



Pengembangan MeDiaLog sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial

Ajuan Tuhuteru

ajuantuhuteru@gmail.com

Institut Agama Kristen Negeri Ambon

Eni Murdiati

enimurdiati_uin@radenfatah.ac.id

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Lilis Sukmawati

lilissukmawati_uin@radenfatah.ac.id

Abstrac: *The presence of new media changes all of human life, including in terms of accessing information. The concept of religious moderation has become the government's priority in building public awareness about diversity, but it is still not optimal in targeting all groups. Therefore there is a need for elaboration in a study. This article aims to determine the development of digital blog-based media as a media campaign for religious moderation, which is abbreviated as "MeDiaLog", the feasibility and practicality of this media campaign. The research method used is a type of research and development (Research and Development) with the ADDIE development model. MeDiaLog feasibility test or validation is carried out by content experts, media experts, and users. The MediaLog trial was carried out in two stages: a small group trial involving 15 people, while a large group trial involving 100 people. The research results obtained from the development of blog-based digital media as campaign media, after going through the stages of analysis, planning/design, and development that have been approved by material experts and media experts can be seen on the blog link: <https://maluku-rumahmoderasi-beragama.blogspot.com/>. Furthermore, for feasibility, after being assessed by material experts and media experts, a value of 4.85 was obtained in the very good category by material/content experts, while media experts with an average score of 3.8 were in the good category. While the small group limited trial found an average value of 4.205 in the Good category. Next, for the practicality of the medialog itself, after conducting a large group limited trial, the average score for the material aspect and display aspect was 4.325, which is in the very good category. Thus, it can be concluded that MeDiaLog as a medium for campaigning for religious moderation has been tested for its feasibility as a media campaign.*

Keyword: Digital media; Blog; religious moderation; millennials

Abstrak: *Kehadiran media baru merubah seluruh hidup manusia, termasuk dalam hal mengakses informasi. Konsep moderasi beragama telah menjadi prioritas pemerintah dalam membangun kesadaran masyarakat tentang keberagaman, namun hal itu masih belum optimal dalam menysasar semua kalangan. Oleh karenanya perlu adanya elaborasi dalam sebuah riset. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan media digital berbasis blog sebagai media kampanye moderasi beragama yang disingkat*



“MeDiaLog”, kelayakan dan juga kepraktisan dari media kampanye tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian dan pengembangan (Research and Development) dengan model pengembangan ADDIE. Uji kelayakan atau validasi MeDiaLog dilakukan oleh ahli isi, ahli media, dan pengguna. Uji coba terhadap MeDiaLog dilakukan sebanyak dua tahapan: uji coba kelompok kecil melibatkan 15 orang, sementara uji coba kelompok besar melibatkan 100 orang. Hasil penelitian pengembangan media digital berbasis blog sebagai media kampanye moderasi beragama, setelah melewati tahapan analisis, perencanaan/desain, dan pengembangan yang telah disetujui oleh ahli materi maupun ahli media dapat dilihat pada link blog: <https://maluku-rumahmoderasi-beragama.blogspot.com/>. Selanjutnya untuk kelayakan, setelah dinilai oleh ahli materi dan ahli media, diperoleh nilai 4,85 dengan kategori sangat baik oleh ahli materi/isi, ahli media dengan nilai rata-rata 3,8 berada pada kategori baik. Sementara uji coba terbatas kelompok kecil mendapati nilai rata-rata 4,205 dengan kategori Baik. Berikutnya untuk kepraktisan dari medialog itu sendiri setelah dilakukan uji coba terbatas kelompok besar mendapati nilai rata-rata untuk aspek materi dan aspek tampilan adalah 4,325 yang berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa MeDiaLog sebagai media kampanye moderasi beragama sudah teruji kelayakannya untuk digunakan sebagai media kampanye.

