ذ	ẓ	م	M
ر	r	ن	N
ز	z	و	W
س	s	ه	H
ش	s	ء	'
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

2. Vokal Pendek

.... = a كَتَبَ kataba
 = i سُئِلَ su'ila
 = u يَذْهَبُ yazhabu

3. Vokal Panjang

ا... = ā قَالَا qāla
 اِي... = ī قِيلَا qīla
 أُو... = ū يَقُولُ yaqūlu

4. Diftong

اِي... = ai كَيْفَا kaifa
 أُو... = au حَوْلَا ḥaula

Catatan; Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks arabnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas kekuatan, kesempatan, dan ridho Nya yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul, “**Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tersampaikan kepada Baginda Rasulullah SAW, yang mana penulis selalu rindukan untuk bisa ziarah ke makam Rasul, semoga kita termasuk golongan umat yang mendapat syafaatnya di dunia dan kelak di akhirat, aamiin. Tesis ini penulis susun guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Magister Sosial. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Suami tercinta Ahmad Faris Ahkam, S.Ag. yang telah berjuang memberikan segala materi, tenaga, motivasi, curahan kasih sayang, doa serta ridho yang penuh kepada penulis dari awal hingga selesainya studi ini. Anak tercinta Shanum Almahira yang senantiasa menjadi motivasi bagi penulis untuk cepat terselesainya studi ini.
2. Direktur Pascasarjana UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag

3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag., beserta Wakil Dekan I, II dan III UIN Walisongo Semarang.
4. Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi Pascasarjana KPI UIN Walisongo Semarang Dr. Hj. Yuyun Affandi, Lc. M.A, dan H. Ibnu Fikri, M.S.I, Ph.D.
5. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II Dr. H. Ali Murtadho, M.Pd., dan Dr. Hatta Abdul Malik, M.S.I., yang telah banyak memberikan pengarahan serta motivasi, dan senantiasa sabar membimbing peneliti hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap dosen Pascasarjana KPI UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk terus berbagi ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan mengantarkan peneliti hingga akhir studi.
7. Kedua orang tua, Bapak tercinta Radji dan Mamah tercinta Siti Nafiah terimakasih atas curahan kasih sayang, doa, motivasi, nasihat dan ridho sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Kakak-kakak penulis Nur Latifatul Qolbiyah, AH., Muhammad Nur Chasan beserta keluarga masing-masing yang senantiasa memberikan *support*, nasihat dan doa terbaik kepada penulis.
9. Teman-teman Magister KPI 2020 Semester Gasal yang saya sayangi dan saya banggakan. Semoga selalu diberi kesehatan dan diberi kelancaran segala urusan menuju kesuksesan bersama aamiin.


10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, namun dengan tidak mengurangi rasa hormat peneliti mengucapkan terimakasih.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu mendapatkan pahala dan barokah dari Allah SWT., Amiin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun penulis telah mencurahkan seluruh kemampuan.

Peneliti mohon maaf dan menerima saran jika ditemukan kekurangan dalam penulisan Tesis ini. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat khususnya pada peneliti dan bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 6 April 2023

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Hikmatu Sobah', with a stylized flourish at the end.

Nur Hikmatu Sobah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PENGESAHAN	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
الملخص.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Berpikir	12
F. Metode Penelitian	16

BAB II KECENDERUNGAN, KONTEN DAKWAH,
MODERASI BERAGAMA, DAN MEDIA DAKWAH DIGITAL

.....	30
A. Kecenderungan	30
1. Pengertian Minat.....	31
2. Indikator Kecenderungan atau Minat.....	33
B. <i>Use and Gratification</i>	41
C. Konten Dakwah	44
1. Pengertian Konten.....	44
2. Bentuk-bentuk konten dakwah.....	45
3. Indikator Konten Dakwah.....	49
4. Proses Pembuatan Konten Dakwah	50
D. Moderasi Beragama	51
1. Pengertian Moderasi Beragama	51
2. Indikator Moderasi Beragama.....	53
3. Landasan Normatif Moderasi Beragama	56
4. Moderasi Beragama sebagai Materi Dakwah	58
5. Praktik Moderasi Beragama melalui Media Dakwah Digital.....	59
E. Media Dakwah Digital.....	60
1. Pengertian Media	60
2. Pengertian Dakwah.....	62
3. Pengertian Media Dakwah.....	63

4. Macam-macam Media Dakwah	65
5. Fungsi Media Digital dalam Dakwah	69
6. Peranan dan Dampak Media	72
7. Jenis-jenis Media Dakwah Digital	76
F. Media Sosial Sebagai Media Dakwah	78
1. Pengertian Media Sosial.....	78
2. Sejarah Media Sosial.....	80
3. Ciri-ciri Media Sosial.....	84
4. Karakteristik Media Sosial.....	84
5. Jenis-jenis Media Sosial.....	86
6. Fungsi Media Sosial Sebagai Media Dakwah	88
7. Algoritma Media Sosial	91
BAB III GAMBARAN UMUM SMK NU 01 KENDAL DAN	
GAMBARAN UMUM KELAS XI JURUSAN BISNIS DARING	
DAN PEMASARAN (BDP)	93
A. Gambaran Umum SMK NU 01 Kendal.....	93
1. Profil Umum SMK NU 01 Kendal	93
2. Visi, Misi, dan Tujuan	105
3. Struktur Organisasi Kepemimpinan.....	107
B. Gambaran Umum Kelas XI Jurusan Bisnis Daring dan	
Pemasaran (BDP).....	108
BAB IV KECENDERUNGAN MEMILIH KONTEN MODERASI	
BERAGAMA DI MEDIA DAKWAH DIGITAL	135

A. Kecenderungan Siswa dalam Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital	135
1. Jenis Kecenderungan.....	140
2. Bentuk Kecenderungan.....	145
3. Faktor yang Melatarbelakangi Adanya Kecenderungan Siswa Kelas XI BDP dalam Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital.....	147
BAB V PENUTUP	151
A. Kesimpulan	151
B. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	161
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	183

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Waktu Pengumpulan Data	20
Tabel 2. Pembagian Kelompok dan Materi Presentasi.....	110
Tabel 3. Data Informan	114
Tabel 4. Hasil Wawancara Informan Yogi	114
Tabel 5. Hasil Wawancara Informan Wilda.....	118
Tabel 6. Hasil Wawancara Informan Reza.....	119
Tabel 7. Hasil Wawancara Informan Naema	122
Tabel 8. Hasil Wawancara Informan Galang	124
Tabel 9. Hasil Wawancara Informan Diah.....	127
Tabel 10. Hasil Wawancara Informan Citra	129
Tabel 11. Hasil Wawancara Informan Saskia	131
Tabel 12. <i>Initial coding: line by line coding</i>	133
Tabel 13. <i>Focused Coding</i>	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	15
Gambar 2. Triangulasi “teknik pengumpulan data” (bermacam-macam pada sumber yang sama.....	25
Gambar 3. Triangulasi “sumber” pengumpulan data (suatu teknik pengumpulan data pada bermacam-macam sumber data.	26
Gambar 4. Struktur Kepemimpinan SMK NU 01 Kendal.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 2 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 3 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 4 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 5 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 6 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 7 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 8 LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN	Error! Bookmark
LAMPIRAN 9 JAWABAN WAWANCARA	161
LAMPIRAN 10 DOKUMENTASI	174

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecenderungan mengakses media digital terbanyak adalah pada usia remaja. Berdasarkan hasil survei tentang durasi penggunaan internet per hari menurut kelompok usia responden (2022). Mayoritas pecandu internet, menurut jajak pendapat yang dilakukan oleh Alvara Research Center, adalah orang dewasa muda. Mereka yang menghabiskan lebih dari tujuh jam online setiap hari diklasifikasikan sebagai "kecanduan" dalam jajak pendapat ini. Dua puluh sembilan persen generasi muda menjawab bahwa mereka menghabiskan tujuh hingga sepuluh jam sehari untuk online. Menggunakan teknik sampel acak bertingkat, survei dilakukan antara 20 dan 31 Maret 2022. Lebih dari tiga perempat (77,63%) orang berusia antara 13 dan 18 tahun yang berpartisipasi dalam polling yang dilakukan oleh Asosiasi Internet Indonesia Penyedia Jasa (APJII) melaporkan peningkatan frekuensi penggunaan internet mereka.¹

Pesatnya perkembangan teknologi digital pada periode saat ini memiliki implikasi besar, baik yang baik maupun yang merugikan. Mereka diuntungkan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sarana komunikasi, informasi, transportasi, dan sebagainya. Hasilnya akan menjadi generasi kemiskinan dan

¹ C. M. Annur, "Survei: Pecandu Internet Terbanyak Dari Kalangan Gen Z".

stagnasi ekonomi. Salah satu dampak negatif yang tumbuh secara substansial adalah tergerusnya moralitas. Termasuk namun tidak terbatas pada pornografi, kekerasan grafis, darah, carding, dan perjudian.²

Usia remaja adalah usia pelajar dimana pada usia tersebut paling rentan terdampak hal negatif dari penggunaan media digital. Adapun secara spesifik dampak negatif bagi pelajar jika cenderung terlalu menghabiskan waktu untuk mengakses media digital adalah pertama mengalami gangguan kesehatan fisik seperti mata, badan pegal. Kedua gangguan kesehatan mental seperti *insecure, flexing, bullying, overthinking* dan sebagainya. Ketiga, mengganggu komunikasi di dunia nyata. Keempat dapat mudah terpapar berita *hoax* dan terpapar konten negatif seperti konten radikal. Masalah terbesar yang dihadapi kaum muda saat ini di ranah pertumbuhan digital adalah menghindari terjerumus ke sisi gelap kemajuan teknologi. Selain nilai mereka sebagai subyek pertumbuhan dan agen perubahan bagi lingkungan mereka, kaum muda juga memainkan peran penting dalam bidang ini melalui keterlibatan mereka dalam pelayanan sosial dan masyarakat.

Pencegahan terhadap radikalisme pelajar menjadi hal yang krusial bagi pendidikan di Indonesia. Puluhan mahasiswa di

² Rofadhilah, O. A. Taufik, and L. Hakim, "Dampak Penggunaan Teknologi Internet Terhadap Etika Dan Akhlaq Anak Dalam Keluarga Di Jakarta Utara", *Jisamar*

Kabupaten Garut, Jawa Barat, diduga terpapar doktrin Negara Islam Indonesia (NII), dan setidaknya satu di antaranya dikabarkan menggalang dana untuk membeli senjata, seperti dilansir Pikiran Rakyat (06/10/2021). . Wali Kota Bandung Oded M. Danial mengatakan pada 29 Oktober 2019, menggunakan statistik kepolisian, sekitar 600 pelajar di Kota Bandung terbukti terpapar paham radikal.³

Sekolah menjadi sarana utama dalam upaya preventif pada radikalisme pelajar. Adanya program-program pembelajaran di sekolah yang mendukung upaya tersebut seperti pengadaan materi moderasi beragama. Sebagaimana yang dilakukan oleh SMK NU 01 Kendal. SMK NU 01 Kendal dengan mayoritas berhaluan Ahlussunah Waljamaah menerapkan program keagamaan yang bertujuan membentuk karakter siswa yang moderat. Hal tersebut tertuang dalam adanya muatan lokal mata pelajaran Ke-NU-an materi Islam Wasathiyah, dan Pendidikan Agama Islam serta Budi Pekerti (PAI dan BP) materi adab bermedia sosial. Berdasarkan pra riset yang penulis lakukan bahwa terdapat kecenderungan siswa yang isi halaman *explore* atau beranda media sosial nya adalah berisi berita-berita tentang anti radikalisme dan ada juga yang berisi tentang tradisi budaya keagamaan. Dimana hal tersebut adalah beberapa indikator tentang moderasi beragama, dan menjadi indikasi awal bahwa

³ Aep Hendy, "Puluhan Remaja Di Garut Terpapar Paham Radikalisme NII. Salah Seorang Sedang Kumpulkan Uang Untuk Beli Senjata".

konten-konten yang cenderung diakses siswa di media digital adalah konten moderasi beragama. Oleh karena itu studi penelitian ini ingin mengeksplorasi tentang kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah yang akan diselidiki yakni: Bagaimana kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian dengan rumusan masalah di atas adalah untuk mengeksplorasi tentang kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat dalam menambah informasi, wawasan dan kajian teori dalam bidang ilmu dakwah khususnya pengembangan dakwah digital dan teori moderasi beragama.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi khususnya bagi para da'i maupun

kreator konten media digital yang memproduksi produk dakwah digital, untuk dapat meningkatkan keahlian, kreatifitas, dan inovasi dalam memproduksi konten dakwah digital yang berisikan materi dakwah Islam Moderat.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan judul penelitian yang akan penulis akan laksanakan maka beberapa kajian pustaka yang penulis susun urutkan berdasarkan kesamaan tema bahasan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fathurrahman 'Arif Rumata, Muh. Iqbal, dan Asman, dalam jurnal Ilmu Dakwah Vol. 41 No 2, 2021. Judul, "Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda".⁴ Kajian keaksaraan dianalisis dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Analisis konten, yang mengutamakan membaca yang tersirat dan berpikir kreatif secara mendalam, digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para da'i muda, khususnya, dapat memanfaatkan materi dakwah diseminasi digital berkat pengalaman generasi muda

⁴ Fathurrahman 'Arif Rumata, Muh. Iqbal, and Asman, "Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (December 2021): 172–183.

dengan media sosial. Hal ini memperkuat argumen bahwa pendekatan moderat terhadap agama diperlukan untuk menghindari ketegangan yang mungkin terjadi dalam komunitas multietnis.

Baik penelitian ini maupun penelitian penulis sendiri berpusat pada topik dakwah digital dan moderasi beragama. Penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis karena penelitian ini lebih mengandalkan tinjauan literatur daripada penelitian lapangan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmah, *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Vol. 2 No. 1 tahun 2020, dengan judul, “Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial”.⁵ Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pencerahan tentang 1) pentingnya memaksimalkan media modern untuk dakwah, dan 2) kesulitan yang dihadapi para da’i kontemporer dalam menjangkau generasi milenial. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kopyah Ireng menggunakan media sosial untuk dakwah dengan melakukan hal-hal sebagai berikut: 1) mendidik anggota masyarakat dan membangun kepercayaan; 2) membentuk tim khusus untuk mengawal penyebaran dakwah melalui website dan media sosial; 3)

⁵ F. Nikmah, “Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial,” *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45–52.

membuat situs web yang menangani masalah dan pertanyaan komunitas umum; dan 4) merangkum pesan-pesan dakwah dan menyebarkannya melalui Youtube, IRC, dan komunitas kopyah ireng merupakan forum online untuk sosialisasi dan pemaknaan teks-teks Islam.

Ada hipotesis dakwah digital, yang sebanding dengan kajian yang akan penulis lakukan. Fokus penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan penulis lakukan karena diarahkan pada jurusan BDP di SMK NU 01 Kendal.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Reza Mardiana dalam jurnal *Komunida* Vol 10 no.2 tahun 2020, dengan judul “Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial”.⁶ Penelitian ini berpendapat bahwa perkembangan paradigma dakwah yang cepat dan dinamis di era modern sebagian besar disebabkan oleh dampak inovasi teknis. Media digital telah muncul sebagai media populer di era Internet karena memfasilitasi pencarian informasi seketika. Seseorang terpenggil untuk beramal melalui proses dakwah. Dakwah harus mahir dalam menggunakan semua sarana

⁶ Reza Mardiana, “Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial,” *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–158.

komunikasi yang tersedia. Moralitas dan etika generasi milenial akan terpengaruh jika dakwah dibiarkan tertinggal dan tertunda lagi. Esai ini mengeksplorasi pertanyaan apakah generasi milenial tertarik untuk berdakwah melalui penggunaan media digital atau tidak. Menggunakan teknik deskriptif yang diinformasikan oleh tinjauan pustaka, penelitian ini menjelaskan bagaimana generasi milenial dapat terinspirasi untuk membuat dakwah digital—melalui platform seperti media sosial—pengejaran seumur hidup. Hal ini disebabkan maraknya penggunaan media sosial sebagai wadah penyebaran ajaran dakwah.

Dakwah digital menjadi tema umum antara kajian ini dengan kajian yang akan penulis lakukan. Apa yang membedakan studi penulis dari yang satu ini adalah tentang subjek penelitian dimana pada penelitian ini generasi milenial sedangkan penelitian penulis spesifik siswa SMK NU 01 Kendal jurusan BDP. Perbedaan lain adalah pada metode penelitian dimana pada penelitian ini menggunakan studi pustaka sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Edy Sutrisno dalam jurnal Bimas Islam Vol 12 no. 1 tahun 2019, dengan judul “Aktualisasi Moderasi Beragama di Lembaga

Pendidikan”.⁷ Hasil penelitiannya adalah mempraktekkan toleransi terhadap pemeluk agama lain Langkah pertama adalah menjadikan sekolah sebagai tempat uji toleransi beragama. Sudah sepatutnya tempat-tempat pendidikan tinggi dijadikan sebagai tempat ujian bagi toleransi beragama. Sudah menjadi rahasia umum bahwa orang Indonesia berasal dari berbagai kelompok etnis dan tradisi agama. Indonesia adalah negara yang penuh dengan kualitas yang berbeda dan rintangan yang sulit. Melibatkan lembaga pendidikan seperti pondok pesantren, madrasah, dan sekolah serta lembaga nonformal lainnya dalam penguatan nilai kemanusiaan, nilai kerukunan beragama, dan moderasi beragama; 3) Mengembangkan literasi agama dan pendidikan lintas agama; 4) Meningkatkan praktik pendidikan keberagaman di sekolah Strategi kedua adalah salah satu moderasi agama dan sekuler.

Studi ini dan studi yang ingin diselesaikan penulis serupa karena keduanya berfokus pada manfaat moderasi beragama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan wawancara, sedangkan karya penulis menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan survei. Perbedaan lain yakni moderasi

⁷ Edy Sutrisno, “Aktualisasi Moderasi Beragama di Lembaga Pendidikan,” *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 2 (27 Desember 2019): 323–408, doi:10.37302/jbi.v12i2.113.

beragama dalam penelitian ini diteliti dengan melihat keadaan secara studi kultural di lembaga pendidikan, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang konten moderasi beragama yang cenderung di akses siswa dan hal-hal yang melatarbelakangi siswa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Mayske Rinny Liando, Hadirman dalam jurnal *Jurnal Pendidikan Islam*, volume 11 nomor 01 dengan judul, “Praktik Kultur Moderasi Beragama dalam Lembaga Pendidikan Muhammadiyah (Studi di SMA Muhammadiyah Manado)”⁸. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang praktik budaya moderasi beragama yang terjadi di sekolah Muhammadiyah, dengan fokus pada SMA Muhammadiyah Manado. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk penelitian ini. Temuan penelitian menyoroti sifat multifaset budaya moderasi beragama di SMA Muhammadiyah Manado, termasuk dakwah di kelas, dialog antaragama, diskusi kelas, dan pengajaran berbasis mata pelajaran. Temuan penelitian ini berkonsekuensi dengan penerapan moderasi beragama

⁸Mayske Rinny Liando dan Hadirman, “Praktik Kultur Moderasi Beragama dalam Lembaga Pendidikan Muhammadiyah (Studi di SMA Muhammadiyah Manado),” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 1 (2022): 379–392, doi:10.30868/ei.v11i01.2089.

di sekolah-sekolah Islam, karena mereka menunjuk pada praktik semacam itu di lembaga pendidikan Muhammadiyah.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Hatta Abdul Malik dalam *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 37, No.2 tahun 2017, dengan judul, “Problematika Dakwah dalam Ledakan Informasi”⁹. Dalam penyelidikan ini, kami mengadopsi perspektif Islam tentang komunikasi dan menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dengan munculnya era digital, informasi telah berkembang biak dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Meningkatnya permintaan akan komputer yang kuat dan perangkat penyimpanan informasi lainnya merupakan gejala dari masalah yang disebabkan oleh ledakan informasi. Karena itu, pengguna harus berhati-hati saat memilah-milah data dan memilih apa yang akan diprioritaskan. Kecemasan atas sumber informasi diperparah oleh kenyataan kecanduan informasi. Selain itu, maraknya informasi palsu merupakan tantangan besar yang ditimbulkan oleh ledakan informasi tersebut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah pada isu yang diangkat mengenai dakwah dakwah era

⁹ Hatta Abdul Malik, “Problematika Dakwah Dalam Ledakan Informasi,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017): 302–312.

digital atau era ledakan informasi, namun terdapat perbedaan yakni spesifikasi pembahasan yang mana pada penelitian ini spesifikasi nya adalah konten moderasi beragama di media dakwah digital.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pertama sama-sama penelitian lapangan, kedua sama-sama membahas tentang moderasi beragama di lingkungan sekolah, namun secara khusus terdapat perbedaan yakni pada penelitian tersebut membahas tentang praktik kultur moderasi beragama di sekolah sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang konten moderasi beragama yang cenderung di akses siswa dan hal-hal yang melatarbelakangi siswa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Sehingga hal tersebutlah yang menjadi kebaharuan pada penelitian ini.

E. Kerangka Berpikir

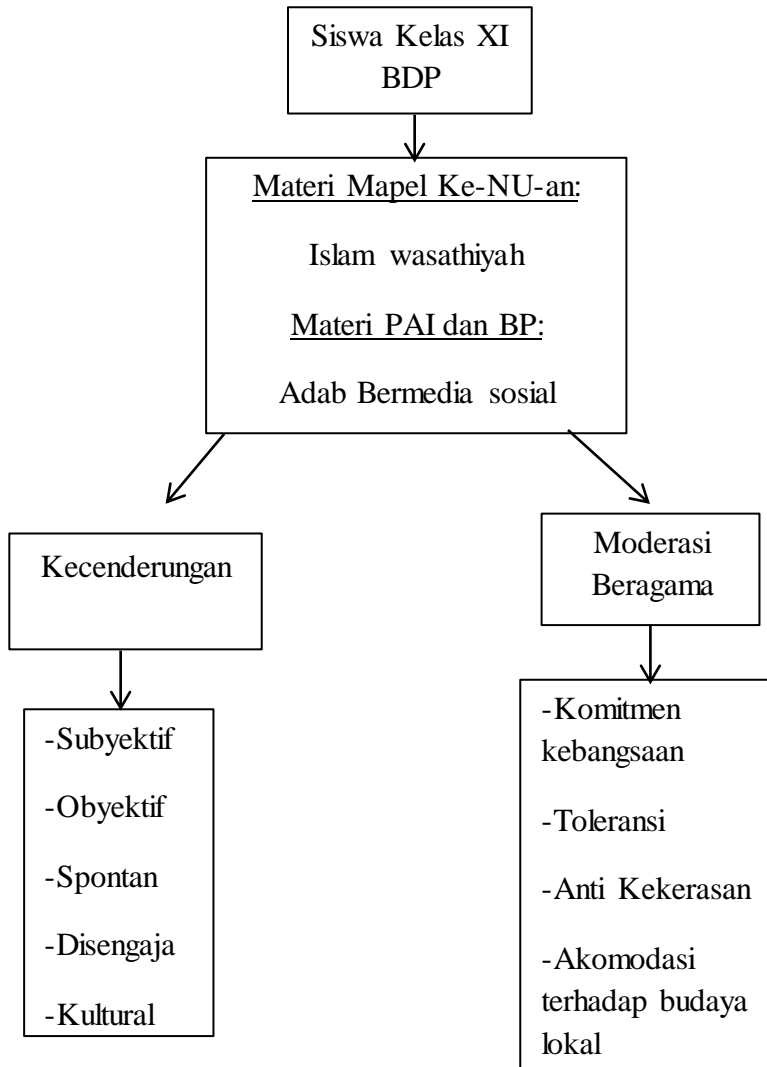
Penelitian ini mengarah pada konten moderasi beragama dan kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Adanya pembelajaran tentang Islam Wasathiyah, Islam Rahmatallil'alamin dalam mata pelajaran Ke-NU-an. Adanya materi “adab bermedia sosial” pada mata pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Budi Pekerti (BP)

di kelas XI. Banyaknya praktik menggunakan media digital, sehingga perlu di analisis kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Dalam penelitian ini kerangka berpikir bersumber dari uraian indikator dalam kerangka teori seperti kecenderungan, konten, moderasi beragama, dan media dakwah digital.

Pertama, indikator kecenderungan, dalam kecenderungan sendiri ada beberapa klasifikasi faktor yang melatarbelakangi adanya “kecenderungan” tersebut yakni kecenderungan yang bersifat subyektif (berdasarkan pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan), obyektif (berdasarkan Reaksi yang merangsang kegiatan-kegiatan dalam lingkungannya), spontan (kecenderungan yang timbul dengan sendirinya secara langsung) , disengaja (kecenderungan yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan), dan kultural (kecenderungan yang diperoleh dari proses belajar). Pada indikator kecenderungan tersebut penulis menganalisis hasil observasi dan wawancara penelitian yakni berupa deskripsi data tentang kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama. Kedua indikator moderasi beragama digunakan untuk klasifikasi konten yang cenderung dipilih siswa. Adapun indikator moderasi beragama adalah Komitmen kebangsaan, Toleransi, Anti Kekerasan, dan Akomodasi terhadap budaya lokal

Dalam menemukan hasil data kedua indikator tersebut penulis melakukan observasi secara langsung dengan terlibat langsung yakni mengikuti proses pembelajaran Ke-NU-an pada materi Islam Rahmatilil'alam, dimana dalam proses atau kegiatan tersebut siswa dibagi kelompok dan diberikan tugas untuk membuat makalah presentasi tentang indikator tema moderasi beragama. Pada pembelajaran PAI dan BP khususnya pada materi adab bermedia sosial. Siswa diberikan tugas kelompok untuk membuat konten adab bermedia sosial. Adanya penugasan tersebut penulis berpikir bahwa terdapat kecenderungan memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Sehingga secara sederhana kerangka berpikir penulis adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir



F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian lapangan menggambarkan studi yang berfokus pada fenomena berbasis komunitas seperti gejala atau kejadian.¹⁰ Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan wawasan tentang fenomena yang kompleks seperti peristiwa, peran, kelompok, atau interaksi sosial tertentu.¹¹ Salah satu cara untuk melihat penelitian ini adalah sebagai investigasi di mana peneliti dengan susah payah mendekonstruksi dan merekonstruksi sebuah fenomena sosial. Peneliti akan diminta untuk menyelidiki lingkungan di mana penelitian sedang dilakukan. Melalui percakapan yang berkelanjutan, peneliti membenamkan diri dalam lingkungan informan untuk lebih memahaminya dan menghargai sudut pandang mereka. (Dalam menyelidiki, sarjana menjelaskan asumsi kualitatif).¹² Penelitian kualitatif menggunakan lingkungan dunia nyata untuk memahami peristiwa yang diamati dengan menggunakan kombinasi teknik yang sudah

¹⁰ S Arikunto, "*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*" (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).