Kata Kunci: media digital; blog; moderasi beragama; kaum milenial

Pendahuluan

Indonesia termasuk salah satu bangsa yang kaya akan keberagaman dengan ribuan suku bangsa serta bahasa yang ada sebagai kekayaan bangsa yang patut dijaga dan dilestarikan. Kekayaan negara yang besar ini tidak hanya pada suku dan bahasa yang beragam, tapi juga terdapat enam agama yang diakui oleh Negara sebagai corak warna dalam hal berkeyakinan. Keberagaman dalam berkeyakinan bagi warga negara diharapkan dapat menciptakan perdamaian bagi setiap pemeluknya. Sejatinya, tidak ada agama yang menganjurkan pengikutnya untuk membuat dan/atau menciptakan hal-hal yang merusak perdamaian. Sesungguhnya semua ajaran agama hadir sebagai pedoman bagi pemeluknya dalam menciptakan kehidupan yang lebih baik, hanya saja karena adanya pemahaman yang berbeda sering kali menjadi pemicu timbulnya tindakan intoleran.

Agama memiliki peranan penting dalam merubah, juga menyatukan kebaikan dalam kesatuan. Amanat negara bahwa generasi bangsa selalu di didik untuk menjadi cerdas dalam berfikir, memiliki pola pikir yang luas agar terjalin satu ikatan dalam kesatuan bangsa yang utuh dan berdaulat tanpa adanya perpecahan. Sebagai warga negara yang menjunjung nilai-nilai peradaban, kita



patut menjaga kemajemukan agama, suku dan sosial budaya yang ada sebagai suatu kekayaan bangsa. Tentu hal itu, didasari oleh kesatuan pandangan, ideology, dan falsafah hidup dalam berbangsa dan bernegara.

Pandangan akan ideologi dan falsafah hidup berbangsa secara holistik tercermin di dalam lima sila yang menjadi dasar hidup warga Negara Indonesia. selain itu juga secara eksplisit tercantum di dalam lambang negara yang bertuliskan “*Bhinneka Tunggal Ika*” walaupun beraneka ragam suku bangsa, agama, dan bahasa, namun tetap satu jua. Pentingnya menjaga dan merawat keberagaman yang ada sebagai kekuatan bangsa, pemerintah pun hadir dengan sebuah program nasional yang kita kenal sebagai “moderasi beragama” melalui Kementerian Agama Republik Indonesia¹. Konsep yang serupa juga pernah dilakukan oleh pemerintah sejak tahun tujuh puluhan melalui *Trilogi Kerukunan Beragama*². Moderasi beragama dirasa penting dalam mengelola kehidupan beragama pada masyarakat Indonesia yang plural. Tidak hanya agama tertentu saja yang mengakui akan moderasi beragama melainkan hampir semua gama di Indonesia juga mengenal konsep moderasi beragama.

Keberagaman yang ada menjadi harta yang berharga bagi negara dalam konsep pembangunan bangsa yang berkualitas, bisa menjadi sumber konflik yang berkepanjangan jika pengelolaan yang salah. Sejak tahun 2019 pemerintah Indonesia semakin giat mengkampanyakan moderasi beragama melalui Kementerian Agama Republik Indonesia hingga penetapan tahun 2019 sebagai “*Tahun Moderasi Beragama*”. Moderasi beragama tidak hanya sebatas program pemerintah, bahkan dijadikan jargon serta nafas dalam setiap program dan kebijakan Kementerian Agama RI. Wujud kehadiran program kemenag tersebut terlihat dari setiap kegiatan yang dilaksanakan, institusi ini berupaya untuk menempatkan diri sebagai penengah di tengah keragaman yang ada, hal itu sangat berdampak positif bagi tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Moderasi

¹Phil Kamaruddin Amin, “Mengapa Moderasi Beragama?,” <https://kemenag.go.id/>, last modified 2023, [https://kemenag.go.id/kolom/mengapa-moderasi-beragama-02MbN#:~:text=Moderasi beragama adalah cara pandang,Jangka Menengah Nasional \(RPJM\)](https://kemenag.go.id/kolom/mengapa-moderasi-beragama-02MbN#:~:text=Moderasi%20beragama%20adalah%20cara%20pandang,Jangka%20Menengah%20Nasional%20(RPJM).).

²Abdul Rozak, “Komunikasi Lintas Agama : Modal Sosial Pembentukan Masyarakat Sipil,” *Dakwah* IX, no. 1 (2008): 13–28.



beragama yang dimaksudkan Hafni³, dalam konteks ini adalah mengantarkan masyarakat dalam pemahaman yang moderat, tidak ekstrim dalam beragama, juga tidak mendewakan nalar yang berpikir bebas tanpa batas.

Maluku merupakan salah satu provinsi yang menjadi saksi hidup dan/atau sejarah praktik moderasi beragama di masa lalu, namun konflik tahun 1999 membumi hanguskan keharmonisan dalam perbedaan itu selama beberapa tahun lamanya. Namun, pasca konflik komunal itu, perlahan tapi pasti kondisi penerimaan antar komunitas beragama di Maluku mulai membaik. Provinsi Maluku, khususnya Kota Ambon sebagai ibu kota provinsi memiliki dua lembaga pendidikan tinggi keagamaan yang berstatus negeri di bawah naungan Kementerian Agama RI yaitu Institut Agama Islam Negeri Ambon dan Institut Agama Kristen Negeri Ambon. Perguruan tinggi sebagai intitusi pendidikan memiliki peran yang sangat strategis dalam mengembangkan potensi anak bangsa tidak hanya dari segi keilmuan, pengetahuan, keterampilan berkomunikasi, serta kemampuan penguasaan teknologi, tetapi juga ikut serta dalam upaya memperkuat dan memahami konsep moderasi beragama di tengah masyarakat yang majemuk. Harapannya akan terwujud masyarakat yang sadar akan perbedaan dan keberagaman sebagai sebuah keniscayaan yang patut dijaga demi kesatuan berbangsa dan bernegara sebagaimana amanat konstitusi.

Moderasi beragama dipahami oleh semua orang terutama kaum milenial. Kaum milenial dikenal dengan generasi yang dekat dengan teknologi, generasi yang sudah masuk pada era dimana informasi begitu cepat diterima juga dikirimkannya. Oleh karena itu, generasi milenial sebagai harapan pembangunan bangsa di era yang akan datang, menjadi suatu hal yang penting tidak hanya memahami tapi juga dapat menginternalisasikan dalam kehidupannya agar mampu menjaga segala perbedaan yang ada. Moderasi beragama merupakan

³Wildani Hefni, "Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 1–22.



kunci terciptanya toleransi dan kerukunan, baik di tingkat local, nasional, maupun global⁴.

Berada pada era serba teknologi bukan hanya sebuah kemudahana tapi juga menjadi suatu tantangan baru dalam setiap aktivitas. Menjaga dan merawat keberagaman yang ada sebagai suatu kekayaan bangsa perlu menjadi perhatian tidak hanya dari sisi program dan/atau kegiatannya saja tapi juga bagaimana dan seperti apa pesan-pesan moderasi beragama itu dapat sampai pada semua kalangan terutama kalangan milenial. Generasi milenial termasuk generasi yang sarat akan teknologi, *Pew Research Center* tahun 2016 mengungkapkan bahwa kehidupan generasi milenial tidak bisa lepas dari TIK khususnya internet⁵.

Internet menjadi salah satu media yang populer saat ini, terutama di kalangan milenial. Data hasil riset *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan kedua pengguna internet terbesar di dunia pada tahun 2017⁶. Tentu sifat dari internet bisa menjangkau berbagai khalayak tanpa batasan waktu dan geografis, juga biaya pengaksesan mura serta pertumbuhan pemakai internet yang terus meningkat, membuat banyak yang memanfaatkannya sebagai media promosi dan salah satu layanan yang digunakan adalah blog⁷.

Blog menjadi salah satu pilihan populer dewasa ini karena berbagai kemudahan yang ditawarkan, baik kemudahan registrasi untuk mendapatkannya, memilikinya yang tidak hanya dengan biaya tapi juga gratis atau free, mudah dalam proses memuat (*post*) artikel atau tulisan, mudah menata dan mendesainnya, hingga kemudahan dalam perawatan dan publikasinya⁸.

⁴Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama*, Pertama. (Jakarts: Balitbang Diklat Kementerian Agama RI, 2019).

⁵Christiany Juditha and Josep J. Darmawan, "Use of Digital Media and Millennial Generation's Political Participation," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 22, no. 2 (2010): 91–105.