¹¹ L. F. Locke, W. W. "Spirduso, and S. J. Silverman, *Proposals That Work: A Guide for Planning Dissertations and Grant Proposals*, 6th ed." (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc, 2013).

¹² C. Marshall and G. B. Rossman, "*Designing Qualitative Research*, 5th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2011)".

mapan. Ciri khas penelitian kualitatif adalah menghasilkan deskripsi verbal atau tertulis tentang tindakan partisipan sebagai bagian dari proses studi.¹³

Metodologi studi kasus digunakan untuk penyelidikan ini. Metode analisis studi kasus ini digunakan untuk mempelajari dan memahami peristiwa atau masalah baru-baru ini dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai data, yang kemudian dapat digunakan untuk mengumpulkan cerita lengkap tentang apa yang terjadi dan bagaimana hal itu terjadi. Penelitian studi kasus berbeda dari metode penelitian kualitatif lainnya dengan berfokus pada satu contoh mendalam untuk pemeriksaan. Anda dapat memverifikasi keakuratan data Anda dan membidik kebenaran absolut dengan menggunakan analisis data dan triangulasi.

Contoh fenomena dunia nyata dan terkini adalah fokus studi kasus.¹⁴ Studi kasus bukanlah teknik penelitian, melainkan pemilihan materi pelajaran (khususnya, contoh dalam kerangka waktu dan lokasi yang terikat).¹⁵ Strategi penelitian, metodologi, dan studi kasus semuanya berada di

¹³ Djam'an Satori and Aan Komariah, "*Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2011)".

¹⁴ R. K. Yin, "*Case Study Research: Design and Methods*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2009)".

¹⁵ R. E. Stake, "Qualitative Case Studies," in *The Sage Handbook of Qualitative Research*, ed. N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd, 2005), 443–466.

bawah payung istilah "studi kasus".¹⁶ Ketika melakukan penelitian kualitatif, studi kasus dapat berfungsi baik sebagai subjek penelitian maupun produk akhir penelitian. Penelitian studi kasus adalah metode kualitatif di mana peneliti memeriksa dunia nyata, sistem terbatas kontemporer (kasus) atau banyak kasus (kasus) dengan mengumpulkan data ekstensif dari berbagai sumber (seperti wawancara langsung dan online, video, dokumen). , dan laporan) dan kemudian menulis deskripsi rinci tentang kasus atau tema menyeluruh dari kasus tersebut.

Penelitian studi kasus dibedakan oleh fokusnya pada satu contoh. Dalam konteks ini, "entitas" dapat mengacu pada apa pun mulai dari seseorang hingga perusahaan besar. Di sini, lokasi dan waktu suatu peristiwa kurang penting daripada menentukan kasus itu sendiri. Contoh-contoh unik, situasi-situasi dengan signifikansi luar biasa yang membutuhkan deskripsi atau kedalaman, adalah ilustrasi dari jenis kasus yang paling cocok untuk digambarkan oleh studi kasus kualitatif. (Stake, 1995) Skenario ini disebut sebagai kasus intrinsik. Studi kasus kualitatif yang sangat baik akan menunjukkan bahwa penulis memiliki pemahaman menyeluruh tentang subjek yang sedang dibahas.

¹⁶ S. B. Merriam, "*Qualitative Data Analysis Research and Case Study Applications in Education* (San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1998)".

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai data kualitatif, termasuk wawancara, observasi, makalah, dan sumber video. Metode analisis data yang berbeda dapat digunakan tergantung pada kebutuhan studi kasus. Unit yang dipelajari (seperti sekolah atau distrik sekolah) menjadi fokus dari beberapa studi kasus. SMK NU 01 Kendal menjadi lokasi penelitian yang dilakukan di sini. Riset studi kasus yang baik juga menyertakan deskripsi kasus untuk memastikan bahwa analisisnya benar-benar dipahami. Peneliti dapat mempresentasikan temuan dalam model teoretis, menganalisis kasus untuk mengidentifikasi kesamaan dan kontras, atau mengatur tema dan kesulitan dalam urutan kronologis.

Di akhir sebagian besar studi kasus, peneliti menarik semacam kesimpulan tentang apa yang dapat disimpulkan dari contoh-contoh yang diambil bersama-sama. "penegasan", "pembentukan pola", dan "penjelasan" adalah semua istilah yang digunakan Stake (1995) dan Yin (2009) untuk menggambarkan fenomena ini. Menurut Creswell, ini adalah pelajaran penting dari studi kasus secara umum.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yakni secara umum di Kabupaten Kendal, dan secara khusus nya di SMK NU 01 Kendal, hal

tersebut karena populasi siswa di SMK NU 01 Kendal 100% adalah beragama Islam Nu, dan dengan rentan usia kelahiran tahun 2004-2007 atau berada pada usia 15-18 tahun. SMK NU 01 Kendal merupakan sekolah swasta Islam pertama di Kabupaten Kendal yang terakreditasi Baik.

Adapun mengenai waktu penelitian telah peneliti rancang, di bawah ini merupakan gambar tabel rancangan waktu penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Waktu Pengumpulan Data

No	Kegiatan Penelitian	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pra-Riset																								
2.	Proposal																								
3.	Seminar Proposal																								
4.	Pengumpulan Data																								
5.	Pengolahan Data																								
6.	Analisis Data																								
7.	Penulisan Hasil Data																								
8.	Penyempurnaan																								

3. Jenis dan Sumber Data

Data adalah semua data (data) yang berkaitan dengan topik apa pun yang relevan dengan penyelidikan. Akibatnya, tidak semua fakta memenuhi syarat sebagai bukti ilmiah.

Data terkait penelitian hanya satu jenis data.¹⁷ Sumber data

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017), 28.

adalah subyek dari mana data-data tersebut diperoleh.¹⁸ Saat mengumpulkan data, peneliti menjaga suasana santai dan informal. Hal ini dianggap membantu dalam membuat peserta merasa nyaman dan bahwa mereka berpartisipasi dalam dialog, bukan interogasi.¹⁹

Data utama adalah data yang berkaitan dengan pokok masalah penelitian, yang mana data tersebut diambil dari data utama.²⁰ Siswa membuat sebagian besar data penelitian ini. Siswa dan peserta penelitian diwawancarai, dipantau, dan direkam untuk sebagian besar data dalam penelitian ini. Delapan siswa kelas XI jurusan bisnis online dan pemasaran akan diwawancarai untuk penelitian ini; tiga akan laki-laki dan enam akan perempuan. Peneliti akan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

4. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Maka dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif

¹⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 67.

¹⁹ Nadiatus Salama et al., “Disproving the Myth of Racial Harassment and Trauma among Indonesian Americans,” *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 7, no. 2 (2022): 183–194.

²⁰ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 89.

dengan mengacu pada, observasi, wawancara mendalam untuk mengali dan menemukan data-data, serta dokumentasi.

5. Teknik Pengumpul Data

a. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara adalah metode yang melibatkan berbicara dengan orang untuk mendapatkan informasi. (*face to face*).²¹ Format wawancara adalah wawancara satu lawan satu tanpa ada interaksi antar partisipan. Semua wawancara direkam pada perekam suara sebagian ada yang ditulis intinya dan kemudian ditranskrip.²² Untuk memastikan keamanan informan, jaminan diberikan bahwa deskripsi rinci tentang data pribadi orang yang diwawancarai tidak akan diungkapkan. Dengan izin dari informan, wawancara direkam dan ditranskrip.²³ Penulis penelitian ini mewawancarai mahasiswa dan menyiapkan serangkaian pertanyaan untuk menanyakan preferensi mereka

²¹ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

²² Nadiatus Salama and Nobuyuki Chikudate, "Unpacking the Lived Experiences of Corporate Bribery: A Phenomenological Analysis of the Common Sense in the Indonesian Business World," *Social Responsibility Journal* 19, no. 3 (2023): 446–459.

²³ "Nadiatus Salama, Medina Janneta El-Rahman, and Mahfud Sholihin", "Investigation into Obedience in the Face of Unethical Behavior," *Psikohumaniora*: (2020): 207–218.

terhadap materi moderat keagamaan di media dakwah digital.

b. Observasi

Pengumpulan data observasi memanfaatkan panca indera untuk mengumpulkan informasi langsung dari lingkungan. Biasanya digunakan oleh peneliti yang terlibat dalam eksplorasi pendahuluan, temuan yang menginformasikan studi selanjutnya, seperti yang menggunakan metodologi penelitian pra-observasi.²⁴ Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di mana peneliti berada di dalam dan ikut berperan dalam suatu kegiatan yang dilakukan, tetapi secara ekplisit berada “di luar” yang dapat mempengaruhi pelaksanaan kegiatan yang sedang dilakukan oleh subjek penelitian. Observasi partisipasi dalam penelitian ini artinya peneliti terlibat langsung dalam kegiatan penelitian.²⁵

Dalam observasi tersebut penulis mengikuti pembelajaran mata pelajaran Ke-NU-an dengan melihat siswa khususnya yang menjadi sampel penelitian pada

²⁴ Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*.

²⁵ A. Fatchan, "*Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Etnografi Dan Etnometodologi Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*" (Yogyakarta: Ombak, 2015), 124–125.

saat presentasi tugas tentang materi Islam Wasathiyah (Islam Rahmatallil' alamin).

c. Dokumentasi

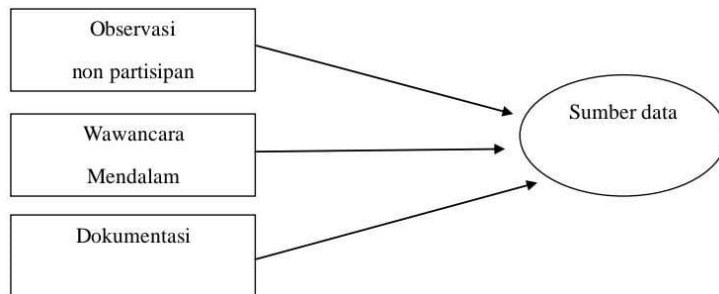
Data tentang demografi, kondisi ekonomi, dan topik lainnya dapat dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi, yang meliputi pengumpulan informasi dari berbagai kertas atau bukti tertulis. Tujuan dan ruang lingkup penelitian menentukan makalah mana yang dikumpulkan.²⁶ Kamera digital dan rekaman smartphone hanyalah dua dari sekian banyak teknik dokumentasi yang digunakan penulis saat melakukan wawancara dan memilah-milah materi yang ada. Penulis mengambil foto digital dari wawancara dengan peserta. Akibatnya, penelitian sangat bergantung pada penggunaan teknologi perekaman dan pendokumentasian untuk membantu pengumpulan data.

6. Uji Keabsahan Data

Temuan penelitian, seperti informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan catatan tertulis, dapat dipercaya hanya setelah mereka menjalani uji validitas data. Peneliti mengecek ulang referensi dan menggunakan triangulasi untuk memverifikasi data dalam penelitian ini.

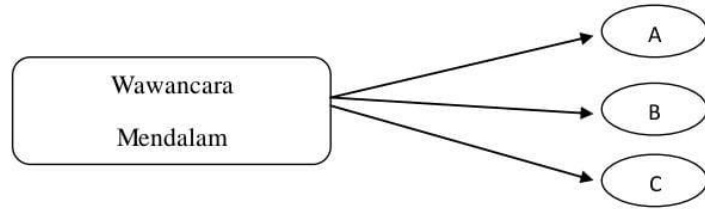
²⁶ Nana Syaodih Sukmadinata, "*Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 78".

Istilah "triangulasi" mengacu pada metode pengumpulan informasi yang mengacu pada banyak aliran data independen. Pendekatan triangulasi digunakan oleh para akademisi untuk mendapatkan banyak perspektif dari satu sumber. Triangulasi data, dimana peneliti menggunakan banyak sumber untuk menguatkan informasi yang diperoleh melalui wawancara.²⁷ Triangulasi dengan sumber yang dilakukan penelitian ini yaitu : membandingkan hasil wawancara kelas XI jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran dengan hasil wawancara informan lain seperti Guru Ke-NU-an, PAI dan BP, serta kelas lain yang mendapat materi yang sama. Hal tersebut penulis gunakan untuk mengecek kebenaran data dari informan awal sehingga memperkaya data dan memperoleh data yang valid.



Gambar 2. Triangulasi “teknik pengumpulan data”
(bermacam-macam pada sumber yang sama)

²⁷ J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014), 269.



Gambar 3. Triangulasi “sumber” pengumpulan data (suatu teknik pengumpulan data pada bermacam-macam sumber data).

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tulang punggung dari proses penelitian karena dapat memberikan asumsi teoritis dan dasar yang akan dibangun. Menganalisis data memerlukan langkah-langkah serupa untuk mengumpulkan, membuat model, dan mengubah informasi untuk tujuan menarik kesimpulan, menghasilkan rekomendasi, dan membantu pengambilan keputusan.²⁸

Untuk menemukan solusi atas permasalahan yang telah menjadi pokok bahasan penelitian sebelumnya, maka analisis data digunakan disini. Dalam penelitian kualitatif, analisis data akan terjadi bersamaan dengan proses lainnya, seperti pengumpulan data dan penulisan laporan. Peneliti memeriksa wawancara yang dikumpulkan sebelumnya, mencatat yang

²⁸ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

dimasukkan ke dalam narasi laporan, dan menyusun laporan akhir sambil melakukan wawancara. Metode ini berbeda dengan langkah tradisional penelitian kuantitatif, yang terdiri dari pengumpulan data, analisis, dan penulisan laporan. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif untuk menjawab rumusan masalah yakni tentang kecenderungan siswa memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Adapun langkah-langkah analisis data menurut Creswell adalah:²⁹

- a. Tangani dan atur data sehingga dapat dianalisis. Bergantung pada asal informasi, ini mungkin termasuk menyalin wawancara, memindai dokumen, memasukkan data lapangan, atau mengkategorikan informasi.
- b. Luangkan waktu untuk membaca informasinya. Langkah pertama adalah memikirkan secara luas tentang data dan bagaimana semuanya cocok satu sama lain.
- c. Mulailah menyandikan semua data. Istilah “coding” mengacu pada proses menyusun data dengan menyusun segmen-segmen teks atau gambar dan memberi label menurut kategori yang telah ditentukan. Menyortir data tekstual atau visual yang

²⁹ Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

diperoleh ke dalam kategori dan melabelinya dengan terminologi tertentu, seringkali tergantung pada istilah atau bahasa asal peserta, adalah langkah selanjutnya setelah pengumpulan data.

Menurut Strauss dan Corbin (sebagaimana dikutip dalam Creswell, 2013), proses pengkodean terdiri dari tiga fase: pengkodean terbuka, pengkodean aksial, dan pengkodean selektif. Namun, Charmaz (2006) mengklaim bahwa proses pengkodean terdiri dari dua tahap: Pengkodean awal dan pengkodean akhir. Pengkodean terfokus setelah pengkodean baris demi baris atau awal kata demi kata. Di sini, para peneliti menggunakan metode analisis data yang terinspirasi oleh Charmaz. Adapun langkah-langkah nya sebagai berikut:

1) *Initial coding : Line by line coding*

Line by line coding adalah sejenis penyandian yang memberi label pada informasi yang kami kumpulkan.

2) *Focused coding*

Selanjutnya peneliti melanjutkan proses koding yang disebut *focused coding*. Menurut Charmaz (2006, hlm. 57) *focused coding* “membutuhkan sebuah keputusan mengenai initial codes mana yang dapat membuat arti yang paling analitik agar dapat membuat kategori data anda menjadi jelas dan

lengkap.” Peneliti sekarang melihat bagaimana berbagai kode menumpuk satu sama lain. Beberapa kode digabungkan menjadi satu ketika kesamaan di antara mereka menjadi jelas bagi para peneliti. Peneliti dapat melihat hubungan antar kode dengan terus membandingkan setiap kode di dalam data.³⁰

- d. Langkah terakhir dalam analisis data adalah pembuata interpretasi dalam penelitian kualitatif (*interpretation in qualitative search*) atau memaknai data. Mengajukan pertanyaan seperti "Pelajaran a yang bisa diambil dari semua ini?" akan membantu peneliti mengungkap esensi dari suatu gagasan.³¹

³⁰ Durri Andriani, *Metodologi Penelitian* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013).

³¹ Y. S. Lincoln and E. G. Guba, *Naturalistic Inquiry* (Beverly Hills, CA: SAGE Publications, 1985).

BAB II

KECENDERUNGAN, KONTEN DAKWAH, MODERASI BERAGAMA, DAN MEDIA DAKWAH DIGITAL

A. Kecenderungan

Menurut Poerwadar Minta, kecenderungan adalah kecenderungan (hati), kesiapan (kemauan), keinginan (kesukaan), atau minat (pada segala sesuatu) yang berlangsung terus-menerus.³² Bagi Suryabrata minat adalah kecenderungan untuk menyukai atau menghargai sesuatu. Perasaan menyenangkan atau menarik menandai awal ketertarikan pada suatu barang. Jika seseorang tertarik pada sesuatu, kemungkinan besar mereka akan mengembangkan emosi positif tentang hal itu. Selain itu, menurut Suryobroto minat adalah perhatian yang terarah dan tenaga dalam yang menyertai setiap tindakan yang diberikan.³³ Selain itu, menurut Mappiare, minat adalah perangkat mental yang terdiri dari berbagai faktor, termasuk tetapi tidak terbatas pada, emosi, harapan, pendidikan, ketakutan, dan kecenderungan.³⁴ Sehingga untuk menganalisis kecenderungan penulis menggunakan teori minat.

³² Kartini Kartono, *Psikologi Umum* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 69.

³³ Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian* (Jakarta: Rajawali, 1988), 59.

³⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), 102.

1. Pengertian Minat

Apa yang membuat sesuatu menarik bagi seseorang adalah kenyataan bahwa mereka senang memikirkannya. Menurut Mappiare, minat adalah alat mental yang terdiri dari kombinasi emosi, harapan, pendidikan, ketakutan, dan kecenderungan lain yang mendorong orang untuk mengambil keputusan tertentu.³⁵

Sukardi berpendapat bahwa minat merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan karena mempengaruhi motivasi. Ketertarikan seseorang pada apa pun dapat dimotivasi oleh emosi positif atau negatif. Ketertarikan didorong oleh bagaimana sesuatu membuat seseorang merasa, baik secara positif maupun negatif. Tingkat minat seseorang pada apa pun dapat diperoleh dari tingkat antusiasme mereka terhadap, atau keengganan, terhadap hal itu.³⁶

Suryabrata mendefinisikan minat sebagai kecenderungan seseorang untuk menyukai atau menghargai hal tertentu. Perasaan menyenangkan atau menarik menandai awal ketertarikan pada suatu barang. Jika seseorang tertarik pada sesuatu, kemungkinan besar mereka akan

³⁵ Mappiare, *Psikologi Remaja*, 102.

³⁶ Dewa K. Sukardi, *Bimbingan Karir di Sekolah-Sekolah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994), 97.

mengembangkan emosi positif tentang hal itu. Selain itu, menurut Suryobroto minat adalah perhatian yang terarah dan tenaga dalam yang menyertai setiap tindakan yang diberikan.³⁷

Suyanto mendefinisikan “minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan.” Menurut pandangan ini, memperhatikan dengan seksama mengungkapkan keingintahuan individu tentang produk sampingan dari tindakan tertentu.³⁸

Para ahli sepakat bahwa ada banyak faktor kunci—termasuk minat atau kesenangan, perhatian, dan kebutuhan—yang berkontribusi pada perkembangan minat individu. Indikator-indikator yang dapat digunakan untuk menunjukkan minat seseorang terhadap sesuatu sangat diperlukan untuk mengkaji kecenderungan santri dalam memilih materi moderasi beragama dalam media dakwah digital. Aspek-aspek atau kondisi-kondisi yang menimbulkan minat dikemukakan untuk membeberkan kecenderungan seseorang, karena minat itu sendiri tidak dapat dinilai secara langsung. Metrik ini berguna untuk

³⁷ Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, 59.

³⁸ A. Sujanto, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Aksara Baru, 1981), 78.

mengungkap kecenderungan seseorang terhadap perilaku tertentu.

2. Indikator Kecenderungan atau Minat

Adapun indikator kecenderungan atau minat adalah,

- a. Ciri-ciri Minat³⁹
 - 1) Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.
 - 2) Minat bergantung pada kesipan belajar.
 - 3) Minat bergantung pada kesempatan belajar.
 - 4) Perkembangan minat mungkin terbatas.
 - 5) Minat dipengaruhi budaya.
 - 6) Minat berbobot emosional.
 - 7) Minat cenderung bersifat egosentris

- b. Pembagian dan Jenis Kecenderungan atau Minat

Menurut Gordon⁴⁰ minat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Minat subyektif : Evaluasi subyektif bahwa sesuatu itu menyenangkan.

³⁹ E. B. Hurlock, "*Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, 5th ed." (Jakarta: Erlangga, 1999).

⁴⁰ Milton M. Gordon, "*Assimilation in American Life: The Role of Race, Religion, and National Origins*" (New York: Oxford University Press, 1964).

2) Minat obyektif : Reaksi yang merangsang kegiatan-kegiatan dalam lingkungannya.

Menurut Samsudin⁴¹ minat jika dilihat dari segi timbulnya terdiri dari dua macam yaitu:

- 1) Minat spontan: minat yang timbul dengan sendirinya secara langsung.
- 2) Minat yang disengaja: minat yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan.

c. Bentuk-bentuk Minat

Menurut Buchori⁴² minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- 1) Minat Primitif : Minat biologis adalah jenis minat yang paling mendasar, dan mencakup hal-hal seperti keinginan untuk bertahan hidup dan berkembang. Pengetahuan tentang tuntutan yang secara langsung dapat memenuhi kebutuhan untuk melestarikan organisme merupakan bagian dari minat semacam ini.
- 2) Minat Kultural : Budaya yang dihasilkan atau diperoleh dari pembelajaran atau apa yang oleh

⁴¹ Samsudin, *Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan SD/MI* (Jakarta: Litera, 2008), 87.

⁴² Muchtar Buchori, *Teknik-teknik evaluasi dalam pendidikan* (Bandung: Jemmars, 1998), 39.

sebagian orang disebut minat "sosial". Dengan demikian, dalam latar ini, keingintahuan budaya lebih dihargai daripada keingintahuan antropologis.

d. Faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau minat

Menurut Crow & Crow⁴³ ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) *The Factor Inner Urge*

Minat dapat dengan cepat dirangsang oleh rangsangan jika berasal dari konteks atau skala yang sesuai dengan tujuan atau persyaratan individu. Sebagai contoh, pertimbangkan kecenderungan untuk belajar; dalam hal ini, minat terhadap sains.

2) *The Factor Of Social Motive*

Ketertarikan seseorang pada subjek tertentu. Itu juga dipengaruhi oleh variabel pribadi dan sosial; misalnya, seseorang mungkin ingin unggul secara akademis sehingga mereka dapat maju dalam lingkaran sosialnya.

⁴³ L. D. Crow dan A. Crow, *Psikologi Pendidikan* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1973), 79.

3) *Emosional Factor*

Pelayaran yang sukses dilakukan oleh orang-orang dalam aktivitas tertentu, misalnya, juga dapat membangkitkan emosi kesenangan dan dapat membangun kegembiraan atau minat yang besar dalam aktivitas ini karena sensasi dan aspek emosional ini. Kalau tidak, pengalaman kegagalan akan memicu minat.

e. Hal-hal yang Menimbulkan Minat atau Kecenderungan

Dengan kata lain, minat adalah sebab sekaligus akibat dari perhatian yang cermat. Wetherington berpendapat bahwa untuk belajar dengan baik, seseorang harus tertarik, yang berarti dia optimis dan bersemangat tentang topik yang sedang dibahas. Faktor-faktor baik internal maupun eksternal pada individu berkontribusi pada pengembangan minat.⁴⁴

1) Faktor Internal

a) Kematangan

Perkembangan mental seseorang merupakan salah satu faktor tingkat kematangannya. Potensi jasmani dan rohani seseorang harus siap menerima informasi dan

⁴⁴ H. C. Witherington, *Psychology Pendidikan* (Jakarta: Aksara Baru, 1978), 113.

pengalaman baru agar pengajaran dianggap berhasil.

b) Latihan berulang

Jika sesuatu menarik minat seseorang dan sering diulang, orang tersebut lebih mungkin untuk mempelajari dan mempertahankan materi tersebut. Namun, tanpa penggunaan teratur, keterpaparan seseorang terhadap objek yang menarik dapat berkurang atau hilang sama sekali. Keingintahuan seseorang dapat dipicu dengan berulang kali memaparkannya pada materi yang sama. Orang lebih termotivasi untuk belajar ketika materi pelajaran menarik minat mereka.

c) Motivasi

Istilah "motivasi" berasal dari kata Latin "movere," yang berarti "untuk mendorong, mendorong, atau menyebabkan tindakan atau perbuatan." Kata kerja Latin movere, yang berarti "memberi" atau "menghasilkan" atau "menimbulkan" dorongan, terkadang diterjemahkan sebagai "motivasi" dalam bahasa Inggris. Dalam kebanyakan kasus, ada alasan di balik perilaku seseorang. Ketika

seseorang melakukan suatu aktivitas dengan sengaja, itu karena dia memiliki tujuan tertentu dalam pikirannya dan termotivasi untuk mencapainya. Individu ini didorong oleh keinginan akan prestise dan status selain kesuksesan finansial.⁴⁵

Ketika seseorang termotivasi, mereka terinspirasi untuk mengambil tindakan. Ketika seseorang terinspirasi untuk mengejar bidang sains tertentu, mereka mungkin akan menjadi ahli dalam disiplin itu. Sulit untuk melakukan upaya maksimal untuk mempelajari apa pun jika Anda tidak tahu betapa berharganya informasi yang akan Anda dapatkan bagi Anda dalam jangka panjang.⁴⁶

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang antara lain:

⁴⁵ Suwatno and D. J. Priansa, "*Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik Dan Bisnis*" (Bandung: Alfabeta, 2013), 171.