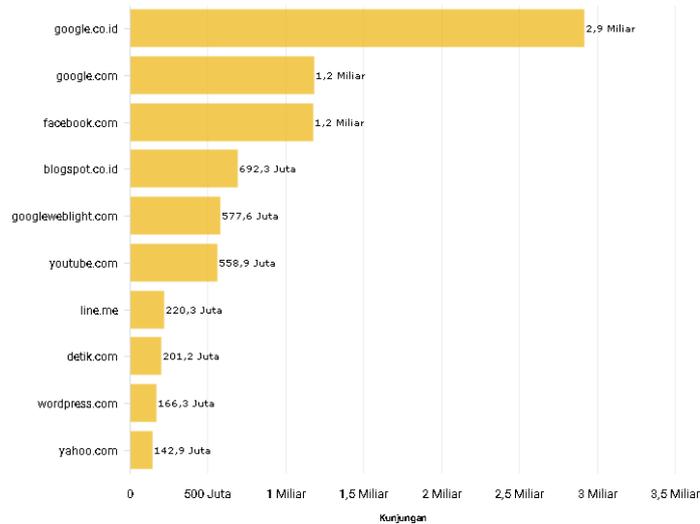
⁶databoks, *Pengguna Internet Terbesar Di Dunia*, 2018, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/02/website-paling-sering-diakses-publik-indonesia>.

⁷Arief Wibowo et al., "Analisis Isi (Content) Blog Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Legislatif (Caleg) Pada Pemilu Legislatif 2009" 2009, no. semnasIF (2009): 16–25.

⁸ *Ibid.*



Hasil riset dari *WeAreSocial.net* dan Hootsuite tentang situs yang memiliki jumlah kunjungan yang tinggi menunjukkan bahwa *website* mesin pencari (*search engine*) atau yang kenal dengan *Google.co.id* menempati urutan pertama, dan urutan kedua ditempati oleh *website* pencarian yaitu *google.com*, sementara blog berada di urutan ke empat dibawa *facebook*⁹.



Gambar 4.1: Grafik sumber pembacaan moderasi beragama oleh 60 responden

Selain itu juga, dilakukan survey terkait media yang sering digunakan dalam menjelajahi informasi di media online (internet) juga terkait media digital berbasis blog kepada 60 mahasiswa dari kedua kampus tersebut, ditemukan bahwa 68,8% dari total responden menyatakan pernah mendengar tentang blog. Selain itu, 43,8% menyatakan paling sering menggunakan media digital blog untuk mencari dan memperoleh informasi dengan alasan karena mudah diakses, mudah digunakan, menyuguhkan informasi yang lebih padat dan akurat serta referensi yang sedikit lebih banyak, lebih sedikit hoax, dan lebih banyak informasi soal ilmu pengetahuan. Sementara untuk keefektifan dalam penyebaran informasi 65,6% menyatakan blog efektif dan 35,4% menyatakan tidak efektif.

Penyampaian nilai-nilai moderasi beragama dinilai masih sangat konvensional dan monoton selama ini, hal itu terlihat dari berbagai macam kegiatan yang dilakukan hampir semua diadakan dalam bentuk seminar atau

⁹ databoks, *Pengguna Internet Terbesar Di Dunia*.



workshop dan lainnya yang begitu formal. tentu hal itu tidak sesuai dengan karakteristik kaum milenial yang begitu akrab dengan teknologi. Guru besar Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah, Mahyuddin mengatakan bahwa usaha untuk melakukan moderasi beragama dinilai perlu bertransformasi dari konvensional dan bersifat *offline* ke arah pemanfaatan ruang digital.¹⁰

Pemanfaatan ruang digital relevan dengan tuntutan zaman saat ini dan dinilai efektif untuk menjangkau semua lapisan masyarakat terutama generasi milenial. Generasi milenial yang memiliki pemikiran yang kritis, dan kreatif¹¹ tertarik dengan inovasi-inovasi yang berhubungan dengan teknologi.

Lembaga terkait yang hendak mengkampanyekan moderasi beragama bisa memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, tentu hal itu dapat menjangkau semua pembaca, bahkan tidak hanya sekadar memahami tapi juga menanamkan dengan baik nilai-nilai moderasi beragama. Kementerian Agama RI sebagai representasi pemerintah, berupaya serius dalam mengkampanyekan moderasi beragama beberapa tahun terakhir, hal ini diperkuat dengan dikeluarkannya surat edaran pada tanggal 29 Oktober 2019 yang ditujukan kepada seluruh Rektor dan Ketua Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) agar mendirikan dan menyelenggarakan Rumah Moderasi Beragama¹².

Institut Agama Kristen Negeri Ambon merupakan salah satu perguruan tinggi negeri di bawah naungan Kemenag yang telah menanggapi surat edaran tersebut lewat rumah moderasi beragama yang diresmikan sejak tahun 2020 yang diikuti dengan dikeluarkannya SK Rektor IAKN Ambon terkait pengurus moderasi beragama di tahun yang sama. Namun sesungguhnya praktik moderasi beragama itu sendiri telah dijalankan sejak lama, hal itu terlihat dari kurikulum IAKN Ambon tahun 2017 yang memasukan beberapa mata kuliah berkaitan dengan kerukunan antar umat beragama, selain itu juga kegiatan pengabdian masyarakat dan penelitian dosen yang diarahkan juga ke konteks moderasi beragama

¹⁰Mahyuddin, "Moderasi Beragama Perlu Masuki Ruang Digital," last modified 2019, <https://mediaindonesia.com/humaniora/219997/moderasi-beragama-perlu-masuki-ruang-digital>.

¹¹ Etistika Yuni Wijaya, Dwi Agus Sudjimat, and Amat Nyoto, "Transformasi Pendidikan Abad 21 Sebagai Tuntutan," *Jurnal pendidikan* 1 (2016): 263–278.

¹² Mahyuddin, "Moderasi Beragama Perlu Masuki Ruang Digital."



mengindikasikan keseriusan kampus dengan *tagline* “*Kampus Harmoni dalam Keragaman*” itu dalam mendorong moderasi beragama Maluku, tapi juga sebagai contoh di tingkat nasional. IAKN Ambon memiliki dosen dan pegawai yang memiliki latar belakang agama yang berbeda. Sampai sekarang, di IAKN Ambon terdapat satu pegawai beragama Islam, empat dosen beragama Islam dan satu dosen yang beragama khatolik. Sementara untuk mahasiswa, terdapat belasan mahasiswa beragama islam yang tersebar di beberapa prodi yang ada seperti prodi Pariwisata Budaya dan Agama, prodi Pendidikan Kristen Anak Usia Dini, dan prodi Pendidikan Seni Musik. Keberagaman ini dikelola dengan baik tanpa ada permasalahan yang terjadi. Rumah moderasi yang telah didirikan menjadi bukti nyata tindakan lembaga pendidikan dalam menerapkan moderasi beragama di bumi raja-raja (sapaan atas provinsi Maluku).

Hal yang tidak jauh berbeda juga dilakukan oleh Institut Agama Islam Negeri Ambon (IAIN) memiliki dosen yang berlatar belakang Kristen yang artinya sekalipun *background* agama Islam tetapi tetap moderat dalam beragama. IAKN dan IAIN Ambon sebagai lembaga pendidikan tinggi negeri keagamaan, memiliki peran yang strategis dalam mengkampanyekan moderasi beragama kepada masyarakat luas¹³. Terlebih lagi jika mengingat sejarah kelam yang pernah terjadi di tahun 1999 memupuk adanya toleransi. Namun dari pantauan penulis kedua lembaga tersebut dalam mengkampanyekan moderasi beragama masih menggunakan system dan/atau model formal seperti seminar, workshop, TOT, pengabdian masyarakat dan lainnya yang dibuat offline. Tentu jika ditilik dari sasaran peserta, hanya pada masyarakat akademik (delegasi) sehingga dalam hal menyasar kalangan milenial masih jauh dari pemanfaatan ruang-ruang virtual.

Penulis memilih IAKN Ambon dan IAIN Ambon sebagai objek penelitian dalam artikel ini didasarkan pada alasan-alasan diatas, tapi juga karena kedua lembaga pendidikan tinggi tersebut merupakan perguruan tinggi keagamaan yang ada di Kota Ambon Maluku. Adapun tujuan dari artikel ini adalah untuk

¹³ Mahyudin, Rustam Magun Pikahulan, and Muhammad Fajar, *Peran Strategis IAIN Ambon Dan IAKN Ambon Dalam Merawat*, 2020.



mengetahui pengembangan media digital berbasis blog sebagai media kampanye yang disingkat “*MeDiaLog*”, kelayakan dan juga kepraktisan dari media kampanye tersebut.