⁴⁶ M. N. Purwanto, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: Remadja Karya, 2006), 103–104.

a) Lingkungan

Lingkungan dapat mengaruhi kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Seseorang yang lebih sering berada pada lingkungan yang positif maka arah perilakunya juga akan mengarah pada hal-hal yang positif. Sebaliknya, seseorang yang lebih sering berada pada lingkungan yang negatif maka arah perilakunya juga akan mengarah pada hal-hal yang negatif.

b) Media

Pada era digital saat ini, media juga memiliki peranan penting terhadap pembentukan kecenderungan atau minat seseorang. Media dapat menggiring opini, juga pemikiran seseorang, dengan apa yang ditampilkan di media.

Menurut Slameto, keingintahuan itu tidak alami, melainkan berkembang seiring berjalannya waktu. Mempelajari sesuatu menarik minat Anda, yang mendorong Anda untuk terus mempelajarinya. Ini menunjukkan bahwa antusiasme dapat dipupuk menjadi aktivitas yang berkelanjutan. Tidak ada yang tiba-tiba tertarik. Metode ini mungkin menyinggung minat seseorang. Keingintahuan ini dapat

berkembang melalui observasi terfokus dan keterlibatan sosial. Dorongan, perhatian, kesenangan, bakat, dan kecocokan atau kesesuaian adalah indikator umum pembentukan minat tersebut.⁴⁷

Beberapa faktor, termasuk minat atau kesenangan, fokus, dan kebutuhan, berkontribusi pada perkembangan fokus individu. Minat berkembang ketika seseorang mulai mengalami kesenangan dan menunjukkan pola perilaku yang dinamis sebagai respons terhadap jenis aktivitas tertentu. Ketika seseorang mengalami kebahagiaan, dia akan dipaksa untuk bertindak berdasarkan naluri. Menurut faktor-faktor yang menimbulkan Minat dapat digolongkan sebagai berikut :⁴⁸

- 1) Dorongan internal untuk memenuhi kebutuhan. Tuntutan kesehatan fisik dan mental termasuk dalam kategori ini.
- 2) Dorongan untuk dilihat dan dihargai oleh orang lain di sekitar seseorang adalah contoh dari jenis motivasi sosial yang mungkin berperan dalam penciptaan minat pada orang tersebut.

⁴⁷ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 63.

⁴⁸ M. Al-Smadi and S. A. Al-Wabel, "The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks," *Journal of Internet Banking and Commerce* 16, no. 2 (2011): 1–10.

- 3) Pertimbangan emosional, Kriteria ini menilai seberapa fokus seseorang pada tugas yang sedang dihadapi atau item yang diminati.

B. *Use and Gratification*

Herzog secara luas dianggap sebagai orang yang pertama kali mempelajari kepuasan dan utilitas konsumen. Dia berusaha mengategorikan banyak faktor yang membuat membaca surat kabar lebih populer daripada mendengarkan radio. Dia menyelidiki bagaimana demografi memengaruhi liputan berita.⁴⁹ Penyempurnaan model jarum suntik, hipotesis kegunaan dan kepuasan. Herbert Blumer dan Elihu Kartz mempresentasikan konsep ini dalam buku mereka tahun 1974 *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Menurut pengertian ini, konsumen berperan aktif dalam memutuskan media apa yang akan dikonsumsi dan bagaimana mereka akan memanfaatkannya. Konsumen media mencari informasi berkualitas tinggi dengan menjelajahi berbagai outlet media. Dengan kata lain, teori kegunaan dan kesenangan mengandaikan bahwa orang memiliki pilihan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.⁵⁰

⁴⁹ Morissan, A. C. Wardhani, and F. Hamid, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013), 82.

⁵⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 191–192.

Hipotesis ini, yang diajukan oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer, menyelidiki akar pribadi dan sosial dari hasrat yang berhubungan dengan media. Hal inilah yang menyebabkan berbagai bentuk pemenuhan permintaan dan hasil lainnya, seperti pola konsumsi atau partisipasi media yang khas.⁵¹ Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:⁵²

1. Penonton terlibat dan memiliki tujuan tertentu saat melihat media.
2. Anggota audiens harus mengambil inisiatif dalam mengikat kebutuhan akan kepuasan pada pilihan media tertentu.
3. media menghadapi persaingan dari pemuas potensial lainnya.
4. Peserta memiliki pengetahuan yang cukup tentang konsumsi, minat, dan motivasi media mereka sendiri untuk melukis potret diri yang realistis bagi peneliti. Menunda membuat penilaian moral tentang cara pemirsa menghubungkan kebutuhan mereka dengan bentuk media atau konten tertentu.

Teori kegunaan dan kesenangan memberikan penjelasan tentang karakteristik konsumen media yang terlibat yang mampu memilih dan memilih di antara pesan-pesan yang bersaing. Salah satu metode di mana permintaan informasi dapat dipenuhi adalah dengan membiarkan audiens memutuskan media apa yang

⁵¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, 191.

⁵² Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa*, 5th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 298–299.

mereka sukai. Untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka, khalayak terlibat dengan berbagai bentuk media. Gagasan utama di balik kegunaan dan kepuasan adalah bahwa orang memilih media untuk memenuhi keinginan, tujuan, atau keadaan pikiran tertentu. Kekuatan komunikasi, khususnya di media massa, pada dasarnya terbatas. Motif untuk memanfaatkan media dan sejauh mana motivasi tersebut terpenuhi menjadi dasar dari teori ini, yang berpendapat bahwa khalayak aktif dan selektif dalam konsumsi media mereka.

Banyak audiens yang berbeda menggunakan media untuk berbagai tujuan. Menurut Mcquail dkk, ada empat alasan utama mengapa orang mengonsumsi media, yaitu:⁵³

1. Pengalihan (disversion), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
3. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (surveillance), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.

Penilaian potensi media untuk memberikan kepuasan dapat dioperasionalkan melalui reaksi audiens, termasuk perasaan

⁵³ Richard West and Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, 3rd ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 105.

dan tindakan. Anggota audiens yang menjadi titik fokus dari teori kegunaan dan kepuasan adalah mereka yang membuat keputusan yang disengaja tentang media yang mereka konsumsi. Sebagai cerminan sejati dari upaya audiens untuk memuaskan keinginannya dengan cara yang konsisten dengan motivasinya, ia telah memutuskan media mana yang paling sesuai dengan tujuannya. Konsumsi media bervariasi dari pengguna ke pengguna, oleh karena itu khalayak harus membuat keputusan yang disengaja.⁵⁴ Mengambil pendekatan ini membuktikan bahwa para peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang apa yang mendorong orang untuk mengkonsumsi media.

C. Konten Dakwah

1. Pengertian Konten

Istilah "konten" mengacu pada topik, kategori, atau blok bangunan dasar data. Teks, foto, grafik, film, musik, makalah, laporan, dan media lainnya adalah contoh konten. Konten, dengan demikian, mengacu pada segala sesuatu yang dapat disimpan dan diambil secara digital. Menurut *Cambridge Dictionary*, salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku”

⁵⁴ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 65.

(the articles or parts contained in a magazine or book). Dalam *Business Dictionary*, konten memiliki arti:⁵⁵

- a. Salinan makalah, buku, atau majalah. Istilah "konten" mengacu pada materi dan cara penyajiannya, termasuk ketepatan waktu, keterbacaan, relevansi, dan kegunaannya.
- b. inti yang dipahami atau diterima pembaca dari isi atau percakapan yang disampaikan.
- c. 'Perekat' yang membuat situs web 'lengket' adalah yang membuat pengguna kembali dan menghentikan mereka untuk pergi.

2. Bentuk-bentuk konten dakwah

- a. Konten Dakwah Berbentuk tulisan

Konten dakwah yang berbentuk tulisan contohnya adalah quote islami, motivasi islami, cerita pendek islami, suatu panduan atau tata cara, artikel, dan sebagainya. Konten yang berbentuk tulisan biasanya dapat ditemui pada website.

- b. Konten dakwah berbentuk gambar

Konten dakwah digital yang berbentuk gambar contohnya adalah pamphlet atau flyer animasi tentang

⁵⁵ Sean McPheat, *Content Marketing* (UK: The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing, 2011).

materi dakwah Islam. Konten yang berbentuk gambar biasanya dapat ditemui pada media sosial instagram, facebook, dan twitter.

c. Konten dakwah berbentuk video

Konten dakwah yang berbentuk video dalam media digital contohnya adalah video ceramah di youtube, video ceramah di tiktok, video ceramah di Instagram, video ceramah di facebook, video film pendek islami, video pesan atau tutorial islami dan sebagainya. Konten yang berbentuk video biasanya dapat ditemui pada seluruh media sosial yakni tiktok, youtube, instagram reels, snack video, facebook reels, dan sebagainya.

Adapun bentuk-bentuk konten video adalah.⁵⁶

1) Video Penjelasan (*Explainers Video*)

Video *explainer* bertujuan menyampaikan pesan dengan jelas kepada khalayak sasaran. Mereka mengajarkan audiens tentang topik tertentu dan dapat digunakan untuk memotivasi orang untuk mengambil tindakan (seringkali dengan mengejutkan mereka).

⁵⁶ RT Katalisnet, “9 Jenis Konten Video, Ide Untuk Content Creator.”

2) Video Tutorial atau Cara atau Panduan (*How To's/Guides Video*)

Video tutorial merupakan video yang dibuat oleh kreator konten yakni berisi tentang penjelasan cara menggunakan produk, cara membuat sesuatu, atau cara melakukan suatu aktivitas tertentu.

3) Video Wawancara dan Tanya Jawab (*Interview and Q&A Videos*)

Biasanya, pengembang video tanya jawab akan melakukan wawancara dengan penonton atau pihak kedua yang akan memberikan informasi dalam bentuk video dengan format tanya jawab.

4) Video di Balik Layar (*Behind the Scenes, BTS*)

Video BTS adalah video yang menampilkan keadaan di balik layar atau di balik panggung yang dibuat oleh konten kreator dengan maksud memberikan informasi hal-hal menarik atau lucu atau terharu di balik pembuatan video yang asli yakni konten video hasil.

5) Video Tantangan (*Challenges*)

Di sebagian besar video tantangan, kreator merekam dirinya melakukan tantangan viral sebelum memublikasikan video secara online dan menantang orang lain untuk melakukan hal yang sama.

6) Video Rekap (*Recaps*)

Pembawa acara atau pembawa acara video rekap berbicara tentang suatu topik, yang biasanya berupa media lain seperti buku komik, video game, atau film.

7) Video Putar Melalui (*Play Throughs*)

Video Play Through, sering dikaitkan dengan bisnis game dan menggunakan video bernama "Let's Play". Produser konten memainkan video game sambil menceritakan apa yang terjadi kepada penonton.

8) Video Siaran Langsung (*Live Broadcasts*)

Video siaran langsung merupakan video yang dibuat oleh konten kreator untuk menjelaskan suatu aktivitas yang dilakukan atau menampilkan suatu produk tertentu yang ingin di informasikan kepada khalayak umum.

9) Ulasan (*Reviews*)

Video ulasan atau *Reviews video* adalah konten video yang berisi tentang ulasan atau *review* suatu produk baru yang menarik bagi penontonnya. Konten tersebut dapat dibuat oleh seorang konten kreator biasa atau oleh para ahli untuk menjelaskan detail produk dan memberikan pendapat mereka tentang suatu produk yang di *review* tersebut.

3. Indikator Konten Dakwah

Indikator yang harus dimiliki sebuah konten dalam rangka mengukur konten tersebut adalah; Relevansi, Akurasi, Bernilai, Mudah Dipahami, Mudah Ditemukan, dan Konsisten.⁵⁷

a. Relevansi

Informasi yang relevan dapat diberikan oleh kontributor konten dakwah. Informasi yang dikumpulkan disesuaikan dengan persoalan spesifik yang dihadapi mad'u (sebagai audiens yang dituju).

b. Akurasi

Mereka yang berkontribusi pada situs web Dakwah melakukannya dengan fakta yang dapat diverifikasi. Informasi yang disajikan benar dan akurat, mencerminkan kejadian yang sebenarnya.

c. Bernilai

Pembuat konten di Dakwah memiliki kemampuan untuk menyediakan pembaca dengan artikel yang informatif dan bermanfaat. Perilaku mad'u (sebagai khalayak yang dituju) meniscayakan produksi materi dengan unsur jualan.

⁵⁷ P. R. V. Milhinhos, "The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content" (Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas, 2015).

d. Mudah Dipahami

Mad'u (pembaca yang dituju) adalah fokus materi yang dihasilkan oleh para penyumbang dakwah. Sederhana untuk dibaca dan dipahami.

e. Mudah Ditemukan

Agar mad'u dapat dengan mudah mengakses informasi yang diberikan, pembuat konten dakwah dapat membagikan materi melalui media yang sesuai. (sebagai target *audience*).

f. Konsisten

Pembuat konten di komunitas dakwah dapat terus memberi makan mad'u (audiens yang dituju) dengan jumlah materi yang sama. Tidak pernah terlambat dengan pembaruan; informasi secara rutin diperbarui.

4. Proses Pembuatan Konten Dakwah

Proses penciptaan materi yang menarik dengan cita-cita dakwah Islam yang moderat atau non-radikal merupakan aspek konten yang paling penting. Dibutuhkan investasi waktu dan uang yang signifikan untuk membuat konten, jadi bersiaplah untuk beberapa kesulitan. Pembuat konten in-house memiliki tanggung jawab untuk mengikuti standar dakwah dan jurnalistik Islam. Tujuannya untuk mencegah produksi material yang tidak sesuai dengan berbagai merek. Harus ada lebih banyak informasi untuk mad'u (sebagai penonton) tentang bagaimana materi harus dibagi. Ini

memastikan keandalan dan konsistensi jangka panjang dalam proses pembuatan konten. Ada juga opsi lain dalam pengembangan konten, seperti menggunakan bantuan pihak eksternal (pihak ketiga) dengan pengetahuan khusus untuk mengerjakan proyek pembuatan konten yang diluncurkan oleh bisnis atau penyedia konten.

Karakteristik penguatan konten yang menarik salah satunya menjadi kunci untuk mendistribusikan konten dakwah Islam sesuai dengan target *mad'u* (sebagai *audience*) yang telah ditentukan. Saat ini penguatan konten diperlukan agar dapat menjangkau orang-orang yang berpengaruh di dalam media sosial tertentu sehingga kemungkinan besar konten tersebut dapat menjadi viral dan banyak diminati *audience*. Peran media sangat diperlukan dalam proses pembuatan konten sehingga konten tersebut dapat terdistribusi dengan maksimal.

D. Moderasi Beragama

1. Pengertian Moderasi Beragama

Moderasi dalam KBBI memiliki arti penajauan dari keekstreman atau pengurangan kekerasan.⁵⁸ Dalam bahasa Inggris, kata *moderation* sering digunakan dalam pengertian *average* (rata-rata), *core* (Inti), *standart* (biasa), *non-aligned*

⁵⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Moderasi."

(tidak berpihak).⁵⁹ Dari definisi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa moderasi adalah disposisi yang menghindari kedua ekstrem dan sebaliknya secara konsisten memilih jalan tengah, terutama ketika berhadapan dengan ketidaksepakatan antara negara, sekte, atau agama yang berbeda.

Kata "moderasi beragama" digunakan untuk menggambarkan cara berpikir atau bertindak yang secara aktif mencari jalan tengah antara dua karakteristik yang berlawanan dan/atau berlebihan. Sebagai sikap beragama, moderasi beragama mencari jalan tengah antara ekstrem fundamentalisme agama dan pluralisme agama, atau penghargaan dan toleransi terhadap pandangan orang lain di luar keyakinannya sendiri.⁶⁰

Toleransi dan kerukunan dapat berkembang dan berkembang pada skala lokal, nasional, dan global ketika orang mempraktikkan moderasi beragama. Untuk tujuan menjaga peradaban dan mengembangkan kasih sayang dan perdamaian, moderasi mensyaratkan membuat pilihan untuk merangkul ide-ide keagamaan yang tidak didasarkan pada liberalisme dan radikalisme. Agar umat beragama saling menghormati, menghargai perbedaan satu sama lain, dan

⁵⁹ Sutrisno, "Aktualisasi Moderasi Beragama Di Lembaga Pendidikan."

⁶⁰ Nur Salamah, Muhammad Arief Nugroho, and Puspo Nugroho, "Upaya Menyemai Moderasi Beragama Mahasiswa IAIN Kudus Melalui Paradigma Ilmu Islam Terapan," *Quality* 8, no. 2 (November 2020): 269–290.

hidup berdampingan secara damai. Sifat dan budaya masyarakat multikultural membutuhkan pendekatan agama yang lebih moderat di Indonesia.⁶¹

2. Indikator Moderasi Beragama

Terdapat empat indikator dalam moderasi beragama, yaitu:

a. Komitmen kebangsaan

Tingkat komitmen nasional seseorang diukur dengan pengadoptionsnya terhadap Pancasila sebagai ideologi negara dan faktor-faktor lain yang terkait dengan pandangan dunia dan praktik keagamaannya. Tingkat patriotisme seseorang juga tercermin dari cara mereka menyikapi ideologi yang bertentangan dengan Pancasila dan nasionalisme. Penerimaan terhadap cita-cita keagamaan yang tercantum dalam UUD 1945 dan undang-undang pelaksanaannya dianggap mendasar bagi loyalitas kebangsaan.

Tingkat moderasi beragama di suatu negara dapat diukur sebagian dari sejauh mana warganya menjunjung tinggi tanggung jawab sipil mereka, karena melakukan

⁶¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Tanya Jawab Moderasi Beragama* (Jakarta: Kemenag RI, 2019).

hal itu dipandang setara dengan melakukannya dari perspektif sebagian besar agama besar.⁶²

b. Toleransi

Toleransi, meminjam kata dari Bretherton dalam buku Chaider, memerlukan toleransi terhadap perbedaan yang tidak disukai meskipun ada keinginan untuk mengubahnya. Chaider mengutip bagian dari Cohen "apa toleransi itu?" di mana Cohen berpendapat bahwa menunjukkan toleransi untuk sudut pandang yang berbeda dari sudut pandangnya sendiri tidak sama dengan mendukung atau menyetujui sudut pandang tersebut. Toleransi tidak berarti meninggalkan keyakinan seseorang atau pengabdian seseorang kepada mereka. Namun, ia memiliki pilihan untuk mentolerir kehadiran perspektif lain. Bersikap toleran secara agama berarti mempraktikkan agamanya sendiri dengan segala ciri khasnya, sementara juga mengakui keabsahan agama lain dan menerima variasi dalam ajaran agama dan filosofis.

c. Anti kekerasan

Anti-kekerasan adalah tanda penting lain dari moderasi beragama. Munculnya ekstremisme dan aksi teroris adalah kekuatan pendorong di balik ini. Terorisme

⁶² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Moderasi Beragama*, 43.

dan ekstremisme agama dikonseptualisasikan dalam kerangka moderasi agama sebagai ideologi dan pandangan dunia yang menggunakan pembenaran agama untuk tindakan kekerasan dan kematian. Mereka yang berada di ujung spektrum ekstremis sering kali mencoba memaksakan pandangan dunia sempit mereka kepada orang lain. Orang-orang yang berpikir berdasarkan "kondisi yang seharusnya" yang diidealkan daripada keadaan yang ada sering merasa jengkel dengan perbaikan yang berjalan lambat.⁶³

Ketika organisasi ekstrem yakin bahwa ideologi mereka benar, mereka mungkin mengembangkan semacam keyakinan penuh gairah yang pada akhirnya mengarah pada tindakan kekerasan. Terlepas dari kenyataan ini, tidak ada agama yang membenarkan atau mendukung kekerasan, kematian, atau ketakutan.

d. Akomodatif terhadap kebudayaan lokal

Seberapa jauh kesiapan masyarakat untuk menerima praktik keagamaan yang sesuai dengan adat dan budaya setempat dapat diukur dengan melihat seberapa terbuka mereka sendiri terhadap praktik tersebut. Dalam hal praktik keagamaan, kaum moderat

⁶³ Mukhtar Sarman, *Meretas Radikalisme Menuju Masyarakat Inklusif* (Yogyakarta: LKiS, 2018), 21.

lebih cenderung menerima adat istiadat setempat selama tidak bertentangan dengan prinsip utama agama.⁶⁴

3. Landasan Normatif Moderasi Beragama

Landasan normatif moderasi beragama adalah patriotisme rakyat dan, lebih khusus, kesediaan mereka untuk mengadopsi Pancasila sebagai falsafah resmi negara. Agama-agama di luar Islam juga mengajarkan moderasi dalam ajarannya. Praktik dari agama lain yang mendorong moderasi juga ada. Sikap hukum ketuhanan adalah sikap moderasi dan moderasi saja; menambah atau mengurangi ketentuan yang ditentukan akan bertentangan dengan sifat hukum itu sendiri.⁶⁵ Iman Islam menekankan perlunya moderasi sebagai kebijakan moral.⁶⁶ Dalil yang dijadikan dasar untuk bersikap moderat dijelaskan dalam al-quran yang terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 143, sebagaimana berikut:

⁶⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Moderasi Beragama*, 46.

⁶⁵ Yusuf Al-Qaradhawi, *Fiqh Maqashid Syariah: Moderasi Islam Antara Aliran Tekstual Dan Aliran Liberal* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007).

⁶⁶ Tarmizi Taher, *Berislam Secara Moderat* (Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu, 2007).

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ
وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ
عَلَيْهَا إِلَّا لِتَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعُ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَى عَقْبَيْهِ وَإِنْ كَانَتْ
لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَانَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَحِيمٌ ﴿١٤٢﴾

Artinya:

“Dan demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Kami tidak menjadikan kiblat yang (dahulu) kamu (berkiblat) kepadanya melainkan agar Kami mengetahui siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang berbalik ke belakang. Sungguh, (pemindahan kiblat) itu sangat berat, kecuali bagi orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah. Dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sungguh, Allah Maha Pengasih, Maha Penyayang kepada manusia.”

Makna pada ayat diatas adalah Suatu umat dianggap moderat jika anggotanya dapat bergaul dengan pemeluk agama lain dan hidup berdampingan secara damai dengan pemeluk agama lain (hablum minannas) dalam komunitas atau bangsa yang sama. Ketulusan seseorang dalam menerapkan prinsip-prinsip moderat menunjukkan sejauh mana komitmennya terhadap cita-cita keadilan. Dengan cara yang sama bahwa komitmen seseorang terhadap moderasi

menentukan keadilan sikapnya, demikian pula komitmen seseorang terhadap keadilan.⁶⁷

4. Moderasi Beragama sebagai Materi Dakwah

Moderasi beragama sebagai materi dakwah (*al-washatiyah al-da'wah*) yakni sudut pandang atau cara berpikir yang berusaha menjaga keseimbangan antara dua ekstrem, sehingga tidak ada ekstrem yang mendominasi ide dan tindakan seseorang.⁶⁸ Dengan kata lain, pendekatan dakwah yang moderat adalah pendekatan yang tidak menghakimi, meninggikan dan memanusiaikan manusia, serta mendorong hidup berdampingan secara damai di antara pemeluk agama yang berbeda latar belakang dan keyakinan.

Islam Wasathiyah melindungi hak individu untuk menjadi unik, serta kebebasan pemeluk agama lain untuk beribadah sesuai keinginan mereka. Sektarianisme, rasisme, diskriminasi, dan sejenisnya bertentangan dengan semangat washatiyah Islam (moderasi) dan harus diberantas jika suatu negara ingin menjaga persatuan dan perdamaian sosial di antara penduduknya, yang semuanya memiliki hak dan tanggung jawab yang sama. Gagasan-gagasan ini, yang

⁶⁷ Taher, *Berislam Secara Moderat*, 17.

⁶⁸ Yusuf Al-Qardhawy, *Islam Peradaban Masa Depan* (Surabaya: Pustaka Al-Kautsar, 1996), 113.

esensial bagi moderasi Islam, harus disampaikan dengan bantuan logika Islam dan gagasan-gagasan moral universal.⁶⁹

Dalam mempersiapkan materi dakwah Islam, seorang da'i harus memperhatikan tidak hanya kitab suci agama tetapi juga masyarakat di mana dia bekerja. Selain membuat ajaran Islam lebih user-friendly, inilah pendekatan yang digunakan Alquran dalam membangun komunitas dakwah. Namun, isi ajaran agama harus lebih diaktualisasikan untuk menjawab tantangan masyarakat, bukan hanya diperdebatkan.⁷⁰

5. Praktik Moderasi Beragama melalui Media Dakwah Digital

Dalam menganalisis hasil indikator moderasi beragama, diperlukan aksi atau praktik moderasi beragama melalui media dakwah digital:

- 1) Berkomunikasi antar agama dan lintas agama melalui media digital

Media sosial merupakan sarana berkomunikasi secara online. Hadir nya media sosial membuat komunikasi semakin mudah. Dalam komunikasi agama pun media sosial dapat menjadi pendorong adanya moderasi beragama. Antar agama dan lintas

⁶⁹ Muhammad Hizbullah, "Moderasi Dakwah Islam."

⁷⁰ Hizbullah, "Moderasi Dakwah Islam."

agama dapat menjalin komunikasi baik dengan menjunjung tinggi toleransi. Contohnya saling mengucapkan selamat hari raya.

- 2) Berbagi antar agama dan lintas agama melalui media digital

Pada eradigital saat ini media sosial juga dapat menjadi sara untuk berbagi antarsesama sehingga menumbuhkan sikap empati antarsesama. contohnya adalah ketika disuatu daerah ada bencana, melalui media sosial para penggiat donasi akan membuka ruang donasi secara online sehingga siapapun yang ingin berdonasi dapat langsung menyalurkannya. Pada saat berdonasi pun tanpa memandang agama, suku, ras dan sebagainya.

E. Media Dakwah Digital

1. Pengertian Media

Media adalah Perangkat untuk mengirimkan pesan dari jarak jauh. Media adalah versi jamak dari media kata Latin, dari mana ia berasal. Kata "media" berasal dari kata Latin untuk "perantara", yang menggambarkan peran media antara pengirim dan penerima komunikasi. Film, acara TV, bagan,

surat kabar, majalah, komputer, dan semua hal lain yang dapat Anda pikirkan adalah bagian dari media.⁷¹

Media dipandang oleh para profesional di bidang komunikasi sebagai saluran penyebaran pesan dari komunikator kepada komunikan. Ini secara intrinsik terkait dengan media melalui mana pesan disebarluaskan di bidang komunikasi massa. Media adalah sumber daya yang dapat memfasilitasi berbagai macam tugas, membuat hidup lebih sederhana bagi siapa pun yang menggunakannya. Dalam pendidikan, media sering mengacu pada grafik, fotografi, atau instrumen elektronik yang digunakan untuk merekam, memanipulasi, dan menyajikan konten visual atau lisan.

Dalam definisinya tentang media, Arsyad mengatakan bahwa setiap objek yang dapat bertindak sebagai saluran transmisi pesan dari satu pihak ke pihak lain adalah media. Dalam skenario ini, Arsyad mengatakan bahwa perangkat lunak dan perangkat keras juga merupakan contoh media. Media, seperti yang didefinisikan oleh Robert Heinich, adalah segala sesuatu yang bertindak sebagai penghubung antara pengirim dan penerima informasi.

Secara umum disepakati bahwa memiliki akses ke media memfasilitasi proses pengajaran. Menurut National Education

⁷¹ D. Indriana, *Ragam Alat Bantu Media Pengajaran* (Yogyakarta: Diva Press, 2011), 13.

Association (NEA), sebagaimana dikutip dalam buku Arief Sadiman dkk., “media” mengacu pada “bentuk-bentuk komunikasi, baik cetak maupun audiovisual, beserta perlengkapannya”. Penting untuk mengontrol, menampilkan, dan mendengarkan serta membaca media. Faktor pembatasnya adalah bahwa media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan isyarat dari pengirim ke penerima guna membangkitkan minat, rasa khawatir, dan proses mental penerima guna memudahkan pembelajaran.⁷²

2. Pengertian Dakwah

Kata Arab “Dak’wah” memiliki arti himbauan atau ajakan. Masdhar adalah kata Arab untuk gaya bicara ini. Fi’il berarti memanggil, memanggil, atau mengundang (Da’a, Yad’u, Da’watan). Dakwah, sebagaimana didefinisikan oleh Prof. Toha Yahya Oemar, adalah ikhtiar untuk mengajak manusia secara berakal ke jalan yang benar sesuai dengan petunjuk Tuhan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat.⁷³

Beberapa versi dan interpretasi yang berbeda dari ayat ini dapat ditemukan dalam Al-Qur’an. Kata dan frase yang digunakan oleh Nabi yang secara konseptual mirip dengan

⁷² Arief S. Sadiman et al., *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, Dan Pemanfaatannya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), 7.

⁷³ W. Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 1–3.

dakwah dapat ditemukan dalam sejumlah hadits.⁷⁴ Adapun beberapa ayat yang sejalan dengan pengertian dakwah adalah terdapat Ayat tentang seruan (QS.Thaha:108):

يَوْمَئِذٍ يَتَّبِعُونَ الدَّاعِيَ لَأَعْوَجَ لَهُ، وَخِشَعَتِ الْأَصْوَاتُ لِلرَّحْمَنِ فَلَا تَسْمَعُ إِلَّا هَمْسًا

Artinya:

“Pada hari itu manusia mengikuti (menuju kepada suara) penyeru dengan tidak berbelok-belok; dan merendahkan semua suara kepada Tuhan yang Maha pemurah, Maka kamu tidak mendengar kecuali bisikan saja.”

3. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari kata latin median yang berarti “tengah” dalam bentuk jamak. Penelitian etimologi media membutuhkan perangkat yang berfungsi sebagai perantara. Media menurut Wilbur Schramn adalah segala teknologi informasi yang cocok untuk tujuan pendidikan. Buku, film, video, kaset, slide, dll adalah contoh media berwujud yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau instruksi.⁷⁵ Menurut Abdul Kadir Munsyi, media adalah

⁷⁴ F. B. An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Amzah, 2008), 17.

⁷⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 113.

sebagai alat yang menjadi saluran yang menghubungkan pesan, ide, gagasan dengan umat.⁷⁶

media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan tujuan dakwah, yaitu menyebarkan risalah Islam dan mewujudkan masyarakat yang ajarannya dianut dan diamalkan secara penuh dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari.⁷⁷ Media dakwah, disebut juga perantara dakwah (wasilah), adalah sarana yang digunakan untuk menyebarkan isi dakwah (ajaran Islam) ke mad'u.⁷⁸

Media dakwah, kemudian, mengacu pada sarana komunikasi yang dikemas dan dikirim ke penerima dakwah atau mad'u yang dituju. Para mubaligh saat ini memiliki banyak pilihan ketika memutuskan media mana yang paling baik untuk memajukan tujuan dakwah. Dalam bahasa ilmu komputer, "digital" mengacu pada sistem kelistrikan apa pun yang dapat menyimpan, memproduksi, dan memproses informasi dalam bentuk binernya (positif atau negatif).⁷⁹ Dakwah digital adalah dakwah yang dilakukan oleh para dai dengan menggunakan media teknologi digital.

⁷⁶ A. Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983), 67.

⁷⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).

⁷⁸ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 120.

⁷⁹ Inggih Pangestu, "Digital Adalah: Pengertian, Sejarah, Dan Manfaatnya."

4. Macam-macam Media Dakwah

Dakwah, sebagai bentuk komunikasi, dapat menggunakan berbagai format untuk menarik minat pendengar dan menarik panca indera mereka. Bergantung pada ukuran khalayak sasaran, dakwah dapat diklasifikasikan sebagai media massa atau non-massa. Selain itu, jika dilihat dari sudut penyampaian pesan dakwah, dapat dipecah menjadi tiga kategori: kata-kata yang diucapkan (dalam bentuk ucapan), kata-kata tertulis (dalam bentuk tulisan), dan audio visual (dalam bentuk gambar hidup).⁸⁰ Media tradisional dan kontemporer, yang keduanya digunakan untuk dakwah, dianalisis dan dibandingkan. Materi dakwah dikategorikan menurut barang atau instrumen yang digunakannya. Dan media dakwah dalam hal ini dikelompokkan menjadi empat:⁸¹

a. Media Visual

Dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan media visual, yang dapat dimanipulasi secara visual. Istilah "media visual" digunakan untuk mencakup hal-hal berikut:

1) Film slide

Media ini terdiri dari gambar-gambar yang direkam sebelumnya pada film positif yang telah

⁸⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 121.

⁸¹ Amin, *Ilmu Dakwah*, 116-118.

diprogram sebelumnya untuk menghasilkan hasil yang diinginkan. Film slide ini dapat digunakan beberapa kali jika pengaturan yang benar dipertahankan. Fotografer profesional dan desainer grafis diperlukan untuk membuat program ini.

2) Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat yang dapat menampilkan program yang telah disiapkan ke layar melalui plastik bening. Diperlukan sebuah ruangan dengan akses ke kekuasaan, tetapi media dapat diatur sesuai dengan preferensi pengkhotbah dengan sedikit usaha.

3) Gambar dan Foto

Sumber daya visual, seperti foto dan gambar, adalah hal yang biasa. Keduanya sering digunakan sebagai bentuk iklan yang menarik di majalah dan sejenisnya. Seorang da'i yang kreatif tidak diragukan lagi akan mampu memanfaatkan alat bantu visual dengan sangat baik dalam dakwah.

b. Media Audio

Media audio adalah perangkat yang digunakan untuk membantu penyebaran Islam melalui dakwah dan pengajaran, juga dikenal sebagai dakwah, yang menarik indera pendengaran.⁸²

⁸² Amin, *Ilmu Dakwah*, 120.

1) Radio

Radio merupakan alat yang ampuh untuk menyebarkan pesan dakwah. Khotbah radio akan nyaman dan lugas. Dimungkinkan untuk berkomunikasi dalam jarak yang sangat jauh. Daya pikat unik radio terletak pada kombinasi musik, teks, dan efek suara.⁸³

2) Tape recorder

Media elektronik yang dapat merekam suara ke kaset, membuat rekaman itu diputar sebagai suara dari kaset, dan mengulangi proses itu sebanyak yang diperlukan disertakan di sini.⁸⁴

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah Sistem pengiriman informasi multimedia yang mencakup aspek visual dan pendengaran ke dalam transmisi informasi.⁸⁵

1) Televisi

Masyarakat di Indonesia, khususnya di beberapa daerah, banyak menghabiskan waktu di depan tabung. Jika dakwah Islam mampu memanfaatkan media ini dengan baik, tentu akan berdampak lebih besar dan didengar oleh lebih banyak orang.

⁸³ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 152.

⁸⁴ Amin, *Ilmu Dakwah*, 119.

⁸⁵ Amin, *Ilmu Dakwah*, 120.

2) Film

Tujuan cerita, plot, syuting, dan akting adalah dakwah jika sinema digunakan sebagai media dakwah. Metode produksi media ini memakan waktu dan mahal. Namun, media ini berpotensi menyebar ke banyak orang.⁸⁶

3) Internet

Dakwah berbasis internet memainkan peran penting dalam menginformasikan orang di mana saja tentang Islam. Hal ini karena tidak ada hambatan geografis, bahasa, atau budaya untuk mengakses media online. Nurcholis Madjid, seperti dilansir Samsul Munir Amin:

“Tidak ada alasan bagi umat Islam untuk menghindari internet; sebaliknya, jika disalahgunakan, umat Islam akan kalah sama seperti orang lain. Karena internet tidak hanya membantu untuk dakwah; itu juga memberikan pengetahuan dan statistik yang dapat digunakan untuk merampingkan kehidupan sehari-hari dan meningkatkan produktivitas”.⁸⁷

⁸⁶ Amin, *Ilmu Dakwah*, 121.

⁸⁷ Amin, *Ilmu Dakwah*, 122.

5. Fungsi Media Digital dalam Dakwah

Media digital merupakan sarana yang menjembatani kerja sama di antara pengguna dalam menghasilkan konten (*user generated content*).

Secara umum fungsi media adalah.⁸⁸

a. Sebagai sarana informasi bagi masyarakat

Fungsi media sebagai sarana informasi ini memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Baik informasi dari media televisi, maupun media baru atau internet.

b. Sebagai sarana untuk menyalurkan ide dan gagasan

Fungsi kedua dari media adalah sebagai cara mengarahkan pemikiran atau kontemplasi. Seseorang harus bisa berpikir kreatif, dan itu menuntut dia untuk memiliki pemikiran dan konsep. Jika Anda menyimpan pikiran Anda sendiri, tidak ada orang lain yang akan menyadari keberadaan ide cemerlang Anda. Film, cerita pendek, buku, materi, teks cerita di media sosial, dan lain-lain semuanya dapat digunakan sebagai saluran ide dan gagasan saat ini.

c. Sebagai sarana pendidikan dalam kegiatan belajar mengajar

⁸⁸ Restu, "Media: Pengertian, Fungsi, Dan Jenis Yang Perlu Kamu Tahu."

Fungsi selanjutnya dari media adalah dalam konteks instruksi akademik dan studi. Guru akan mencari materi pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat siswa mereka untuk memastikan bahwa siswa mempertahankan apa yang telah mereka pelajari dan menikmati prosesnya. Siswa akan kesulitan untuk memahami konsep-konsep ilmiah tanpa bantuan media pembelajaran.

d. Sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan

Media berfungsi sebagai sumber hiburan serta pengumpulan dan penyebaran informasi. Perasaan lelah seseorang akan hilang setelah menggunakan fitur ini. Film, lagu, dan novel hanyalah beberapa contoh media hiburan.

e. Sebagai sarana pengawas dan kontrol Sosial

Karena peran media sebagai pengawas dan pengatur sosial, semakin sulit bagi salah satu anggota masyarakat untuk terlibat dalam perilaku merusak. Ini dapat membuat komunitas lebih makmur dengan mengurangi prevalensi tindakan negatif.

f. Sebagai Sarana Untuk Menyelesaikan Keterbatasan Pada Alat Indera, Ruang, dan Waktu

Media membantu kita melampaui hambatan fisik, temporal, dan sensorik. Oleh karena itu, kehadiran media memudahkan penyebaran ilmu pengetahuan kepada

masyarakat luas. Hal ini karena ada beberapa media yang dapat membantu kita dalam penyebaran dan penerimaan informasi.

Fungsi media digital dalam dakwah adalah:

- a. Sebagai media penyampaian informasi, dan pengetahuan, edukasi atau literasi tentang dakwah

Media digital dengan jangkauan luas dapat menjadi wadah untuk *da'i*, ilmuwan, dan lainnya untuk dapat memberikan sosialisasi dan edukasi kepada khalayak umum dengan jangkauan audience (*mad'u*) yang lebih luas. Hal yang disampaikan dapat berupa informasi, literasi, dalil, tutorial dan sebagainya. Banyak para *da'i* saat ini menggunakan media sosial baik instagam, facebook, youtube, tiktok untuk menyampaikan dakwah nya. Bahkan semua orang pun dapat juga membuat media sosial dakwah dalam bentuk anonim yakni contohnya membuat quote Islami, deain flyer cuplikan dakwah, motivasi Islami dan sebagainya.

- b. Sebagai media untuk menyajikan berita Islami

Media dakwah digital juga dapat menjadi sarana untuk menyiarkan berita. Di era digital saat ini media banyak wartawan maupun media berita online yang juga menyebarkan berita nya melalui media sosial

termasuk dalam dakwah Islam. Contoh : di instagram ada @nuonline_id , @islam_update , @thesunnah_path , dan sebagainya.

c. Sebagai media untuk menggerakkan masyarakat

Media dakwah digital juga dapat menjadi penggerak masyarakat. Tidak jarang pemerintah dalam mengumumkan sesuatu hal terkait informasi keagamaan melalui *platform* media digital. Contoh: pengumuman 1 Ramadhan secara resmi oleh pemerintah, sehingga masyarakat Islam bergerak untuk melakukan persiapan untuk menyambut Ramadhan.

d. Sebagai media untuk mendapatkan hiburan

Media dakwah digital juga dapat menjadi sarana hiburan, dimana materi dakwah yang disampaikan dalam bentuk animasi, kartun, atau ceramah dengan gaya lucu, dan sebagainya sehingga dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat.

6. Peranan dan Dampak Media

a. Peranan Media

Media itu bermanfaat, dan salah satu fungsinya adalah diseminasi. Namun, jika kita menganggap dakwah sebagai suatu sistem, kita dapat melihat bahwa dakwah terdiri dari beberapa bagian yang semuanya bekerja sama

untuk mencapai tujuannya masing-masing. Dalam konteks ini, media dakwah berfungsi sama dengan unsur dakwah lainnya seperti strategi dakwah, alat dakwah, dan sebagainya.⁸⁹

b. Dampak Media

Menurut Steven H.Chaffe ada 4 dampak dari kehadiran media, diantaranya:⁹⁰

1) Dampak Ekonomis

Bisnis di bidang-bidang seperti produksi, distribusi, dan konsumsi media massa mendapat manfaat dari keberadaan media karena permintaan yang mereka hasilkan. Wartawan, desainer grafis, distributor, pedagang, dan sebagainya semuanya mendapatkan pekerjaan berkat keberadaan surat kabar. Bahkan saat ini media menjadi tempat jual beli, yakni di media sosial tiktok misalnya, setiap orang dapat melakukan kegiatan ekonomi seperti menjadi penjual, pembeli, dan affliator (sebagai orang yang mempromosikan produk tertentu dari penjual dan mendapatkan penghasilan dari komisi penjualan produk tersebut).

⁸⁹ Abdul Rachman et al., *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2014), 77.

⁹⁰ Rachman et al., *Komunikasi Massa*, 80.

2) Dampak Sosial

Status sosial media yang meningkat mungkin memiliki konsekuensi yang luas bagi masyarakat, termasuk perubahan struktur dan perilaku sosial.

3) Dampak Penjadwalan Waktu Aktivitas

Rutinitas publik bisa terganggu dengan kehadiran media. Misalnya, setelah sholat maghrib di malam hari, anak-anak muda sering terus mengaji, tetapi jika stasiun televisi menayangkan kartun, mereka lebih suka menonton TV atau bermain ponsel.

4) Media sebagai penyaluran perasaan

Untuk menangkal emosi negatif seperti isolasi, kemarahan, kekecewaan, kebosanan, dan sebagainya, beberapa individu beralih ke media hiburan.

Ada beberapa dampak pesan media sebagai berikut:⁹¹

1) Dampak Kognitif

Ketika ada pergeseran dalam apa yang diketahui, dipahami, atau dipikirkan publik, akan ada akibatnya. Dengan kata lain, media memiliki efek ini karena informasi, keahlian, dan kredibilitas yang mereka sebar.

⁹¹ Rachman et al., *Komunikasi Massa*, 42.

2) Dampak Afektif

Jika media massa memengaruhi perasaan, cinta, atau ketidaksukaan audiensnya, ia telah mencapai tahap efek emosional. Perasaan, gairah emosional, perspektif, dan nilai inti semuanya terlibat dalam efek ini.

3) Dampak Konatif

Pada titik ini, khalayak didorong untuk mengambil tindakan sebagai akibat dari apa yang mereka lihat atau dengar di media.

4) Exposure (jangkauan pesan)

Jika khalayak tertentu telah terekspos media massa, maka pengaruh media tersebut akan muncul secara dahsyat dan cepat.

5) Kredibilitas

Jika masyarakat umum memiliki kepercayaan pada media arus utama, itu akan lebih berpengaruh pada masyarakat. Ini memastikan kebenaran berita atau komunikasi yang dikirim.

6) Konsonansi

Pesan media yang menganut paham konsonansi lebih berkesan dan efektif. Hal ini menunjukkan bahwa substansi, arah, dan orientasi pesan yang dikomunikasikan oleh berbagai media massa pada

umumnya sama atau serupa, begitu pula dengan waktu, frekuensi, dan cara penyampaiannya.

7) Signifikansi

Signifikan, dalam arti berkaitan erat dengan kepentingan dan kebutuhan khalayak, konten yang disampaikan oleh media akan memiliki pengaruh yang kuat.

7. Jenis-jenis Media Dakwah Digital

Penggunaan barang digital atau elektronik menjadi ciri khas media dakwah online. Perangkat lunak, aplikasi, tiket elektronik, pelajaran video, buku elektronik, dan situs web semuanya termasuk dalam kategori ini. Layanan, seperti barang, dapat diatur secara digital.⁹² Produk digital dalam dakwah merupakan salah satu media dakwah. Adapun penggunaan media digital dalam dakwah bertujuan untuk mempermudah penyampaian materi-materi dakwah sehingga dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan lebih luas dan lebih cepat secara bersamaan melalui media digital. Media digital dapat berperan dalam pembinaan umat, penyerapan pesan atau materi dakwah dapat dengan mudah diperoleh, kemudian dapat mempengaruhi orang yang melihat atau mendengarkan materi dan pesan dakwah melalui media digital.

⁹² Xendit, "Produk Digital: Definisi Dan Contoh Produk Yang Perlu Anda Coba."

Jenis-jenis media digital contohnya adalah software aplikasi, *website*, video atau foto digital, *e-book*, dan sebagainya maka, dalam hal dakwah digital, terdapat beberapa jenis media dakwah digital di antaranya sebagai berikut:

a) Aplikasi

Media dakwah digital yang berbentuk aplikasi contohnya adalah aplikasi muslim *daily* Quran, aplikasi kumpulan ceramah Islam, aplikasi dakwah Islam dan kisah Islami, dan sebagainya.

b) Sosial media

Media dakwah digital yang berbentuk sosial media contohnya adalah tiktok, instagram, youtube, dan sebagainya

c) Website

Media dakwah digital yang berbentuk website contohnya adalah muslim.or.id, muslimah.or.id, islami.co, nu.or.id, arrahmah.com, muslimdaily.net , dan sebagainya.

F. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Media Sosial

Menurut definisi, media sosial adalah platform online apa pun yang memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan pembangunan komunitas virtual di antara pengguna. Ketika orang memanfaatkan media sosial, mereka berinteraksi di dunia maya dan secara real time satu sama lain. Manifestasi online dari cita-cita masyarakat dan komunal dapat mencerminkan atau menyimpang dari rekan offline mereka. Peneliti internet telah menyimpulkan bahwa media sosial online secara akurat mencerminkan fenomena dunia nyata seperti plagiarisme.⁹³ Selain pernyataan diatas, berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian.⁹⁴

- a. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah sarana komunikasi yang mempromosikan kerja tim di antara pembuat konten (UGC).⁹⁵
- b. Menurut Shirky (2008), Baik media sosial maupun perangkat lunak sosial berfungsi di luar struktur kelembagaan atau organisasi tradisional untuk

⁹³ R. Nasrullah and S. Nurbaya, "*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 76".

⁹⁴ Christian Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction* (London: SAGE Publications Ltd, 2014), 37.

⁹⁵ "M. Mandiberg, ed., *The Social Media Reader* (New York: New York University Press, 2012), 76".

- memfasilitasi lebih banyak berbagi, kerja sama (kerja sama) di antara pengguna, dan tindakan kolektif.⁹⁶
- c. Boyd (2009), menggambarkan media sosial sebagai seperangkat alat yang memfasilitasi interaksi antar pengguna untuk tujuan berbagi informasi, bertukar pendapat, dan bekerja sama atau bersenang-senang. Pengguna, bukan editor seperti media tradisional, adalah kekuatan pendorong di balik UGC di media sosial.⁹⁷
 - d. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah media yang melayani konsumennya dengan membuat partisipasi mereka dan koordinasi kegiatan menjadi lebih mudah. Akibatnya, media sosial dapat dilihat sebagai platform digital (mediator) yang memupuk dan memelihara hubungan interpersonal dan sosial di antara para penggunanya.⁹⁸
 - e. Young (2011), menggambarkan media sosial sebagai penggabungan komunikasi pribadi (untuk dibagikan satu

⁹⁶ “C. Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations* (Penguin Press, 2008)”.

⁹⁷ D. Boyd, “Social Media Is Here to Stay... Now What?”

⁹⁸ “J. A. G. M. van Dijk, “Digital Democracy: Vision and Reality,” in *Public Administration in the Information Age: Revisited*, ed. I. Snellen and W. van de Donk (Amsterdam: IOS Press, 2013), 1–17”.

per satu) dan media publik (untuk dibagikan dengan semua orang) tanpa memperhatikan individualitas.⁹⁹

Istilah "media sosial" mengacu pada kategori luas media online yang mencakup situs seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan lingkungan dunia maya yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, dan membuat konten menggunakan teknologi multimedia yang semakin canggih. Sulit untuk memisahkan internet, media sosial, dan teknologi multimedia untuk mendorong inovasi karena mereka bekerja sama dengan sangat baik. Bentuk media sosial yang paling populer dan berkembang pesat saat ini adalah jejaring sosial online, weblog, dan ensiklopedia.

2. Sejarah Media Sosial

Media sosial tumbuh pesat berkat internet. Tentang sejarah internet sendiri belum ditemukan kesepakatan yang pasti. Kapan pertama kali ada, sebelum atau sesudah munculnya TCP/IP dan World Wide Web? Namun, pada tanggal 29 Oktober 1969, world wide web mengalami peristiwa yang menentukan. Penggunaan platform media sosial kini sudah menjamur. Ada lebih banyak orang di jejaring sosial tertentu daripada di banyak negara. Akan selalu ada komunitas online tertentu yang menarik banyak

⁹⁹ K. S. Young and C. N. de Abreu, "*Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment* (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc., 2011)".

perhatian. Selain bertukar salam dan hadiah virtual, pengguna juga dapat mengunggah dan berbagi film dan gambar, memperbarui profil, dan berpartisipasi dalam obrolan grup. Jika permintaan masyarakat akan bentuk komunikasi atau informasi baru muncul, hal itu dapat dipenuhi melalui media media sosial.

Komputer SDS Sigma 7 di UCLA di Amerika Serikat (AS) berhasil berbicara dengan komputer SRI di Universitas Stanford, sekitar 340 mil (550 kilometer) jauhnya pada tanggal 29 Oktober 1969. Bill Duvall, seorang peneliti di UCLA, mengirimkan pesan bersejarah tersebut kepada Charley Kline, seorang kolega di Stanford, sekitar pukul 22:30. waktu lokal. Pesan teks dikirim melalui jaringan packet switching Advanced Research Project Agency NET (ARPANET), yang dikombinasikan dengan paket Transmission Control Protocol/Internet Protocol, membentuk tulang punggung internet saat ini. Sukses dalam menyampaikan kata "Login" menyebabkan perluasan internet dari asalnya yang menghubungkan beberapa perguruan tinggi AS ke dalam jaringan di seluruh dunia. Hanya dalam 45 tahun, Internet telah berkembang untuk menghubungkan miliaran perangkat dan memungkinkan transfer cepat data, musik, foto, dan bahkan file video definisi tinggi. UCLA secara resmi diakui sebagai "tempat kelahiran" Internet

dengan plakat dari IEEE's Technology Professionals Association.¹⁰⁰

Pada tahun 1978, dua penggemar komputer bernama Ward Christensen dan Randy Sues menciptakan sistem papan buletin (BBS), yang dapat dianggap sebagai platform media sosial sejati pertama. Pengguna sistem papan pesan ini dapat mengirim dan menerima email dan transfer file menggunakan alat bawaan platform. Komunitas online skala kecil baru saja mulai terbentuk. Modem yang terhubung ke saluran telepon adalah satu-satunya cara untuk mengakses internet saat itu.

Setelah Friendster, beberapa situs jejaring sosial serupa bermunculan. Sejak puncak popularitas Friendster pada tahun 2003, beberapa situs jejaring sosial lainnya bermunculan, masing-masing dengan rangkaian fitur, pemirsa, dan ceruknya sendiri. LinkedIn, yang diluncurkan pada tahun 2003, awalnya berfungsi sebagai platform untuk jejaring sosial. Penggunaan situs berkembang karena semakin banyak orang merasa bermanfaat untuk berkomunikasi satu sama lain dan mencari pekerjaan.

Profil pengguna, tindakan, koneksi sosial, dan fitur lainnya menjadi tulang punggung setiap situs jejaring sosial. Layanan ini, yang mencakup email, berbagi foto, dan

¹⁰⁰ “Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 18”.

mengunduh video, seringkali berbasis web dan menyertakan komunikasi antar pengguna melalui internet. Pengguna situs ini dapat dengan mudah berkomunikasi dengan orang lain di jaringan mereka sendiri tentang hal-hal seperti ide, rekomendasi, perspektif, aktivitas, informasi, acara, undangan, dan hobi. Layanan komunitas, berbeda dengan situs jejaring sosial yang lebih tradisional yang melayani individu atau tokoh publik, berkembang untuk memberi penekanan lebih besar pada kelompok dan kepentingan bersama.

Sederhananya, Facebook tidak ada sampai tahun 2004. Saat ini, situs jejaring sosial ini termasuk dalam lima besar yang paling terkenal karena banyaknya penggunanya. Pada awal tahun 2006, Facebook mulai menggusur Friendster dan MySpace. Website yang memiliki gaya penyajian lebih up-to-date ini memudahkan pengenalan dan menyediakan akses informasi terlengkap yang tersedia. Twitter dimulai pada tahun 2006. Pengenalan Twitter telah meningkatkan jumlah platform jejaring sosial berorientasi remaja yang tersedia. Pembaruan status di Twitter harus berjudul "tweet" atau "tweet" dengan tepat, dan pengguna dibatasi maksimal 140 karakter. Fitur follow/unfollow Twitter memungkinkan pengguna untuk melacak update pengguna lain secara real time.

3. Ciri-ciri Media Sosial

Berikut merupakan ciri-ciri media sosial:¹⁰¹

- a. Materi yang disumbangkan tidak eksklusif untuk satu individu atau kelompok mana pun.
- b. Tidak ada penjaga gerbang atau penghalang lainnya; isi pesan muncul begitu saja.
- c. Materi disebarluaskan baik secara virtual maupun fisik.
- d. Pengiriman konten online mungkin seketika atau tertunda sesuai dengan preferensi pengguna.
- e. Media sosial memberdayakan pengguna untuk menjadi produser dan artis, yang mengarah ke kepuasan pribadi yang lebih besar.
- f. Ada beberapa pertimbangan praktis dalam konten media sosial, termasuk identifikasi, dialog, berbagi, kehadiran, koneksi, reputasi, dan grup.

4. Karakteristik Media Sosial

Ada beberapa karakter di media sosial yang tidak digunakan di media lain. Ada batasan dan keuntungan yang unik untuk media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu:¹⁰²

- a. Jaringan

¹⁰¹ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, 27.

¹⁰² Nasrullah dan Nurbaya, *Media Sosial*, 83.

Landasan media sosial adalah struktur sosial yang dikembangkan dalam komunitas online. Karena tujuan media sosial adalah untuk membina hubungan antar penggunanya, keberadaannya memfasilitasi komunikasi melalui sarana teknis.

b. Informasi

Karena media sosial mencakup berbagai aktivitas, mulai dari pembuatan konten hingga interaksi berbasis informasi, data yang diperoleh dari platform ini sangat berharga.

c. Arsip

Arsip adalah simbol khusus di media sosial yang memberi tahu pengguna bahwa data mereka telah disimpan dan dapat dilihat dari komputer atau perangkat seluler kapan saja.

d. Interaksi

Jaringan di antara pengguna merupakan dasar dari sifat media sosial. Tujuannya lebih luas dari sekadar mendapatkan lebih banyak kenalan atau penggemar online. Interaksi media sosial yang sederhana dapat berupa komentar atau menyukai postingan.

e. Simulasi Sosial

Dalam hal menjaga masyarakat tetap hidup di ranah digital, media sosial adalah media yang paling unggul. Aturan dan etika untuk pengguna media sosial mirip

dengan negara. Pertukaran di media sosial mungkin secara akurat menggambarkan apa yang terjadi di dunia nyata, tetapi itu hanyalah simulasi, yang bisa sangat berbeda dari kenyataan.

f. Konten oleh Pengguna

Fitur ini menunjukkan bahwa setiap materi media sosial adalah milik masing-masing pengguna dan pemegang akun. Posting individu ini menunjukkan bahwa pemirsa media sosial tidak hanya berkreasi tetapi juga mengonsumsi materi dari berbagai sumber, tidak hanya milik mereka sendiri.

g. Penyebaran

Penyebaran adalah Sisi lain dari media sosial, pengguna secara aktif menyebarkan dan membuat materi selain menghasilkan dan mengkonsumsinya.

5. Jenis-jenis Media Sosial

Pada dasarnya medsos dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:¹⁰³

- a. Proyek kolaborasi *website*, di mana pengguna diberi kebebasan untuk mengedit konten situs dengan menambahkan atau menghapus item. Contohnya termasuk Wikipedia.

¹⁰³ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, 25.

- b. *Blog* dan *microblog*, di mana individu didorong untuk membagikan pemikiran dan pendapat mereka tentang berbagai topik (dari anekdot pribadi dan pengamatan hingga kritik tajam), seperti Twitter.
- c. Konten atau isi, tempat orang dapat mengunggah dan berbagi film, musik, gambar, gambar, dan bentuk materi digital lainnya, serupa dengan platform YouTube.
- d. Situs jejaring sosial, situs seperti Facebook memfasilitasi koneksi pengguna ke pengguna setelah pengguna mendapatkan izin untuk melakukannya dengan membuat informasi pribadi, grup, atau sosial yang dapat dibagikan di antara pengguna.
- e. *Virtual game world*, di mana individu, menggunakan aplikasi 3D, dapat mengambil identitas pilihan mereka dan terlibat dengan orang lain yang melakukan hal yang sama, baik secara virtual maupun di dunia nyata (misalnya, dalam video game).
- f. *Virtual sosial world*, adalah program yang mensimulasikan lingkungan online 3D, tempat pengguna dapat bertemu dan bersosialisasi dengan orang-orang dari seluruh dunia. Komunitas online ini mirip dengan video game, meskipun koneksinya lebih longgar dengan topik dunia nyata., seperti *Second Life*.

6. Fungsi Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Secara umum, Media sosial adalah salah satu jenis media internet yang memiliki khalayak internasional yang besar. Fungsi utama media sosial adalah komunikasi dan interaksi. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi sudah tidak asing lagi. Ketersediaan luas media sosial menjelaskan fenomena ini. Selain pernyataan diatas, berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya ¹⁰⁴:

a. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Jika dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi, kecepatan penyebaran berita dan informasi melalui media sosial jauh lebih tinggi.

b. Mendapatkan hiburan

Setiap orang memiliki masa kesedihan, ketegangan, dan kebosanan; tidak ada orang yang benar-benar sehat dan bahagia sepanjang waktu. Salah satu cara untuk mengatasi semua stres itu adalah mengalihkan perhatian Anda dengan aktivitas online seperti game media sosial.

c. Komunikasi online

Pengguna memanfaatkan aksesibilitas media sosial untuk terlibat dalam berbagai aktivitas komunikatif online, seperti obrolan, pembaruan status, penyebaran berita, dan undangan acara. Bahkan di antara mereka

¹⁰⁴ D. Puspitasari, (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)” (Universitas Muhammadiyah Malang, 2018).

yang sudah terbiasa, komunikasi internet dipandang lebih unggul.

d. Menggerakkan masyarakat

Isu-isu kompleks, termasuk yang menyangkut politik, pemerintahan, suku, agama, ras, dan budaya (SARA), dapat menimbulkan reaksi yang luas dari masyarakat umum. Untuk mengatasi masalah ini, banyak orang beralih ke media sosial untuk menyuarakan pendapat mereka tentang apa saja mulai dari kritik hingga ide hingga tuduhan hingga pembelaan.

e. Sarana berbagi

Memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ilmu bermanfaat dari satu orang ke banyak orang adalah hal yang wajar. Diperkirakan bahwa penyebaran pengetahuan ini secara luas dalam skala global akan dihasilkan dari penyebarannya.

Adapun secara khusus fungsi media sosial sebagai media dakwah sebagaimana dalam fungsi media digital yakni:

a. Sebagai media penyampaian informasi, dan pengetahuan, edukasi atau literasi tentang dakwah

Media sosial dengan jangkauan luas dapat menjadi wadah untuk *da'i*, ilmuwan, dan lainnya untuk dapat memberikan sosialisasi dan edukasi kepada khalayak umum dengan jangkauan audience (*mad'u*) yang lebih luas. Hal yang disampaikan dapat berupa

informasi, literasi, dalil, tutorial dan sebagainya. Banyak para *da'i* saat ini menggunakan media sosial baik instagam, facebook, youtube, tiktok untuk menyampaikan dakwah nya. Bahkan semua orang pun dapat juga membuat media sosial dakwah dalam bentuk anonim yakni contohnya membuat quote Islami, deain flyer cuplikan dakwah, motivasi Islami dan sebagainya.

b. Sebagai media untuk menyajikan berita Islami

Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk menyiarkan berita. Di era digital saat ini media banyak wartawan maupun media berita online yang juga menyebarkan berita nya melalui media sosial termasuk dalam dakwah Islam. Contoh : di instagram ada @nuonline_id , @islam_update , @thesunnah_path , dan sebagainya.

c. Sebagai media untuk menggerakkan masyarakat

Media sosial juga dapat menjadi penggerak masyarakat. Tidak jarang pemerintah dalam mengumumkan sesuatu hal terkait informasi keagamaan melalui *platform* media sosial. Contoh: pengumuman 1 Ramadhan secara resmi oleh pemerintah, sehingga masyarakat Islam bergerak untuk melakukan persiapan untuk menyambut Ramadhan.

- d. Sebagai media untuk mendapatkan hiburan

Media sosial juga dapat menjadi sarana hiburan, dimana materi dakwah yang disampaikan dalam bentuk animasi, kartun, atau ceramah dengan gaya lucu, dan sebagainya sehingga dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat.

7. Algoritma Media Sosial

Algoritma adalah proses penyelesaian suatu masalah dengan melakukan serangkaian langkah-langkah yang telah ditetapkan sebelumnya secara terencana dan teratur. Algoritma digambarkan sebagai prosedur untuk memecahkan masalah dengan bantuan komputer yang terdiri dari urutan proses yang terorganisir dan sistematis. Oleh karena itu, algoritme adalah sekumpulan instruksi untuk memecahkan masalah yang menjamin hasil tertentu.¹⁰⁵

Untuk menampilkan konten yang relevan dengan minat pengguna, algoritme media sosial menggunakan metode sistematis untuk menentukan apa yang dicari pengguna, apa yang disukai pengguna, apa yang sering dilihat pengguna, dan yang diikuti pengguna. Di era komputasi di mana-mana saat ini, algoritme media sosial melacak pergerakan online kita. Algoritme yang menggerakkan situs jejaring sosial

¹⁰⁵ E. Jando and P. A. Nani, *Algoritma Dan Pemograman Berbasis Java* (Yogyakarta: Andi, 2018), 13.

melacak pencarian, suka, dan berbagi kami untuk memberi kami informasi yang relevan bagi kami. Meskipun algoritme media sosial dirancang untuk membuat hidup kita lebih mudah dengan menampilkan konten yang lebih menarik bagi kita, kita harus tetap waspada agar tidak terlalu tenggelam dalam dunia online sehingga lupa untuk memenuhi tanggung jawab kita di kehidupan nyata.¹⁰⁶

Algoritma adalah teori matematika yang dapat digunakan untuk memprediksi minat pengguna dan menyesuaikan rekomendasi konten untuk mereka. Algoritme akan mengisi umpan media sosial pengguna dengan postingan yang disesuaikan dengan minat khusus mereka. Pakar forensik digital dalam Rosmalia (2020) mengklaim bahwa algoritme beradaptasi dengan masa kini, terus berkembang, dan tidak mengikuti seperangkat aturan. Algoritme setiap platform pada dasarnya adalah sistem yang dibuat khusus. Untuk memaksimalkan kepuasan pengguna, setiap platform mengambil pendekatan yang agak berbeda. Untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya, algoritme dapat disesuaikan.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Ananda Handayani, “Apa Itu Algoritma Media Sosial.”

¹⁰⁷ Putri Rosmalia, “Kuasa Bahasa Algoritma Di Media Sosial.”

BAB III
GAMBARAN UMUM SMK NU 01 KENDAL DAN GAMBARAN
UMUM KELAS XI JURUSAN BISNIS DARING DAN
PEMASARAN (BDP)

A. Gambaran Umum SMK NU 01 Kendal

1. Profil Umum SMK NU 01 Kendal

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Nahdlatul 'Ulama 01 Kendal adalah sekolah administrasi bisnis dan pariwisata yang dibina oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Kabupaten Kendal. Singkatan dari inisial sekolah ini, SMAA NU KENDAL, merupakan singkatan dari jurusan utama sekolah tersebut yaitu administrasi niaga dan akuntansi. Memulai proses berdirinya Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Kabupaten Kendal dimulai pada tanggal 5 September 1990, dengan surat nomor 154/II.06/J/MRF/IX/1990 dikirim ke Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah. Surat kuasa pendirian/pengoperasian sekolah swasta bernomor 527/I03/I/91 diberikan kepada Bpk. Adapun Panitia Pendiri UKMA Nahdlatul 'Ulama Kabupaten Kendal oleh Kanwil Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah.

Ketua : Zainuddin, MZ.

Wakil Ketua : Drs. Asro'i Thohir

Wakil Ketua : Drs. Asrokhin

Wakil Ketua : H. Sayid Masyhur, BA.

Sekretaris : Drs. M. Ali Chasan Umar

Wakil Sekretaris : Drs. Agus Sholeh
Bendahara : H. Machfudz Moderna
Wakil Bendahara : Abdullah, HS.
Pembantu : 1. Drs. Ahmad Said Kahfi
2. Drs. MY. Karnadi, SN.
3. Imron Fauzan, BA
4. Abdul Wahab, BcHk.
5. Drs. M. Ali Tjasman

Pada tanggal 8 November 1990, Kepala Cabang Lembaga Pendidikan Ma'arif Kabupaten Kendal mengeluarkan Surat Perintah Nomor: 114/II.06/Kep.001/MRF/XI/90, menetapkan panitia dan menetapkan Bapak Mustar Helmi sebagai Ketua dan Drs. M. Ali Chasan Umar sebagai sekretaris.

Awalnya didirikan pada tahun 1997 sebagai Akademi Usaha Kecil dan Menengah Nahdlatul Ulama (SMEA NU KENDAL), sekolah ini sekarang dikenal sebagai Sekolah Menengah Kejuruan Manajemen Bisnis (SMK) Nahdlatul Ulama NU 01 Manajemen Bisnis Kendal. Pada tahun pelajaran 2000/2001, SMK KENDAL NU 01 mulai menerima siswa pada Program Keahlian Penjualan dan tetap melaksanakan proses belajar mengajar dengan satu kelas setelah mengajukan permohonan pembukaan jurusan pada tanggal 15 Juli 2000 yang disetujui oleh Kanwil Depdiknas Propinsi Jawa Tengah pada tanggal 12 Oktober 2000.

Mereka berusaha meluncurkan divisi baru empat tahun kemudian, pada tahun ajaran 2004/2005, ketika mereka menawarkan program keterampilan mode sebagai bagian dari departemen pariwisata. Respon masyarakat baik, dan Alhamdulillah masih ada sampai sekarang. Selanjutnya SMK NU 01 Kendal melaksanakan program keahlian segar atas perintah Yayasan (TPMNU). Kepala sekolah juga menyarankan kepada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga agar sekolah memperkenalkan bidang khusus baru, Jasa Katering. Syukurlah, Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga SMK NU 01 Kendal mengukuhkan Program Keahlian Tata Boga pada 23 Juni 2008, dan resmi diakui sebagai kompetensi keahlian terbaru sekolah pada 15 Agustus 2008. Sehingga kompetensi Keahlian pada tahun ajaran 2008/2009 berjumlah 5 kompetensi keahlian yaitu :

1. Akuntansi
2. Adminitrasi Perkantoran.
3. Penjualan
4. Busana Butik.
5. Jasa Boga.

Mulai tahun 2009, SMK NU 01 Kendal telah menekankan tujuannya, yaitu menciptakan lulusan yang berjiwa wirausaha, berwawasan global, dan berakhlak mulia dalam menghadapi perubahan dan kemajuan masa depan.

Misi Sekolah :

1. Ajari siswa cara berpikir seperti pemilik bisnis.

2. Ciptakan metode pengajaran yang akan menarik minat siswa Anda. Pemikiran kreatif, kewaskitaan, kecerdasan komputer, ketajaman bisnis, dan kejujuran moral.
3. Menata ketiga jenis pembelajaran (adaptif, normatif, dan produktif) dengan memperhatikan kemajuan teknologi.
4. Tingkatkan akses siswa ke sumber daya untuk menciptakan pengalaman pendidikan yang menarik.
5. Menumbuhkan keimanan yang teguh dan komitmen terhadap ahlussunnah wal jama'ah sebagai pedoman hidup.
6. Tunjukkan kepada semua murid bagaimana mempertahankan gaya hidup yang rapi, perhatian, terbuka, dan dapat dipercaya.
7. Meningkatkan kolaborasi dengan organisasi lain untuk lebih menerapkan proses bisnis di tempat kerja.

Selain itu, Ruang Kelas Baru (RKB) dan ruang praktik telah ditambahkan sebagai bagian dari komitmen berkelanjutan SMK NU 01 Kendal untuk melakukan inovasi, pengembangan, dan peningkatan secara menyeluruh. Manajemen yang selalu menjadi lebih baik.

Jumlah mahasiswa baru yang mendaftar menunjukkan bahwa animo masyarakat semakin meroket. Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan dan Rekayasa Perangkat Lunak berdiri sebagai jurusan baru pada tahun 2014/2015 di SMK NU 01 Kendal. Lokasi SMK NU 01 Kendal di Jalan

Pekauman Kendal RT 01 RW 02 Desa Pekauman Kecamatan Kendal Kabupaten Kendal menjadi pilihan bijak.

Visi SMK NU 01 Kendal adalah ” Terwujudnya lulusan yang Unggul dalam Prestasi, Terdepan dalam Inovasi, Santun dalam Pekerti, serta Berwawasan Lingkungan”

Indikator Visi adalah :

1. Adanya pencapaian prestasi nilai ujian sekolah yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya.
2. Minimal 2 kompetensi keahlian yang menjadi juara 1 lomba kompetensi siswa tingkat kabupaten dan dapat berkompetisi di tingkat provinsi,.
3. Adanya pencapaian prestasi dalam persaingan untuk diterima di perguruan tinggi negeri.
4. Adanya pencapaian prestasi non akademik yang tinggi dalam ajang kompetisi tingkat kabupaten, provinsi dan nasional yang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga formal yang memiliki kredibilitas tinggi.
5. Membentuk peserta didik yang berjiwa kewirausahaan.
6. Mampu menciptakan lapangan kerja sendiri setelah lulus.
7. Terciptanya iklim kepedulian yang tinggi terhadap perkembangan global dan mampu mengembangkan ide dalam penciptaan produk sesuai dengan kompetensi keahliannya.

8. Terciptanya iklim sekolah yang multikultural, saling menghormati dan menghargai, rukun, dan mempunyai tingkat toleransi yang tinggi.
9. Terciptanya budaya menghargai dan menghormati panji-panji Nahdlatul Ulama, kebenaran atau kebangsaan.
10. Terciptanya budaya bebas narkoba, kekerasan dan bebas asap rokok di sekolah maupun lingkungannya.
11. Terciptanya budaya sopan santun, ramah dan bersahaja antar warga sekolah maupun lingkungannya.
12. Terciptanya budaya bersih yang tinggi dalam keseharian baik di dalam sekolah maupun di luar sekolah.
13. Terciptanya iklim kepedulian yang tinggi terhadap peristiwa/gejala lingkungan dan sosial yang terjadi.
14. Terciptanya iklim disiplin yang tinggi bagi pendidik, tenaga kependidikan, peserta didik dalam keseharian baik di sekolah maupun diluar sekolah.
15. Terciptanya budaya *on time, full time* bagi seluruh warga sekolah.

Misi SMK NU 01 Kendal :

1. beralih ke sistem penilaian berbasis kompetensi dan kurikulum berbasis satuan pendidikan.
2. Menerapkan strategi pengajaran yang berpusat pada peserta didik yang efisien dan berfokus pada kebutuhan masing-masing siswa.
3. peningkatan motivasi prestasi sekolah secara keseluruhan.

4. Menciptakan metode pengajaran dan pelatihan yang akan menginspirasi siswa untuk berpikir kritis, kreatif, intuitif, teknologi, kewirausahaan, dan moral.
5. membangkitkan antusiasme siswa dalam bisnis dan membantu mereka menemukan cara untuk menggunakan keahlian mereka di pasar.
6. Tanamkan rasa kesopanan yang berlandaskan pada kebajikan sehingga dapat menginformasikan tindakan Anda.
7. mendorong kesadaran akan tanggung jawab lingkungan dan sosial.
8. Penghormatan terhadap bendera semua bangsa dan negara harus dimaksimalkan.
9. Berwawasan yang sangat religius dan taat pada Islam Ahlussunah Waljama'ah.
10. Menjadi lebih selaras dengan pergeseran global.
11. meningkatnya kecemasan masyarakat dan orang tua terhadap sekolah.
12. Memaksimalkan efektivitas tindakan kedisiplinan untuk meningkatkan perilaku siswa secara keseluruhan di sekolah.
13. Mendorong kebiasaan hadir secara teratur dan tiba di sekolah dengan cepat.

SMK NU 01 Kendal memiliki tujuan : Pertama, ketika PBM terwujud sepenuhnya, kedua siswa dapat berhasil mempelajari

dan menerapkan materi pelajaran. Siswa, ketiga, jujur dan pekerja keras, dapat dipercaya dan kompetitif. Melalui kewirausahaan, keempat mahasiswa tersebut memperoleh pengalaman, kepercayaan diri, dan kompetensi. Kelima, berikan anak-anak alat yang mereka butuhkan untuk tumbuh menjadi orang dewasa yang bertanggung jawab yang dapat menangani diri mereka sendiri di tempat kerja dan bahkan berkembang di dalamnya. Keenamnya memiliki infrastruktur yang memadai, termasuk akses ke PC dan RPK untuk masing-masing kapabilitas. Ketujuh, memastikan SMK NU 01 Kendal menjadi tempat di mana komunitas lokal dan keluarga siswa merasa aman dan nyaman. Dan di kelas delapan, SMK NU 01 Kendal menjadi sekolah tempat siswanya dipersiapkan untuk beradaptasi dengan dunia yang terus berubah.

Meskipun banyak aspek SNP yang telah dicapai, termasuk jumlah lulusan yang berkompeten dalam dimensi pengetahuan (yakni lulusan dengan pengetahuan faktual dan prosedural), masih ada kebutuhan untuk memperluas kapasitas mereka untuk memahami pengetahuan konseptual dan metakognitif. Ada kebutuhan untuk peningkatan di bidang kreativitas, pemikiran kritis, kolaborasi, dan komunikasi; namun, kualitas keterampilan lainnya terpenuhi dalam hal SNP, seperti kapasitas untuk berpikir dan bertindak secara efektif dan kemampuan untuk beroperasi secara mandiri. Kompetensi pada dimensi sikap, dimana lulusan belum sepenuhnya menunjukkan

perilaku yang mencerminkan sikap keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, akhlak, kedisiplinan, kesopanan, kejujuran, kepedulian, percaya diri, tanggung jawab, pembelajar yang tulus, dan kesehatan merupakan aspek-aspek yang belum memenuhi SNP dalam standar kelulusan.

Karakteristik kompetensi sikap, pengetahuan, dan keterampilan siswa, serta perubahan tingkat kompetensi siswa dan perubahan ruang lingkup materi pembelajaran, merupakan contoh standar isi yang telah dikembangkan sesuai dengan rumusan kompetensi lulusan. yang telah bertemu dengan SNP. Selanjutnya, Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan telah dikembangkan sesuai dengan prosedur, termasuk keterlibatan pemangku kepentingan, pemanfaatan kerangka dasar, penyelesaian tahapan operasional pengembangan, dan produksi perangkat kurikulum khusus. konstruksi kurikuler ke bidang yang lebih tinggi. Beberapa cara yang dapat dilakukan sekolah untuk meningkatkan implementasi kurikulumnya adalah dengan menata ulang bagian-bagian kurikulum berdasarkan muatan lokal, menyesuaikan beban belajar berdasarkan bentuk pendalaman materi, dan melaksanakan kegiatan pengembangan diri siswa yang tepat.

Dalam standar proses, aspek-aspek yang sudah memenuhi SNP tidak hanya rencana yang dibuat oleh guru sesuai dengan ketentuan yang ada yaitu mengacu pada silabus yang telah disusun, mengarah pada pencapaian kompetensi,

menyusun dokumen perencanaan yang lengkap dan sistematis, dan mendapatkan evaluasi dari kepala sekolah, tetapi juga proses pembelajaran yang telah dilaksanakan dengan benar, dimana dibentuk kelompok belajar dengan jumlah siswa sesuai ketentuan, guru mengelola kelas sebelum memulai pembelajaran, pelajaran mendorong siswa untuk mencari tahu, mengarahkan penggunaan pendekatan saintifik, kompetensi- Berdasarkan hal tersebut, guru telah menggunakan berbagai sumber belajar, dan mengelola kelas saat menutup pembelajaran, namun masih perlu ditingkatkan dalam memberikan pembelajaran terpadu, pembelajaran dengan jawaban benar multidimensi, pembelajaran menuju keterampilan aplikatif, mengutamakan pemberdayaan siswa sebagai pembelajar sepanjang hayat, menerapkan prinsip siapa pun guru, siapa pun siswa, dan di mana juga kelas, menerapkan metode pembelajaran sesuai dengan karakteristik siswa, dan penggunaan media pembelajaran dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembelajaran. sedang belajar. Upaya lain seperti melakukan asesmen autentik secara ekstensif, menggunakan hasil asesmen autentik, memantau proses pembelajaran secara terus menerus, menindaklanjuti hasil supervisi akademik, dan mengevaluasi proses pembelajaran, juga penting untuk memenuhi standar.

Komponen standar penilaian yang telah ditetapkan memenuhi SNP adalah guru melakukan penilaian sesuai dengan

ranah kompetensi yang meliputi ranah sikap, pengetahuan, dan kemampuan, serta memiliki bentuk pelaporan yang sesuai dengan ranah tersebut. Guru menggunakan metode penilaian yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan; tes dirancang untuk mengukur komponen tertentu dari sikap, pengetahuan, dan kemampuan siswa; dan semua penilaian dilakukan sesuai dengan protokol yang ditetapkan. Sistem tindak lanjut yang sering untuk evaluasi pendidikan yang dilakukan guru adalah salah satu bidang yang mungkin memerlukan beberapa perbaikan.

SNP telah terpenuhi dalam beberapa hal berkaitan dengan pendidik dan standar pendidikan, antara lain ketersediaan dan kompetensi guru sesuai ketentuan yaitu memiliki kualifikasi minimal S1/D4, tersedia untuk setiap mata pelajaran, dan memiliki kepribadian pedagogik yang baik, profesional, dan kompetensi sosial. Selain itu, persyaratan telah dipenuhi dalam hal kepala sekolah yang memenuhi syarat berada di tempat di sekolah. Memiliki personel administrasi yang diperlukan, tetapi kekurangan asisten laboratorium dan pustakawan yang kompeten seperti yang dipersyaratkan oleh peraturan saat ini.

Daya tampung rombongan belajar sekolah cukup, tanah sekolah dalam keadaan baik, bangunan sekolah dalam keadaan baik, dan sekolah memiliki berbagai prasarana yang sesuai dengan ketentuan, namun perbandingan luas tanah dengan luas bangunan perlu diperhatikan. disesuaikan dengan jumlah siswa.

Ini semua adalah aspek yang memenuhi standar SNP untuk sarana dan prasarana. Lab bahasa, perpustakaan, dan laboratorium biologi, fisika, kimia, dan bahasa juga perlu pembaruan untuk meningkatkan kode. Selain itu, ruang Osis yang benar, gudang, ruang sirkulasi, tempat parkir, dan ruang pimpinan juga harus diperbarui.

SNP telah dipenuhi dalam beberapa hal: sekolah telah menerapkan rencana manajemen, dengan visi, misi, dan tujuan yang jelas; sekolah telah menyusun rencana kerja, juga sesuai dengan ketentuan ruang lingkup; dan pihak sekolah telah melibatkan stakeholder sekolah dalam perencanaan pengelolaan sekolah, yang sangat mahir dalam manajemen MIS. Beberapa aspek standar manajemen, termasuk kemampuan komunikatif dan kewirausahaan pimpinan sekolah serta kemampuan mereka untuk melacak dan melaporkan kemajuan akademik siswa, perlu diperkuat. Selain mengembangkan standar manajemen sekolah yang komprehensif, sekolah harus bekerja untuk meningkatkan kualitas kegiatan layanan siswa, efektivitas pendidik dan tenaga kependidikan, dan pengembangan kemitraan melalui partisipasi masyarakat dan lembaga terkait lainnya.

Jika sekolah telah memberikan layanan subsidi silang, seperti memberikan subsidi silang dan membatalkan biaya sekolah bagi anak yang tidak mampu, standar keuangan ini merupakan tingkat yang paling berharga untuk memenuhi SNP. Pembiayaan untuk operasional sekolah yang tidak untuk

membayar guru dan staf juga telah diberikan sesuai dengan peraturan. Selain itu, pihak sekolah telah melakukan pengelolaan keuangan dengan baik yang ditunjukkan dengan adanya laporan pengelolaan dana yang jelas dan tersedianya laporan tersebut kepada pihak yang berkepentingan, serta ketentuan penyaluran dana yang bersumber dari APBD/APBN/Yayasan/sumber lainnya.

SMK NU 01 Kendal akan mulai menggunakan Kurikulum Mandiri pada tahun pelajaran 2021–2022 mendatang. Kurikulum Mandiri memberi siswa waktu yang lebih banyak untuk menyelidiki ide dan mengasah keterampilan mereka dengan memasukkan berbagai kesempatan belajar intrakurikuler. P5: Proyek Penguatan Profil Pendidikan Pancasila Siswa merupakan realisasi dari Kurikulum Mandiri. P5 adalah metode pembelajaran yang berfokus pada lima aspek utama—potensi diri, pemberdayaan diri, peningkatan diri, pemahaman diri, dan peran sosial—untuk mengamati dan mengidentifikasi jawaban atas isu-isu di lingkungannya. Adapun P5 tersebut di SMK NU 01 Kendal dilaksanakan pada setiap hari Jumat.

2. Visi, Misi, dan Tujuan

VISI

Unggul dalam Prestasi, Terdepan dalam Inovasi, Santun dalam Pekerti

MISI

- a. Menjadikan tauladan di setiap kegiatan.
- b. Menghasilkan produk atau jasa di setiap ide atau gagasan.
- c. Penguatan pendidikan karakter.
- d. Melatih dan mendidik serta mengembangkan proses pembelajaran yang dapat memacu keingintahuan siswa, imajinasi, intuisi, teknologi, wirausaha dan akhlaqul karimah.
- e. Menyelenggarakan pembelajaran adaptif, normatif dan produktif sesuai dengan perkembangan teknologi.
- f. Membekali siswa sesuai dengan kompetensi keahliannya.
- g. Menambah fasilitas yang dibutuhkan siswa dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran.
- h. Mengupayakan penghijauan di sekitar lingkungan sekolah, sehingga menjadikan rindang, nyaman, bersih dan sehat.
- i. Membangun sistem informasi manajemen pendidikan.
- j. Menjalin hubungan kemitraan dengan orang tua, masyarakat, Dunia Usaha Dunia Industri dalam mengembangkan program sekolah.

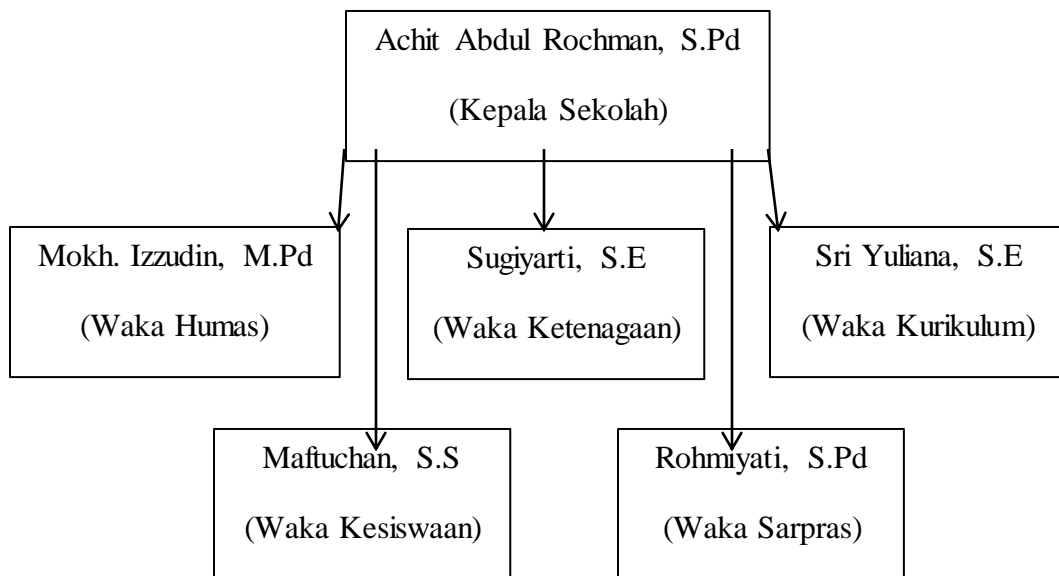
TUJUAN

- a. Siswa mampu menguasai kompetensi yang diajarkan.
- b. Siswa memiliki etos kerja, handal dan tangguh didalam setiap kegiatan.
- c. Siswa mampu mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya.

- d. Membekali siswa agar menjadi manusia yang produktif, bekerja mandiri dan berani berkompetisi di dunia kerja.

3. Struktur Organisasi Kepemimpinan

Gambar 4. Struktur Kepemimpinan SMK NU 01 Kendal



Struktur di atas merupakan struktur yang masih berlaku saat ini yakni 2023. Pada masing-masing wakil kepala sekolah, setiap bidang memiliki staf yakni sekretaris, bendahara dan staf pendukung. Selain itu terdapat Kepala Jurusan di masing-masing program keahlian. Adapun di SMK NU 01 Kendal, saat ini memiliki delapan program keahlian yakni:

- a. Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP)
- b. Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL)
- c. Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB)

- d. Pengembangan Perangkat Lunak dan Gim (PPLG)
- e. Tata Busana
- f. Tata Boga (Kuliner)
- g. Teknik Kendaraan Ringan dan Otomotif (TKRO)
- h. Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM)

B. Gambaran Umum Kelas XI Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP)

Bisnis Daring dan Pemasaran adalah bidang studi (jurusan) yang penekanan utamanya adalah studi ilmu pemasaran (baik tradisional maupun berbasis internet). Konsep kewirausahaan dan strategi pemasaran dibahas di kelas. Siswa juga belajar untuk mengenali dan memanfaatkan kemungkinan bisnis baru yang muncul. Kompetensi keahlian bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang mampu bertahan di dunia kerja. Materi-materi yang akan dipelajari pada jurusan pemasaran yaitu Ekonomi Bisnis dan Administrasi umum, Komunikasi Bisnis, Marketing, Bisnis Online, *Digital Marketing*, Perencanaan Bisnis, *Digital Operasional*, *Digital Branding*, *Digital Onboarding*, *Marketplace* dan *Ecommerce*, Produk Kreatif dan Kewirausahaan.

Lulusan SMK pemasaran akan kerja pada bidang marketing, periklanan, konten kreator, desainer produk dan sebagainya. Saat ini, banyak sektor masyarakat mulai mengakui nilai perdagangan internet. Selain itu, semakin banyak orang

yang menggunakan strategi ini untuk berbisnis online. Ini menyoroti pentingnya kami mempelajari prinsip bisnis ini. Metode pemasaran yang paling terkenal dari kompetensi ini adalah menggunakan teknik digital marketing. Dimana kita bisa mempromosikan produk yang akan kita jual kepada banyak orang tanpa bertemu mereka secara langsung. Sehingga dapat dikatakan bahwa jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran adalah jurusan yang memiliki banyak peluang di dunia kerja saat ini.

C. Kondisi Sosial dan Keagamaan Kelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) SMK NU 01 Kendal

Sekolah berlandaskan Ahlussunah Waljama'ah (NU), sehingga selain mata pelajaran umum, dan kejuruan, terdapat mata pelajaran tambahan tentang keagamaan yakni muatan lokal Ke-NU-an, Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti. Berdasarkan pengamatan di lapangan terdapat aktifitas pembiasaan sosial keagamaan di SMK NU 01 Kendal adalah pertama, jam 06.45 – 07.00 setiap hari Senin-Jumat pembiasaan doa dipandu dengan speaker aktif oleh anak-anak OSIS dan di masing-masing kelas di dampingi oleh Wali kelas. Adapun yang dibaca adalah Asma'ul Husna, Sholawat Tibil Qulub, dan doa belajar lalu ditutup dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya.

Kedua, setiap hari Jumat terdapat pembiasaan setelah aktifitas pada poin “a” dilanjutkan pembacaan Tahlil di masing-masing kelas dipandu oleh Guru Mapel di jam pertama pada hari

Jumat tersebut. Ketiga, pada aktifitas sosial keagamaan lainnya setiap hari Jumat ada kegiatan “Jumat Beramal”. Keempat terdapat tradisi istighosah setiap hari Jumat Kliwon. Kelima, dalam aktifitas pembelajaran keagamaan yakni pada mata pelajaran Ke-NU-an , Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti awal pembelajaran absensi menggunakan absen “sudah sholat” dan atau “belum sholat”. Keenam, proses Pembelajaran Ke-NU-an, Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti.

Pada penelitian ini penulis akan menguraikan tentang kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Dalam hal ini penulis mengambil sampel kelas XI BDP, dimana pada kelas tersebut terdapat mata pelajaran Ke-NU-an dan Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Budi Pekerti (BP). Siswa kelas XI jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) mendapatkan materi Islam Wasathiyah (Islam Rahmatallil’alamin) dan konsep moderasi beragama pada mata pelajaran Ke-NU-an. Pada pembelajaran tersebut siswa diberikan tugas kelompok untuk membuat makalah dan ppt lalu dipresentasikan di depan kelas. Adapun pembagian kelompok dan materi nya adalah sebagaimana tabel berikut:

Tabel 2. Pembagian Kelompok dan Materi Presentasi

No.	Nama Anggota	Materi
1.	Galang dan Putri	Komitmen kebangsaan dalam moderasi beragama
2.	Saskia dan	Nasionalisme dalam moderasi

	Fitria	beragama
3.	Naema dan Dina	Toleransi dalam beragama
4.	Suci dan Vanny	Toleransi dikehidupan sosial
5.	Ulil dan Reza	Anti kekerasan dalam beragama
6.	Yogi dan Ahmad	Anti radikalisme dalam beragama
7.	Citra dan Sasta	Menghagai budaya lokal dalam moderasi beragama
8.	Wilda dan Faukha	Penerimaan tradisi dan budaya lokal dalam perilaku keagamaan

Sumber: Hasil observasi

Pada pengerjaan tugas tersebut, siswa mengerjakan di laboratorium komputer jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Guru Ke-NU-an memberi kebebasan pada siswa untuk mencari referensi materi dari media digital manapun termasuk google dan media sosial. Namun secara khusus Guru Ke-NU-an mengarahkan siswa untuk mencari referensi dari data-data penelitian seperti artikel dan jurnal ilmiah. Berdasarkan pembiasaan sosial keagamaan tersebut secara sadar ataupun tidak ternyata sangat berdampak positif terhadap kondisi sosial keagamaan siswa. Sebagaimana yang dituturkan oleh informan 7 bahwa kebiasaan tersebut membuatnya menjadi rajin sholat subuh. Adanya perubahan setelah praktik pembiasaan keagamaan di sekolah juga dirasakan oleh informan 1 menerangkan menjadi lebih lancar dalam membaca tahlil. Informan 3 menerangkan menjadi senang beramal.

Pada mata pelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti (PAI dan BP) terdapat materi tentang “Adab Bermedia Sosial”. Guru menerangkan tentang bagaimana penggunaan media sosial yang positif bagi siswa, hal-hal yang harus dihindari saat menggunakan media sosial bagi siswa. Pada materi tersebut Guru memberikan tugas kelompok untuk membuat konten yang positif, terkait isi atau tema kontennya adalah dari pembagian materi kelompok presentasi Ke-NU-an yakni tentang moderasi beragama. Konten tersebut dibuat dua versi yakni konten gambar yang kemudian siswa harus upload di media sosial Instagramnya dengan menyertakan hashtag sesuai materi dan konten berbentuk video yang kemudian siswa meng-upload di media sosial TikTok masing-masing.

Siswa kelas XI jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) mendapatkan materi Islam Wasathiyah (Islam Rahmatallahil’alamin) dan konsep moderasi beragama pada mata pelajaran Ke-NU-an. Pada pembelajaran tersebut siswa diberikan tugas kelompok untuk membuat makalah dan ppt lalu dipresentasikan di depan kelas. Informan 9 menerangkan bahwa, Kurikulum Merdeka bukan lagi teaching center namun saat ini sudah student center, adanya penugasan tersebut adalah agar siswa dapat kreatif, berpikir kritis, dan mandiri. Sebagaimana fungsi dari penerapan P5 yakni untuk pengembangan kompetensi dan karakter bagi pelajar melalui belajar kelompok seputar isu penting sesuai konteks yang nyata, dalam pembuatan tugas

tersebut saya tetap mendampingi dan mengarahkan agar siswa mencari referensi dari artikel ilmiah, penelitian ilmiah atau jurnal ilmiah. Harapan nya tak lain adalah agar ketika nantinya siswa masuk perguruan tinggi atau kuliah, mereka sudah tidak kaget atau sudah mahir dalam membuat tugas-tugas karya tulis ilmiah, dan adanya presentasi selain melatih mereka untuk belajar percaya diri atau public speaking tapi juga, agar siswa tidak hanya membuat tugas asal jadi, namun supaya siswa serius membaca dan mendalami materi nya, karena mereka akan presentasikan tugas nya di depan kelas.

Penugasan pada Mata Pelajaran Ke-Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti Materi “Adab Bermedia Sosial” di Kelas XI Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Sebelumnya Guru telah menerangkan tentang bagaimana penggunaan media sosial yang positif bagi siswa, hal-hal yang harus dihindari saat menggunakan media sosial bagi siswa. Pada materi tersebut Guru memberikan tugas kelompok untuk membuat konten yang positif, terkait isi atau tema konten nya adalah dari pembagian materi kelompok presentasi Ke-NU-an yakni tentang moderasi beragama. Konten tersebut dibuat dua versi yakni konten gambar yang kemudian siswa harus upload di media sosial instagram nya dengan menyertakan hastag sesuai materi dan konten berbentuk video yang kemudian siswa meng-upload di media sosial tiktok.

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Kelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) di SMK NU 01 Kendal, dengan total subyek penelitian 16 siswa dan penulis menyaring lagi menjadi delapan siswa untuk menjadi informan yakni dilakukan wawancara lanjutan. Berikut adalah data informan dalam penelitian ini:

Tabel 3. Data Informan

No.	Nama	Kelas	Sebagai
1.	Reza	XI	Informan 1
2.	Galang	XI	Informan 2
3.	Yogi	XI	Informan 3
4.	Naema	XI	Informan 4
5.	Wilda	XI	Informan 5
6.	Saskia	XI	Informan 6
7.	Diyah	XI	Informan 7
8.	Citra	XI	Informan 8

Sumber: Data Hasil Wawancara

D. Hasil Penelitian

Tabel 4. Hasil Wawancara Informan Yogi

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi	

	beragama di media dakwah digital?	
Itee	<p>“(1)<u>Berawal dari dapat tugas di sekolah di pelajaran Ke-NU an, PAI dan BP. Saya dapat tugas membuat konten anti kekerasan dalam beragama.</u></p> <p>(2)<u>Terus saya kan cari referensi contoh konten nya di media sosial, juga baca-baca di google,</u> ternyata isi nya kasus-kasus teroris kebanyakan.</p> <p>(3)<u>Dari situ saya tertarik nih makin kepo, makin penasaran,</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tugas Sekolah 2. Searchig media sosial 3. Tertarik
Inter	<p>Hmm berarti bisa dibilang berdasarkan pengalaman yang berawal dari tugas di Sekolah kemudian Anda searching di media sosial tentang konten moderasi beragama lalu Anda tertarik dan mengakses</p>	

	konten tersebut secara berkelanjutan?	
Itee	(1) <u>Iya setelah itu saya makin kepo bahkan sampe rumah saya mencari-cari konten lagi tentang berita teroris.</u>	1. Mengakses konten secara berkelanjutan
Inter	Pada saat Anda mengakses konten moderasi beragama di media digital adakah hal yang menarik dan bermanfaat untuk dibagikan menurut Anda?	
Itee	Ada (1), <u>ternyata banyak kasus teroris di Indonesia dan ngeri juga efeknya karena banyak yang jadi korban termasuk pelajar yang di Bandung itu beritanya saya lihat di media sosial.</u> (2) <u>Untuk manfaat nya kita bisa mengambil pelajaran bahwa kekerasan dalam hal apapun itu tidak</u>	1. Banyak kasus teroris di Indonesia 2. Anti kekerasan

	<u>dibenarkan</u> , apalagi tindak kekerasan seperti terorisme yang efek terburuknya dapat menghilangkan nyawa orang	
Inter	Jadi Anda lebih cenderung tertarik dengan konten-konten tersebut dari pada konten hiburan lain, apa begitu?	
Itee	(1) <u>Ya bisa dibilang begitu, yang awal nya hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan tugas sekolah</u> <u>sekarang halaman beranda media sosial saya malah lebih banyak berisi tentang konten-konten berita teroris, anti kekerasan dan sejenisnya.</u>	1. konten anti kekerasan banyak muncul di beranda

Tabel 5. Hasil Wawancara Informan Wilda

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
	(1) <u>Saya rasa itu sejak saya dapat tugas membuat konten tentang penerimaan tradisi dan budaya lokal dalam perilaku keagamaan</u> , karena waktu itu kan saya cari referensi konten-konten nya beberapa kali di tiktok dan google juga. (2) <u>FYP saya jadi muncul konten-konten budaya dan tradisi-tradisi keagamaan Indonesia.</u>	1. Tugas sekolah 2. Berkelanjutan muncul di FYP
Inter	Baik untuk rentan waktu nya kira-kira berapa hari itu muncul konten-konten tersebut di halaman beranda atau di fyp Anda ?	
Itee	Hampir (1) <u>selama tiga minggu masih ada muncul di fyp saya konten-konten tentang tradisi,</u>	1. Tiga Minggu

	<u>tentang budaya begitu, kirab dan sejenisnya.</u>	
Inter	Baik secara khusus apakah itu yang membuat Anda tertarik dan cenderung memilih konten tersebut dari pada konten yang lain ?	
Itee	Sebenarnya <u>menurut saya karna efek media sosial saya yang cenderung muncul konten itu jadi yang awalnya biasa saja menjadi suka</u> atau lebih tepatnya saya menjadi kagum dengan budaya, tradisi keagamaan di Indonesia ini dari melihat konten-konten tersebut.	1. Algoritma media sosial

Tabel 6. Hasil Wawancara Informan Reza

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
Itee	(1) <u>Awalnya saya dapat tugas</u>	1. Tugas sekolah

	<u>mapel PAI, BP tentang anti radikalisme dalam beragama, dan (2) saya mencari referensi nya dari google, (3) sekarang pas saya buka google yang muncul pertama adalah berita tentang kasus teoris, bahkan kadang fyp saya juga beberapa kali muncul konten tentang itu.</u>	2. Searching di google 3. algoritma media sosial
Inter	Baik untuk rentan waktu nya kira-kira berapa hari itu muncul konten-konten tersebut di halaman beranda google atau di fyp Anda ?	
Itee	(1) <u>Awal nya satu minggu cenderung banyak banget muncul konten tentang itu, lalu dua minggu nya sudah berkurang, tapi sampe sekarang masih muncul cuma kadang-kadang. Jadi total hampir satu bulan nan masih ada muncul lah.</u>	1. Satu bulan
Inter	Baik secara khusus apakah itu yang membuat Anda tertarik	

	dan cenderung memilih konten tersebut dari pada konten yang lain?	
Itee	(1) <u>Terus terang nya iya, karna sering melihat konten tersebut jadi muncul rasa suka dan tertarik dan lebih kepo juga sebenarnya.</u>	1. tertarik, suka kepo
Inter	Kecenderungan tertarik, suka kepo melihat atau memilih konten tersebut apakah hanya pada saat muncul saja atau memang sudah melekat atau mendalam ?	
Itee	(1) <u>Kalau menurut saya cenderung nya lebih ke kepo atau ingin tahu lebih dalam jadi kadang tuh misal ada muncu konten agama yang radikal, nah pas saya lihat konten itu di fy kadang saya sampai klik profil yang fyp tersebut lalu saya kepoin akun nya nyari lanjutan nya atau part 2 nya gitu.</u>	1. rasa ingin tahu mendalam

Tabel 7. Hasil Wawancara Informan Naema

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
Itee	(1) <u>Sejak awal saya memang sudah tertarik dengan konten moderasi beragama,</u> (2) <u>karena banyak pesan yang saya dapat ambil dari ada nya tugas membuat konten tentang toleransi beragama.</u> dari mulai harus saling membantu walau beda agama dan suku, hingga menghargai tradisi keagamaan orang lain. Indonesia itu indah karena keberagaman nya.”	1. tertarik sejak awal 2. Banyak pesan yang didapat
Inter	Baik untuk rentan waktu Anda mengakses konten nya kira-kira berapa lama ?	
Itee	(1) <u>Di awal-awal itu saya mengakses konten nya pada</u>	1. satu hari 2. satu minggu

	<p><u>saat mencari referensi dari adanya tugas sekolah itu rentan waktunya yaa hanya dalam satu hari (2) lalu dilanjut ada tugas makalah moderasi beragama itu saya mengakses di media digital kurang lebih satu minggu lah, (3) namun, efeknya setelah itu beranda media sosial saya malah banyak muncul konten moderasi beragama sampai sekarang sudah tiga minggu lebih pun masih kadang suka muncul konten itu.</u></p>	<p>3. sampai sekarang (3 minggu lebih)</p>
Inter	<p>Baik secara khusus apakah itu yang membuat Anda tertarik dan cenderung memilih konten moderasi beragama tersebut dari pada konten yang lain?</p>	
Itee	<p>Secara khusus iya, karna sebagaimana yang saya ceritakan di awal bahwa banyak pesan dan pelajaran yang bisa kita ambil dari</p>	

	konten moderasi beragama terutama tentang toleransi dalam beragama.	
--	---	--

Tabel 8. Hasil Wawancara Informan Galang

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
Itee	(1) <u>Awalnya saya belum tahu tentang moderasi beragama, karena belum tahukan jadi terus terang saja awalnya saya juga belum tertarik, (2) lalu ada tugas membuat makalah, presentasi dan tugas membuat konten moderasi beragama yang di upload di instagram atau tiktok itu. Nah akhirnya saya kan nyari-nyari lah tuh referensi materi moderasi beragama di google, media sosial dan lain-lain. (3)</u>	1. Awal belum tahu belum tertarik 2. mengerjakan tugas sekolah 3. mengakses di media sosial sampe paham 4. akhirnya tertarik dan suka

	<p><u>awalnya saya memilih mengakses konten tersebut sebenarnya karena kewajiban mengerjakan tugas sekolah sih, makanya sering buka-buka konten tentang moderasi beragama, sampe saya bisa paham akhirnya tentang moderasi beragama itu. (4)</u></p> <p><u>Sehingga lama kelamaan eh kok ternyata bagus yaa, jadi sekarang karena sudah paham, ya akhirnya jadi tertarik juga dan beberapa kali muncul kadang tiba-tiba itu konten di beranda, dan di fyp begitu.</u></p>	
Inter	<p>Selanjutnya terkait kurun waktu yang Anda perlukan untuk bisa paham tentang moderasi beragama dari membuat tugas itu kurun waktunya kira-kira berapa lama?</p>	
Itee	<p>Awalnya pengerjaan tugas tentang moderasi beragama itu</p>	

	yang tugas konten dikerjakan satu minggu karna 2x pertemuan, makalah dan presentasi dua mingguan atau 4x pertemuan.	
Inter	Dalam mengerjakan tugas Anda mengakses konten moderasi beragama di media digital ya kan, nah itu kira-kira apakah kemudian Anda bisa langsung tertarik atau cenderung memilih konten tersebut?	
Itee	(1) <u>Butuh proses tidak terus saya langsung suka itu tentu tidak ya. Jadi saya proses nya hingga menjadi tertarik dengan konten moderasi beragama itu</u> ya karna kan awalnya saya ngerjakan tugas itu, lalu mau ndak mau nyari-nyarilah konten tentang moderasi beragama di media internet itu kan, nah terus di situ baru mengerti, dan media	1. Butuh proses 2. cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda

	<p>sosial itukan jadi sering muncullah itu konten, (2) <u>jadi kalau dibilang cenderung memilih ya sebenarnya karna memang muncul sendiri di beranda fyp saya, jadi bisa dibilang mau ndak mau saya melihat konten itu gitu.</u></p>	
Inter	<p>Baik kira-kira seingat Anda rentan waktu dari proses Anda menjadi tertarik dan cenderung memilih konten moderasi beragama itu berapa lama ?</p>	
Itee	<p>(1) <u>Kurang lebih satu mingguan.</u></p>	1. satu minggu

Tabel 9. Hasil Wawancara Informan Diyah

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	<p>Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?</p>	
Itee	<p>(1) <u>Saya memang sudah suka</u></p>	1. sudah tertarik

	<u>budaya-budaya Indonesia,</u> (2) <u>terus saya dapat tugas</u> <u>konten menghargai tradisi lokal</u> <u>keagamaan, jadi saya semangat</u> <u>cari contoh-contoh konten nya.</u>	2. mendapat tugas sesuai passion
Inter	Baik secara khusus apakah itu yang membuat Anda tertarik dan cenderung memilih konten moderasi beragama tersebut dari pada konten yang lain?	
Itee	(1) <u>Iya, contoh konten yang</u> <u>saya temui di media sosial</u> <u>ketika mendapatkan tugas</u> <u>sangat bagus, unik, dan</u> <u>menarik, banyak keragaman</u> <u>budaya Indonesia yang</u> <u>awalnya saya tidak tahu</u> <u>menjadi tahu.</u>	1. konten yang dipilih menarik
Inter	Baik untuk rentan waktu Anda mengakses konten nya kira-kira berapa lama ?	
Itee	(1) <u>Ehmm, kan penugasan</u> <u>konten diberi waktu satu</u> <u>minggu, penugasan buat</u> <u>makalah presentasi kurang</u>	1. tiga minggu

	<u>lebih dua minggu an jadi hampir 3 mingguan totalnya.</u>	
--	---	--

Tabel 10. Hasil Wawancara Informan Citra

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
Itee	(1) <u>Sejak mengerjakan tugas membuat konten tentang moderasi beragama, yang mana (2) saya beberapa kali mencari referensi di kolom pencarian dengan hastag di instagram dan google.</u> (3) <u>sekarang beranda dan halaman explore instagram saya jadi banyak muncul konten-konten tentang moderasi beragama.</u>	1. mengerjakan tugas 2. mencari referensi dengan hastag 3. algoritma media sosial
Inter	Baik untuk rentan waktu Anda mengakses konten nya kira-kira berapa lama atau	

	muncul konten moderasi beragama di halaman explore media sosial Anda itu berapa lama?	
Itee	(1) <u>Mengaksesnya awalnya dari pagi sampe siang pas ada tugas itu, terus minggu depannya kan pas ada mapel tugas itu saya akses lagi konten-konten nya, lalu (2) baru muncul sering di beranda dan halaman explore itu setelahnya dan sampai sekarang berarti hampir tiga mingguan</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengakses secara berkala 2. Tiga minggu
Inter	Baik secara khusus apakah itu yang membuat Anda tertarik dan cenderung memilih konten moderasi beragama tersebut dari pada konten yang lain?	
Itee	(1) <u>Iya karna sering muncul, sering lihat jadi lama-lama cenderung suka juga sama konten-konten nya.</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. cenderung suka karna terbiasa melihat

Tabel 11. Hasil Wawancara Informan Saskia

Inter/Itee	Pertanyaan/Pernyataan	Coding
Inter	Baik tolong ceritakan awal Anda bisa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital?	
Itee	(1) <u>Saya awalnya mendapatkan tugas konten tentang nasionalisme</u> , (2) <u>dari membuat tugas konten tersebut saya sekarang jadi suka konten-konten tentang budaya Indonesia yang beragam dan lebih cinta tanah air.</u>	1. Mendapat tugas 2. tertarik terhadap konten nasionalisme
Inter	Berarti saat mengerjakan tugas konten nasionalisme tersebut Anda merasa senang dan menikmati konten-konten dengan tema tersebut ?	
Itee	(1) <u>Bisa dibilang iya, menikmati kontennya karena unik, kan kebanyakan yang muncul itu seperti konten tradisi, budaya-budaya</u>	1. menikmati konten 2. sesuai passion

	<u>Indonesia gitu jadi suka ya karna emang menarik.</u> (2) <u>Dan kebetulan saya suka seni.</u>	
Inter	Baik berarti memang sudah sesuai kecintaan Anda sehingga kecenderungan Anda melihat atau memilih konten tersebut berasal dari hati begitu yaa?	
Itee	<u>Iya betul, memang sejak awal saya sudah menyukai kontennya.</u>	1. Suka berdasarkan hati
Inter	Baik terkait waktu kira-kira berapa lama Anda mengakses konten-konten tersebut ?	
Itee	(1) <u>Kalau pas dapat tugas tuh mungkin sehari sampes aya ulang-ulang konten nasionalisme, sekarang ya sudah biasa normal, tapi biasanya kalau muncul di beranda pasti saya tonton, saya lihat dan saya like.</u>	1. ditonton berulang 2. sekarang biasa tapi tetap suka jika melihat

Hasil *initial coding: line by line coding*, peneliti menemukan 20 koding dari data berdasarkan table dibawah ini:

Tabel 12. *Initial coding: line by line coding*

Nomor	Koding
1.	Tugas Sekolah
2.	<i>Searching</i> media sosial
3.	Mengakses konten secara berkelanjutan
4.	Searching di google
5.	Algoritma media sosial
6.	Konten muncul di fyp kurang lebih satu bulan
7.	Melihat konten karena tertarik
8.	Rasa ingin tahu mendalam
9.	Tertarik sejak awal
10.	Banyak pesan yang didapat
11.	Butuh proses menjadi suka
12.	Cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda
13.	Cenderung suka karna terbiasa melihat
14.	Menikmati konten karna sesuai passion
15.	Suka berdasarkan hati
16.	Ditonton berulang-ulang
17.	Anti Radikalisme
18.	Nasionalisme

19.	Budaya dan Tradisi Keagamaan
20.	Toleransi

BAB IV

KECENDERUNGAN MEMILIH KONTEN MODERASI BERAGAMA DI MEDIA DAKWAH DIGITAL

Pada BAB ini menyajikan data dan temuan penelitian berdasarkan data-data tentang kecenderungan yang di alami oleh siswa kelas XI BDP dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Pada bab ini terdapat Sub bab yang berisi tentang bagaimana kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital.

A. Kecenderungan Siswa dalam Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital

Pada sub bab ini penulis akan menguraikan secara deskriptif kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia “Kecenderungan” berarti kecondongan (hati) kesudian, keinginan (kesukaan) atau minat akan sesuatu.¹⁰⁸ Bagi Suryabrata minat adalah kecenderungan untuk menyukai atau menghargai sesuatu. Perasaan menyenangkan atau menarik menandai awal ketertarikan pada suatu barang. Jika seseorang tertarik pada sesuatu, kemungkinan besar mereka akan mengembangkan emosi positif tentang hal itu. Selain itu, menurut Suryabrata, minat adalah fokus energi mental seseorang dan kekuatan yang menyertai suatu tindakan.¹⁰⁹ Selain itu, menurut

¹⁰⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Kecenderungan.”

¹⁰⁹ Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, 59.

Mappiare, minat adalah perangkat mental yang terdiri dari berbagai faktor, termasuk tetapi tidak terbatas pada, emosi, harapan, pendidikan, ketakutan, dan kecenderungan.¹¹⁰ Sehingga untuk menganalisis kecenderungan penulis menggunakan teori minat.

Penulis telah melakukan penelitian tentang kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Studi peneliti yang menggunakan pengkodean terfokus dianggap memadai, dan kasus yang dihasilkan dari penyelidikan kemudian dilaporkan. Peneliti dapat melihat hubungan antar kode dengan terus membandingkan setiap kode di dalam data. Adapun tema besar yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

Tabel 13. *Focused Coding*

Tema Besar	Koding
Proses	Tugas Sekolah
	<i>Searching</i> media sosial
	Searching di google
	Mengakses konten secara berkelanjutan
Algoritma media sosial	Konten muncul sendiri di beranda
	Konten muncul di fyp
	Konten diakses selama tiga minggu
	Konten sering muncul kurang lebih satu bulan

¹¹⁰ Mappiare, *Psikologi Remaja*, 102.

Kecenderungan Konten	Anti Kekerasan
	Komitmen Kebangsaan
	Akomodasi terhadap budaya lokal
	Toleransi
<i>Reason</i>	Melihat konten karena tertarik
	Rasa ingin tahu mendalam
	Tertarik sejak awal
	Banyak pesan yang didapat
	Cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda
	Cenderung suka karna terbiasa melihat
	Menikmati konten karna sesuai passion
	Suka berdasarkan hati

Berdasarkan *focused coding* di atas dapat di analisis bahwa proses yang terjadi dari adanya kecenderungan memilih konten moderasi beragama di siswa kelas XI jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK NU 01 Kendal adalah berawal dari adanya penugasan di sekolah. Sebagaimana telah diuraikan pada bab tiga bahwa siswa kelas XI jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP) mendapatkan materi “Islam Wasathiyah (Islam Rahmatallil’alamin) dan atau Moderasi Beragama” pada mata pelajaran Ke-NU-an. Pada pembelajaran tersebut siswa diberikan tugas kelompok untuk

membuat makalah dan powerpoint lalu dipresentasikan di depan kelas.

Pada pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Budi Pekerti (BP) siswa mendapat materi “Adab Bermedia Sosial”. Guru menerangkan tentang bagaimana penggunaan media sosial yang positif bagi siswa, hal-hal yang harus dihindari saat menggunakan media sosial bagi siswa. Pada materi tersebut Guru memberikan tugas kelompok untuk membuat konten yang positif, terkait isi atau tema kontennya adalah dari pembagian materi kelompok presentasi Ke-NU-an yakni tentang moderasi beragama. Konten tersebut dibuat dua versi yakni konten gambar yang kemudian siswa harus upload di media sosial instagramnya dengan menyertakan hastag sesuai materi dan konten berbentuk video yang kemudian siswa mengupload di media sosial tiktok.

Nah, dari adanya proses penugasan tersebut siswa kemudian melakukan aktivitas pencarian referensi dengan mengakses google, mengakses media sosial dan mengakses konten secara berkelanjutan yakni diakses selama tiga minggu. Hal tersebut ternyata berdampak pada algoritma di akun media sosial mereka. Dampaknya terhadap akun media sosialnya antara lain konten moderasi beragama muncul sendiri di beranda, di *for your page* (FYP), dengan durasi kemunculan konten yakni sering muncul kurang lebih satu bulan.

Konten yang cenderung muncul adalah pertama konten tentang berita terorisme, aksi radikalisme, dan sejenisnya tersebut

muncul di halaman beranda atau fyp siswa yang mendapat tema tugas tentang “Anti kekerasan dalam beragama”. Kedua, konten nasionalisme, cinta tanah air, muncul di halaman beranda atau fyp siswa yang mendapat tema tugas tentang “Komitmen kebangsaan”. Ketiga, konten tentang indahnya toleransi di Indonesia, islam nusantara, muncul di halaman beranda atau fyp siswa yang mendapat tema tugas tentang “Toleransi. Keempat, konten tentang budaya dan tradisi keagamaan muncul di halaman beranda atau fyp siswa yang mendapat tema tugas tentang “Akomodasi terhadap budaya lokal”.

Dari hasil penelitian, ternyata siswa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital dengan alasan yang beragam, ada yang memang sudah suka sejak awal, suka berdasarkan hati, menikmati konten karna sesuai *passion*, rasa ingin tahu yang mendalam dan berkelanjutan, merasa banyak pesan yang didapat, cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda, dan akhirnya cenderung suka karna terbiasa melihat.

Sejalan dengan hal tersebut bahwa sebagaimana diterangkan dalam Teori kegunaan dan kesenangan memberikan penjelasan tentang karakteristik konsumen media yang terlibat yang mampu memilih dan memilih di antara pesan-pesan yang bersaing. Salah satu metode di mana permintaan informasi dapat dipenuhi adalah dengan membiarkan audiens memutuskan media apa yang mereka sukai. Untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka,

khalayak terlibat dengan berbagai bentuk media. Memilih media untuk khalayak tergantung pada keinginan, kebutuhan, atau tujuan mereka adalah inti dari ide kegunaan dan kepuasan. Pada kasus yang ada dalam penelitian ini motif siswa memilih dan akhirnya aktif melihat atau menonton itu didasarkan karena adanya kebutuhan memenuhi tugas sekolah. Selanjutnya secara berkelanjutan siswa memilih menonton konten moderasi beragama karena adanya rasa keingintahuan yang lebih dalam atau lebih detail dan lengkap sehingga terus mencari dan mengonsumsi konten-konten tersebut. Perasaan puas menjadi timbul dari adanya keberhasilan dalam meraih motif awal dan keinginan lanjutan yang terealisasi.

Berdasarkan data hasil penelitian penulis telah mengeksplorasi dari adanya kasus kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital, penulis membagi dalam tiga poin yakni jenis kecenderungan, bentuk kecenderungan dan faktor yang melatarbelakangi adanya kecenderungan tersebut.

1. Jenis Kecenderungan

Berdasarkan pada teori minat bahwa jenis minat yakni Menurut Gordon¹¹¹ Ada dua jenis bunga: investasi pribadi atau emosional, dan uang tunai dingin. Minat subyektif adalah keadaan mental yang menyatakan beberapa kegiatan menjadi menyenangkan. Ketertarikan faktor luar dalam merangsang lingkungan mereka adalah minat objektif.

¹¹¹ Gordon, *Assimilation in American life*, 127.

Menurut Samsudin¹¹² Ketika dianalisis dari perspektif yang muncul, minat dapat dipecah menjadi dua kategori: kebetulan dan disengaja. Ketertarikan yang muncul tiba-tiba dikatakan "spontan". Memiliki kepentingan deliberatif adalah Anda memiliki kepentingan dalam sesuatu karena Anda mengambil langkah sadar untuk melakukannya.

Hasil analisis olah data wawancara observasi dan dokumentasi penelitian yang penulis telah laksanakan menunjukkan bahwa jenis kecenderungan, minat siswa kelas XI jurusan bisnis daring dan pemasaran (BDP) dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital adalah termasuk jenis yang "Disengaja" yakni kecenderungan yang dimiliki karena dibangkitkan atau ditimbulkan oleh Guru. Hal tersebut sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh Guru mata pelajaran Ke-NU-an, mata pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Budi Pekerti (BP).

Pada mata pelajaran PAI dan BP di Sekolah yang berbasis Nahdlatul Ulama (NU) terdapat materi PAI yang di sambungkan dengan materi Ke-NU-an, agar ideologi NU pada diri siswa menjadi kuat. Makanya tugas-tugas untuk siswa juga saling terkait, seperti di materi Ke-NU-an ada

¹¹² Samsudin, *Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan SD/MI*, 87.

tentang Islam Wasathiyah atau moderasi beragama, di materi PAI dan BP adab bermedia sosial. Terdapat tugas yang saling berkaitan, hal tersebut dimaksudkan agar siswa menggunakan media sosial untuk hal yang positif dengan mengupload materi-materi yang dipelajari di sekolah. Harapannya siswa tidak hanya menjadi konsumen konten di media sosial namun siswa kreatif, dan inovatif membuat atau memproduksi konten yang positif di media sosial nya, sehingga siswa secara tidak sadar telah menjadi kontributor konten, jadi tidak hanya menjadi konsumen konten. Hal tersebut diyakini jika siswa secara konsisten mencari referensi konten positif di media sosial nya, itu nanti fyp atau beranda mereka akan ditampilkan juga konten-konten yang positif. Karena algoritma media sosial akan merekomendasikan konten-konten yang sesuai dengan apa yang sering dicari di kolom pencarian.

Adanya pemberian tugas siswa untuk membuat konten moderasi beragama, siswa menjadi kreatif, inovatif, dan menggunakan media sosial nya untuk hal-hal yang positif. Seperti halnya saya bebaskan untuk mencari referensi konten moderasi beragama di media sosialnya. Saya yakin jika siswa secara konsisten mencari referensi konten positif di media sosial nya, itu nanti fyp atau beranda mereka akan ditampilkan juga konten-konten yang positif yakni konten-konten Islami, konten dakwah, termasuk tadi konten

moderasi beragama. Karena sepeham saya algoritma media sosial itu akan merekomendasikan konten-konten yang sesuai dengan apa yang sering kita cari di kolom pencarian. Nah kalau sudah seperti itu lambat laun siswa menjadi sering melihat karena tadi muncul di fyp atau beranda, sehingga muncul rasa suka dengan konten-konten yang positif tersebut. Maka kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital tersebut adalah termasuk kecenderungan yang “Disengaja”. Dalam hal tersebut sengaja ditimbulkan oleh Guru Ke-NU-an , PAI dan BP kepada siswa.

Dalam pandangan Islam, Kata kerja rabbaa yurabbi tarbiyyatan, yang berarti mengatur, memelihara, dan merawat apa saja, dari situlah nama "murabbi" berasal. Kata ini berasal dari arti "subjek" (fa'il) dari "tarbiyyah," sebuah kata yang sudah digunakan dalam akademisi Indonesia. Peran guru sebagai murabbi adalah untuk membantu siswa tumbuh menjadi ekspresi penuh dari bakat dan kemampuan yang telah Allah SWT berikan kepada mereka sehingga mereka dapat merawat alam semesta yang diciptakan oleh Allah SWT, Tuhan semesta alam (rabbul 'alamin).¹¹³

Dalam ilmu dakwah, Guru dapat diposisikan sebagai *da'i* dan murid sebagai *mad'u*. Guru bertugas menyampaikan

¹¹³ I. Mandzur, *Lisanul 'Arab* (Kairo: Darul Ma'arif, 1994).

pesan-pesan akhlak yang positif, menyampaikan materi-materi yang berdampak positif pada perkembangan potensi diri dan perkembangan pengetahuan pada siswa dengan menggunakan berbagai media pembelajaran yang telah dibuat dan dipersiapkan agar siswa dapat menerimanya dengan pemahaman yang mudah. Artinya, Guru menyerukan materi-materi yang baik, dan mengajak atau menasehati kepada siswa untuk melaksanakan hal-hal yang positif. Termasuk dalam arahan untuk menggunakan media digital dengan bijak dengan contoh sikap, perilaku dan praktik. Sehingga siswa menjadi cenderung memilih konten-konten yang positif di media digital, seperti contoh dalam hasil penelitian ini adalah mendorong siswa untuk cenderung memilih, melihat atau menonton konten moderasi beragama di media dakwah digital.

Kecenderungan memilih konten moderasi beragama di kelas XI bisnis daring dan pemasaran (BDP) penulis bandingkan dengan kelas lain di jurusan yang sama yakni kelas XII. Penulis telah menggali data terkait apakah terdapat kesamaan atau perbedaan dengan adanya materi dan penugasan yang diberikan Guru Ke-NU-an, Guru PAI dan BP pada saat mereka di kelas XI sehingga terjadi adanya kecenderungan memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital. Berdasarkan hasil wawancara bahwa ternyata memang terdapat perbedaan. Hal tersebut

dilatarbelakangi oleh kurikulum pembelajaran angkatan mereka yakni kelas XII masih mengikuti kurikulum 2013, sedangkan angkatan sekarang siswa XI adalah sudah mengikuti standar kurikulum merdeka. Dimana kurikulum merdeka memang mengedepankan pembelajaran *student center* bukan lagi *teacher center*. Kelas XII sekarang, pada saat mereka kelas XI tahun lalu, mereka hanya diberi penugasan untuk menulis artikel tentang masing-masing indikator moderasi beragama, tidak sampai diberi penugasan untuk presentasi maupun membuat konten. Selain itu, guru yang mengajar juga berbeda sehingga metode pengajarannya juga berbeda.

2. Bentuk Kecenderungan

Buchori membedakan antara "minat primitif" dan "minat budaya" sebagai dua jenis gairah yang berbeda. Kebutuhan biologis seperti makan, minum, dan bersosialisasi adalah contoh dari apa yang oleh para psikolog disebut sebagai "minat primitif". Pengetahuan tentang tuntutan yang secara langsung dapat memenuhi kebutuhan untuk melestarikan organisme merupakan bagian dari minat semacam ini. Ketertarikan pada budaya, atau minat sosial yang berkembang sebagai hasil pendidikan, hanyalah minat pada budaya.

Berdasarkan hasil oleh data wawancara penelitian yang penulis telah laksanakan, menunjukkan bahwa bentuk

kecenderungan siswa kelas XI jurusan BDP dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital adalah termasuk bentuk kecenderungan yang kultural. Kecenderungan kultural yakni bentuk kecenderungan, minat, kesukaan yang dapat timbul dari adanya proses belajar. Dalam hal tersebut adalah berawal dari adanya tugas membuat konten, siswa menjadi timbul rasa penasaran akhirnya mencari-cari hal-hal yang berkaitan dengan materi tugas konten pada kelompok mereka masing-masing, hingga akhirnya siswa menjadi suka dengan konten-konten tersebut. Sejalan dengan teori dampak pesan media yakni salah satunya adalah dampak afektif.

Istilah "dampak afektif" mengacu pada bagaimana informasi yang disebarkan oleh media dapat memengaruhi perasaan penerimanya tentang suatu topik. Perasaan, gairah emosional, perspektif, dan nilai inti semuanya terlibat dalam efek ini. Hal tersebut juga dikuatkan dengan teori minat yakni menurut Wetherington minat adalah kecenderungan seseorang dapat muncul apabila seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu yang dipelajari, maka ia akan mempunyai sikap yang positif dan merasa senang terhadap hal yang dipelajari tersebut.¹¹⁴

¹¹⁴ Witherington, *Psychology Pendidikan*, 113.

3. Faktor yang Melatarbelakangi Adanya Kecenderungan Siswa Kelas XI BDP dalam Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital

Menurut Crow & Crow ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau minat,¹¹⁵ Yang pertama adalah apa yang disebut "Faktor Dorongan Batin", yang mengacu pada fakta bahwa perhatian seseorang mudah diganggu oleh rangsangan yang sejalan dengan keinginan dan kebutuhan mereka serta sifat lingkungan sekitar mereka. Sebagai contoh, pertimbangkan kecenderungan untuk belajar; dalam hal ini, minat terhadap sains. Kedua, pengaruh motivasi sosial, atau mengapa seseorang mau peduli terhadap apapun. Sifat manusia dan motivasi masyarakat juga berperan; misalnya, seseorang mungkin berusaha mencapai prestasi besar untuk meningkatkan status sosialnya. Ketiga, Faktor Emosional, atau sentimen dan emosi yang memengaruhi hal-hal, seperti bagaimana perasaan seseorang setelah menyelesaikan perjalanan yang rencananya akan mereka manfaatkan dalam aktivitas tertentu. Ini dapat menyebabkan gelombang emosi positif dan rasa minat atau hasrat yang diperbarui untuk pengejaran awal. Kalau tidak, pengalaman kegagalan akan memicu minat.

Berdasarkan hasil analisis dari olah data penelitian yang telah penulis laksanakan menunjukkan bahwa kecenderungan

¹¹⁵ Crow dan Crow, *Psikologi Pendidikan*, 79.

siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital dilatarbelakangi oleh dua faktor yakni *The factor inner urge* dan faktor algoritma media sosial.

Pertama, *the factor inner urge* yakni faktor yang timbul dari adanya rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Dalam hal tersebut adalah adanya rangsangan dari lingkungan sekolah dengan adanya tugas membuat konten materi indikator moderasi beragama hingga akhirnya menimbulkan kecenderungan pada konten tersebut.

Makna nya bahwa kecenderungan terhadap konten moderasi beragama muncul karena berawal dari adanya tugas di sekolah. Kecenderungan atau ketertarikan terhadap sesuatu dapat muncul ketika ada pesan motivasi dari hal yang kita lihat atau pelajari. Adanya tugas dalam proses belajar dapat menimbulkan perasaan penasaran sehingga muncul ketertarikan terhadap hal yang dipelajari. Kita akan lebih semangat mencari sesuatu yang kita sukai. Rasa cenderung tertarik pada suatu hal dapat timbul jika kita telah paham terhadap suatu hal tersebut.

Kedua, parameter algoritma media sosial. Di dunia yang sangat terhubung saat ini, kebiasaan online kita dilacak oleh algoritme media sosial saat kita menjelajahi web. Algoritme yang menggerakkan situs jejaring sosial melacak pencarian,

suka, dan berbagi kami untuk memberi kami informasi yang relevan bagi kami. Kita dapat bersantai mengetahui bahwa konten yang kita lihat di media sosial akan relevan bagi kita, tetapi penting untuk tetap waspada dan tidak membiarkan kemudahan menjelajahi web di ponsel kita membuat kita melupakan tanggung jawab kita di dunia nyata.¹¹⁶

Kaitan nya dengan penelitian ini bahwa faktor lain yang melatarbelakangi adanya kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital adalah algoritma media sosial. Berdasarkan hasil olah data sebagaimana sajian data pada bab tiga maka, kecenderungan siswa dalam memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital juga disebabkan oleh faktor adanya algoritma media sosial. Dalam hal tersebut adalah sejak adanya tugas membuat konten tentang moderasi beragama. Siswa menerangkan bahwa beberapa kali mencari referensi atau contoh konten di media sosial nya. Hal tersebut ternyata berdampak pada algoritma media sosial siswa, yakni munculnya konten-konten moderasi beragama baik di halaman beranda, di halaman *explore* dan atau halaman *for you page (fyp)*.

Menurut ide algoritma media sosial, ini masuk akal. Algoritme berbasis matematika memungkinkan layanan menyesuaikan saran konten untuk masing-masing pengguna

¹¹⁶ Handayani, “Apa itu Algoritma Media Sosial.”

tergantung pada bagaimana mereka biasanya berinteraksi dengan akun mereka. Algoritme akan mengisi umpan media sosial pengguna dengan postingan yang disesuaikan dengan minat khusus mereka.¹¹⁷ Algoritma media sosial adalah cara sistematis pengguna untuk menemukan konten apa (tulisan, foto, atau video) yang dicari pengguna, apa yang disukai pengguna, apa yang sering dilihat pengguna, dan apa yang diikuti pengguna sehingga media sosial menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna dan bisa dikatakan merekam percakapan pengguna.¹¹⁸

Makna yang didapatkan bahwa media digital akan merekam aktivitas kita di media sosial dan akan menampilkan apa yang sering kita cari. Media digital mencatat hal-hal yang sering kita cari dan menampilkan hal tersebut kepada kita karna dinilai hal tersebutlah yang sedang kita butuhkan. Sehingga kita sebagai pengguna aktif media sosial harus mengelola diri agar dapat dengan bijak menggunakan media sosial seperti mencari hal-hal positif dan tidak melakukan aktivitas negatif seperti penipuan, *bullying*, dan sebagainya.

¹¹⁷ Rosmalia, “Kuasa Bahasa Algoritma di Media Sosial.”

¹¹⁸ Handayani, “Apa itu Algoritma Media Sosial.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada uraian deskripsi di bab iv, maka kesimpulan dari penelitian ini bahwa ternyata kasus siswa cenderung memilih konten moderasi beragama di media dakwah digital adalah karena “Disengaja” yakni kecenderungan yang dimiliki karena sengaja dibangkitkan atau ditimbulkan dari Guru dengan pemberian tugas terkait hal tersebut. Selanjutnya siswa berproses mengerjakan tugas tersebut yang kemudian menimbulkan kecenderungan yang “Kultural” yakni kecenderungan yang timbul dari adanya proses belajar, dalam hal tersebut lingkungan sekolah merupakan tempat belajarnya. Nah dari proses tersebut ternyata juga berdampak pada algoritma di akun media sosial siswa yang kemudian cenderung banyak muncul tentang konten-konten sebagaimana indikator moderasi beragama. Selanjutnya ditemukan pula alasan siswa cenderung memilih untuk menonton konten moderasi beragama di media digital yakni ada yang memang ternyata sudah suka sejak awal, suka berdasarkan hati yang kemudian menikmati konten karna merasa sesuai *passion*, timbul rasa ingin tahu yang mendalam dan berkelanjutan, merasa banyak pesan yang didapat, cenderung memilih karna muncul sendiri di beranda, dan akhirnya cenderung suka karna terbiasa melihat konten tersebut.

B. Saran

Adanya hasil penelitian ini, penulis berharap bagi pembaca dapat merekomendasi penelitian ini untuk menjadi bahan tinjauan pustaka pada peneliti selanjutnya yang mengangkat tema tentang moderasi beragama, konten, dan atau tema tentang media dakwah digital. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi namun penulis menyarankan untuk tidak melakukan perilaku yang dilarang seperti menjiplak atau melakukan plagiat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Fiqih Maqashid Syariah: Moderasi Islam Antara Aliran Tekstual Dan Aliran Liberal*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007.
- Al-Qardhawy, Yusuf. *Islam Peradaban Masa Depan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996.
- Al-Smadi, M., and S. A. Al-Wabel. "The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks." *Journal of Internet Banking and Commerce* 16, no. 2 (2011): 1–10.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- An-Nabiry, F. B. *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Andriani, Durri. *Metodologi Penelitian*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013.
- Annur, C. M. "Survei: Pecandu Internet Terbanyak Dari Kalangan Gen Z."
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Bamualim, Chaider S., H. Latief, I. Abubakar, M. Nabil, R. Pranawati, and W. Setiawan. *Kaum Muda Muslim Milenial Konservatisme, Hibridasi Identitas, Dan Tantangan Radikalisme*. Tangerang Selatan: Center for The Study of Religion and Culture UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

- Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. *Teori Komunikasi Massa*. 5th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Boyd, D. "Social Media Is Here to Stay... Now What?"
- Buchori, Muchtar. *Teknik-Teknik Evaluasi Dalam Pendidikan*. Bandung: Jemmars, 1998.
- Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
- Crow, L. D., and A. Crow. *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1973.
- Denzin, N. K., and Y. S. Lincoln, eds. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc, 2017.
- van Dijk, J. A. G. M. "Digital Democracy: Vision and Reality." In *Public Administration in the Information Age: Revisited*, edited by I. Snellen and W. van de Donk, 1–17. Amsterdam: IOS Press, 2013.
- Fatchan, A. *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Etnografi Dan Etnometodologi Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Ombak, 2015.
- Fuchs, Christian. *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE Publications Ltd, 2014.
- Gordon, Milton M. *Assimilation in American Life: The Role of Race, Religion, and National Origins*. New York: Oxford University Press, 1964.
- Handayani, Ananda. "Apa Itu Algoritma Media Sosial."
- Hendy, Aep. "Puluhan Remaja Di Garut Terpapar Paham Radikalisme NII. Salah Seorang Sedang Kumpulkan Uang Untuk Beli Senjata."

- Hizbullah, Muhammad. "Moderasi Dakwah Islam."
- Hurlock, E. B. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. 5th ed. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Indriana, D. *Ragam Alat Bantu Media Pengajaran*. Yogyakarta: Diva Press, 2011.
- Jando, E., and P. A. Nani. *Algoritma Dan Pemograman Berbasis Java*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. "Kecenderungan."
- . "Moderasi."
- Kani. *Algoritma Dan Pemograman*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2020.
- Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- . *Tanya Jawab Moderasi Beragama*. Jakarta: Kemenag RI, 2019.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014.
- Liando, Mayske Rinny, and Hadirman. "Praktik Kultur Moderasi Beragama Dalam Lembaga Pendidikan Muhammadiyah (Studi Di SMA Muhammadiyah Manado)." *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 1 (2022): 379–392.
- Lincoln, Y. S., and E. G. Guba. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications, 1985.

- Locke, L. F., W. W. Spirduso, and S. J. Silverman. *Proposals That Work: A Guide for Planning Dissertations and Grant Proposals*. 6th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Inc, 2013.
- Malik, Hatta Abdul. "Problematika Dakwah Dalam Ledakan Informasi." *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017): 302–312.
- Mandiberg, M., ed. *The Social Media Reader*. New York: New York University Press, 2012.
- Mandzur, I. *Lisanul 'Arab*. Kairo: Darul Ma'arif, 1994.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional, 1982.
- Mardiana, Reza. "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–158.
- Marshall, C., and G. B. Rossman. *Designing Qualitative Research*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2011.
- McPheat, Sean. *Content Marketing*. UK: The Internet Marketing Academy & Ventus Publishing, 2011.
- Merriam, S. B. *Qualitative Data Analysis Research and Case Study Applications in Education*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1998.
- Milhinhos, P. R. V. "The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content." Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas, 2015.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. 36th ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017.
- Morissan, A. C. Wardhani, and F. Hamid. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013.

- Nasrullah, R., and S. Nurbaya. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Nikmah, F. “Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial.” *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45–52.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Pangestu, Inggih. “Digital Adalah: Pengertian, Sejarah, Dan Manfaatnya.”
- Purwanto, M. N. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remadja Karya, 2006.
- Puspitasari, D. “Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013).” Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Rachman, Abdul, Yantos, Rafdeadi, and D. Sukartik. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2014.
- Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Restu. “Media: Pengertian, Fungsi, Dan Jenis Yang Perlu Kamu Tahu.”
- Rofadhilah, O. A. Taufik, and L. Hakim. “Dampak Penggunaan Teknologi Internet Terhadap Etika Dan Akhlaq Anak Dalam Keluarga Di Jakarta Utara.” *Jisamar (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)* 2, no. 1 (2018): 25–46.
- Rosmalia, Putri. “Kuasa Bahasa Algoritma Di Media Sosial.”
- Rossmann, G. B., and S. F. Rallis. *Learning in the Field: An Introduction*

to *Qualitative Research*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2012.

RT Katalisnet. “9 Jenis Konten Video, Ide Untuk Content Creator.”

Rumata, Fathurrahman 'Arif, Muh. Iqbal, and Asman. “Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (December 2021): 172–183.

Sadiman, Arief S., Rahardjo, Anung Haryono, and Harjito. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, Dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.

Salama, Nadiatus, and Nobuyuki Chikudate. “Unpacking the Lived Experiences of Corporate Bribery: A Phenomenological Analysis of the Common Sense in the Indonesian Business World.” *Social Responsibility Journal* 19, no. 3 (2023): 446–459.

Salama, Nadiatus, Medina Janneta El-Rahman, and Mahfud Sholihin. “Investigation into Obedience in the Face of Unethical Behavior.” *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 5, no. 2 (2020): 207–218.

Salama, Nadiatus, Muhyar Fanani, Florian Pohl, and Widiastuti Widiastuti. “Disproving the Myth of Racial Harassment and Trauma among Indonesian Americans.” *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 7, no. 2 (2022): 183–194.

Salamah, Nur, Muhammad Arief Nugroho, and Puspo Nugroho. “Upaya Menyemai Moderasi Beragama Mahasiswa IAIN Kudus Melalui Paradigma Ilmu Islam Terapan.” *Quality* 8, no. 2 (November 2020): 269–290.

Samsudin. *Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan SD/MI*. Jakarta: Litera, 2008.

Saputra, W. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,

- 2011.
- Sarman, Mukhtar. *Meretas Radikalisme Menuju Masyarakat Inklusif*. Yogyakarta: LKiS, 2018.
- Satori, Djam'an, and Aan Komariah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Shirky, C. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. Penguin Press, 2008.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Stake, R. E. "Qualitative Case Studies." In *The Sage Handbook of Qualitative Research*, edited by N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, 443–466. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd, 2005.
- Sujanto, A. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Aksara Baru, 1981.
- Sukardi, Dewa K. *Bimbingan Karir Di Sekolah-Sekolah*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Suryabrata, Sumadi. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Rajawali, 1988.
- Sutrisno, Edy. "Aktualisasi Moderasi Beragama Di Lembaga Pendidikan." *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 2 (December 2019): 323–348.
- Suwatno, and D. J. Priansa. *Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Syukir, A. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Taher, Tarmizi. *Berislam Secara Moderat*. Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu, 2007.
- West, Richard, and Lynn H. Tunner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.
- Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Witherington, H. C. *Psychology Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru, 1978.
- Xendit. “Produk Digital: Definisi Dan Contoh Produk Yang Perlu Anda Coba.”
- Yin, R. K. *Case Study Research: Design and Methods*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2009.
- Young, K. S., and C. N. de Abreu. *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc., 2011.
- Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahnya*. Surabaya: Halim, 2013.

LAMPIRAN

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Nur Hikmatus Sobah yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Reza)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN


Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Nur Hikmatus Sobah** yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Galang)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Nur Hikmatius Sobah yang berjudul *Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)*.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Yogi)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Nur Hikmatus Sobah yang berjudul *Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)*.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Naema)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Nur Hikmatius Sobah yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Blsnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Wilda)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Nur Hikmatu Sobah** yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Saskia)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Nur Hikmatu Sobah** yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Diyah)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Nur Hikmatu Sobah** yang berjudul **Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran)**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 1 Maret 2023

Tertanda



(Citra)

LAMPIRAN 1 JAWABAN WAWANCARA

“Saya tidak keberatan dengan tugas yang diberikan, karna Guru memberikan contoh makalah yang simpel dan kita dibebaskan untuk cari materinya di google yakni dengan jurnal-jurnal juga, jadi tinggal kita baca salin copas yang sesuai dengan materi yang kita dapat. Dalam pembuatan power point teman yang satu kelompok dengan saya yang mengerjakan, jadi kami bagi tugas saya yang membuat makalah, teman saya yang membuat power pointnya. Presentasi juga kami bagi tugas, ada yang di menyampaikan bagian awal dan bagian inti. Presentasi efeknya memang bagus sih menurut saya jadi kita benar-bener baca dan harus memahami materi yang akan dipresentasikan. Mungkin kalau hanya buat makalah saja tanpa dipresentasikan saya yakin tidak akan paham karna makalah kebanyakan hanya copas, tapi dengan presentasi kita jadi membaca materinya dengan sungguh-sungguh karna nanti akan ada sesi tanya tanya jawab yang dimana kita harus paham dengan materi yang kita presentasikan agar bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari teman-teman di kelas.”¹¹⁹

“Dulu pas awal-awal dapat tugas makalah, agak belum paham makalah itu apa, terus bagaimana membuatnya. Tapi Guru sangat sabar menjelaskan dan kita diberi contoh-contoh makalah yang simpel versi siswa SMK. Jadi sekarang kalau ada tugas makalah saya tidak keberatan karna banyak juga contoh dan materi-materinya dari google. Terus pas buat power point kebetulan karna ini tugas kelompok jadi saya dan teman saya bagi tugas, sehingga tidak memberatkan tugasnya. Ketika presentasi karna kebetulan kelompok saya pengumpulannya termasuk paling awal jadi persiapannya cukup lumayan siap karna kelompok kami presentasi akhu, alhamdulillah lancar.”¹²⁰

“Sama sekali tidak keberatan karna tinggal mencari materi yang kita dapatkan di pencarian google yakni jurnal tentang anti radikalisme dalam beragama. Selanjutnya setelah makalah selesai saya dan temen kelompok saya membuat power point di canva. Saya lebih suka membuat power point di canva karena lebih variatif dan template yang disediakan juga

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan informan 6, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²⁰ Hasil wawancara dengan informan 8, pada Rabu 1 Maret 2023

lebih menarik sehingga mendorong saya untuk semangat saat mengerjakannya. Untuk presentasi kebetulan kami dapat kelompok yang maju akhir-akhir jadi persiapan cukup panjang sehingga kami memiliki banyak waktu untuk pendalaman materi tersebut.”¹²¹

“Membuat makalah menurut saya mudah sih karna tinggal kita cari materi yang kita dapat di jurnal atau artikel sesuai arahan Guru, ketikan kata kunci nya di google, apalagi sekarang jamannya pakai AI, tinggal tunggu beberapa menit beres lalu copas ke word. Dalam pembuatan power point kelompok kami membuatnya dengan canva, tinggal cari template yang di inginkan lalu copas materinya ke template canva tersebut Alhamdulillah jadi dengan cepat dan estetik. Presentasi di depan kelas pun terasa semangat. Alhamdulillah lancar, bisa menjawab semua pertanyaan dari temen-temen di kelas.”¹²²

“Mengenai tugas pembuatan makalah dan presentasi saya tidak keberatan, karna ini bukan yang pertama kali nya. Pada mata pelajaran lain juga pernah ada tugas membuat makalah dan presentasi juga. Jadi udah terbiasa dan tidak memberatkan. Justru dengan ada nya tugas makalah lalu dipresentasikan kita jadi bener-bener paham materinya karna kan jadi baca nya secara serius, makanya jadi paham betul tentang materi yang di dapatkan.”¹²³

“Alhamdulillah karena ini tugas kelompok jadi tidak berat. Sel lain kita dibebaskan untuk mencari referensi, guru sangat baik karna tidak hanya memberi tugas begitu saja namun juga mendampingi memberikan alternatif referensi, bahkan hingga membantu memberikan arahan dalam editing naskah. Sehingga kita tidak begitu kesulitan dalam mengerjakan. Dalam pembuatan power point karena saya sudah dapat bagian membuat makalah jadi teman satu kelompok saya yang membuatnya pakai canva karna lebih banyak varian template. Pada saat presentasi kita pun bagi tugas saya yang presentasi bagian depan, teman saya yang satu kelompok

¹²¹ Hasil wawancara dengan informan 1, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²² Hasil wawancara dengan informan 5, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²³ Hasil wawancara dengan informan 2, pada Rabu 1 Maret 2023

dengan saya presentasi bagian inti dan kesimpulan. Dalam menjawab pertanyaan Alhamdulillah lancar terjawab semua.”¹²⁴

“Alhamdulillah dalam mengerjakan tugas makalah, power point hingga proses presentasi berjalan lancar semua dan selesai tepat waktu, itu semua berkat kerjasama kelompok yang solid dan bantuan arahan dari guru. Presentasi ada beberapa pertanyaan yang kita tidak bisa menjawab karena diluar materi yang ada pada makalah kami, namun akhirnya dibantu menjawab oleh guru.”¹²⁵

“Awalnya jujur saya sendiri agak panik, takut tidak bisa mengerjakan dengan tugas membuat makalah, membuat power point dan presentasi. Namun akhirnya selesai juga Alhamdulillah, karna tugas nya dikerjakan kelompok, di bantu arahan dari Guru juga jadi ternyata saya bisa dan tidak terlalu berat setelah dijalani.”¹²⁶

Adanya perubahan setelah praktik pembiasaan sosial di sekolah dirasakan oleh informan 1, 3 dan 7:

“Saya awalnya tidak begitu lancar membaca tahlil, karena di sekolah ada pembiasaan baca tahlil setiap hari jumat pagi sekarang secara tidak sadar menjadi lancar bahkan sedikit hampir hafal tahlil”¹²⁷

“Sejujurnya saya tipe orang yang boros, suka jajan, awal ada pembiasaan Jumat beramal, merasa agak terpaksa beramal nya. Namun lambat laun udah seperti biasa saja, jadi kebiasaan sekarang kalau Jumat masuk masjid pasti entah seribu, dua ribu sedekah di kotak amal masjid karena banyak hal yang kemudian saya merasakan setelah beramal urusan atau keinganan saya jadi lebih mudah.”¹²⁸

¹²⁴ Hasil wawancara dengan informan 4, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²⁵ Hasil wawancara dengan informan 7, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²⁶ Hasil wawancara dengan informan 3, pada Rabu 1 Maret 2023

¹²⁷ Hasil Wawancara dengan informan 1, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹²⁸ Hasil Wawancara dengan informan 3, pada hari Rabu 1 Maret 2023

“Awalnya jujur saya kadang bangun kesiangan sehingga kadang tidak sholat subuh, sejak ada absensi sholat yang awal mulanya melaksanakan sholat karna biar tidak malu saat di absen sekarang menjadi sholat karena memang sadar itu adalah kewajiban.”¹²⁹

Klarifikasi pandangan siswa adanya penugasan tersebut:

“Ini bukan kali pertama ada tugas membuat konten jadi saya sendiri tidak merasa tugas ini berat, sebelumnya di mata pelajaran jurusan juga sering ada tugas membuat konten marketing jadi sudah biasa membuat konten.”¹³⁰

“Jujur untuk tugas membuat konten baik konten video maupun konten foto semua saya kerjakan dengan senang hati karna saya edit nya pakai template di capcut untuk video dan menggunakan template di canva.”¹³¹

“Pada saat ada tugas membuat konten saya membuatnya dengan template capcut sehingga selesai dengan cepat.”¹³²

“Alhamdulillah saya suka kalau ada tugas membuat konten, karna memang saya beberapa kali mendampingi teman saya Ulilyang tergabung dalam content creator nusanda (CCN) yang mana sudah terbiasa ditugasi untuk ambil gambar, editing dan publishing jadi karena kebiasaan mengikuti teman saya yang anak CCN jadi ikut tahu dan sedikit terbiasa dengan tugas membuat konten. Sehingga saya pribadi tidak keberatan jika ada tugas membuat konten-konten.”¹³³

“Saya sendiri memang suka membuat konten dengan capcut atau tiktok jadi tidak kesulitan saat ada penugasan membuat konten.”¹³⁴

¹²⁹ Hasil Wawancara dengan informan 7, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³⁰ Hasil Wawancara dengan informan 7, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³¹ Hasil Wawancara dengan informan 5, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³² Hasil Wawancara dengan informan 8, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³³ Hasil Wawancara dengan informan 2, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³⁴ Hasil Wawancara dengan informan 3, pada hari Rabu 1 Maret 2023

“Dalam membuat konten saya menggunakan template capcut, awalnya cari contoh konten di tiktok yang sesuai dengan tema materi yang akan saya buat konten baru saya buat edit di capcut.”¹³⁵

“Membuat konten bukan perkara yang sulit menurut saya karna sekarang sudah banyak aplikasi-aplikasi dan tersedia begitu banyak template-template yang bisa kita pakai, contoh referenai konten yang sesuai tema kita pun bisa cari di media sosial tiktok, instagram, dan youtube. Jadi ketika ada tugas membuat konten saya tidak keberatan.”¹³⁶

“Saya sendiri sebelum membuat konten mencari referensi contoh konten di media sosial tiktok, dan edit menggunakan template di aplikasi capcut.”¹³⁷

¹³⁵ Hasil Wawancara dengan informan 1, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³⁶ Hasil Wawancara dengan informan 6, pada hari Rabu 1 Maret 2023

¹³⁷ Hasil Wawancara dengan informan 4, pada hari Rabu 1 Maret 2023

LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Observasi Pembelajaran



Dok. Observasi pasca pembelajaran



Dok. Observasi pasca pembelajaran



Dok. Absensi “Sudah Sholat Subuh atau Belum?”



Dok. Pembelajaran PAI dan BP “Adab Bermedia Sosial”



Dok. Pembelajaran Ke-NU-an Presentasi Komitmen Kebangsaan dalam Moderasi Beragama



Dok. Pembelajaran Ke-NU-an Presentasi Anti Kekerasan dalam Beragama



Dok. Pembelajaran Ke-NU-an Presentasi Nasionalisme dalam Moderasi Beragama



Dok. Pembelajaran Ke-NU-an Presentasi Anti Radikalisme dalam Beragama

2. Dokumentasi Wawancara



Dok. Wawancara dengan Galang siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Saskia siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Naema siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Diyah siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Citra siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Wilda siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Yogi siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Reza siswakelas XI BDP



Dok. Wawancara dengan Dina siswa kelas XII BDP



Dok. Wawancara dengan Nurul siswa kelas XII BDP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nur Hikmatus Sobah

Tempat Tanggal Lahir : Kendal, 25 September 1996

Alamat : Desa Tunggulsari RT 3 RW 6, Kec.
Brangsong, Kab. Kendal, Provinsi Jawa
Tengah

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Sudah Menikah

No. HP/WhatsApp : 085943243442

Email : nurhikmatussobah1@gmail.com

Media sosial : @sobah.official (instagram)

Latar Belakang Pendidikan :

1. SD N 2 Tunggulsari lulus tahun 2009
2. SMP N 2 Brangsong lulus tahun 2012
3. MA Miftahul Huda Bulungan Jepara lulus tahun 2015
4. S-1 UIN Walisongo Semarang lulus tahun 2019