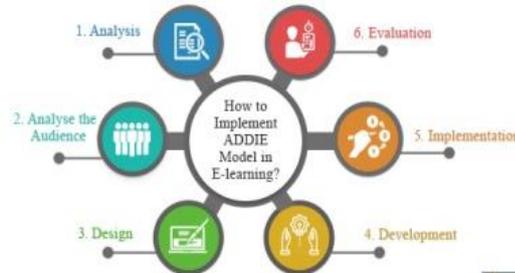
Selanjutnya, spesifikasi produk yang akan dihasilkan dari pengembangan media digital berbasis blog sebagai media kampanye adalah sebagai berikut: 1) Media Digital Berbasis Blog yang dikembangkan tidak begitu sulit disebar luaskan, karena berupa link yang bisa disebar melalui media sosial yang ada; 2) Media ini memiliki komponen-komponen yang tidak beda jauh dengan website umumnya, interaktif dan memungkinkan para pengguna dengan mudah mempelajarinya; 3) Materi yang disajikan dibuat menarik dengan cara membaurkan teks dan gambar tapi juga dibuat dalam bentuk sajian artikel populer atau tulisan ringan yang tidak begitu berat atau serius ketika dibaca; 4) Media digital berbasis blog juga dilengkapi berbagai situs baik berbasis website maupun media social lainnya serta situs-situs berita terkait kegiatan moderasi beragama.

Adapun asumsi dalam pengembangan Media Digital Berbasis Blog sebagai media kampanye yaitu: a) Adanya pengembangan media digital berbasis blog membuat pesan-pesan moderasi beragama dapat menysasar kalangan milenial dengan penggunaan bahasa yang santai tapi tidak meniadakan substansi pesan moderasi beragama; b) Media digital berbasis blog dikembangkan berorientasi kepada generasi milenial dengan pendekatan teknologi sebagai bagian dari karakteristik kaum milenial; c) Media digital berbasis blog merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan dalam mengkampanyekan isu moderasi beragama di era industry 4.0 menuju 5.0; f) Media digital berbasis blog tidak hanya menyajikan *full* teks tapi menggabungkan naskah dengan gambar sehingga dapat merangsang pengguna ketika media ini digunakan; g) software yang penulis gunakan dalam pengembangan media tersebut berupa blospot.com, potoshoop, Ms. Office, editing video filmora, dan snipping tool yang merupakan software umum dan mudah digunakan.



Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) dengan pendekatan model pengembangan ADDIE¹⁴



Gambar 1. Model Pengembangan ADDIE

Penelitian pengembangan ini menggunakan model prosedural, yang menunjukkan langkah-langkah dari proses pengembangan produk. Adapun produk yang dikembangkan dalam penelitian ini berbentuk Media Digital Blog yang dikembangkan melalui tahapan analisis, disain, Pengembangan, dan implementasi serta evaluasi.

Selanjutnya untuk penilaian media digital berbasis blog dari sisi materi berkaitan dengan kebenaran isi materi moderasi beragama oleh Prof. Dr. Yance rumahuru, MA (Rektor IAKN) dan Ferry Rangi, MA (Ketua Pusat Studi Antar Budaya dan Agama IAKN Ambon) sebagai ahli materi. Sementara ahli media yang dijadikan sebagai validator adalah Jenri Ambarita, M.Pd.K dan Adityar, S.I.Kom, M.I.Kom (Konsulta Telkom Pusat dan Penulis Blog). Media digital berbasis blog yang dinyatakan layak oleh para ahli baik ahli materi maupun ahli media, akan diimplementasikan melalui dua kali uji coba yaitu, uji coba kelompok kecil kepada 15 orang mahasiswa (responden) dan uji coba kelompok besar dilakukan kepada 100 orang mahasiswa (responden)

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket dengan memanfaatkan fasilitas google formulir , namun secara offline dalam pengumpulan datanya. Data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dikonversikan ke data kualitatif dengan skala 5 (skala likert)

¹⁴ Jenri Ambarita and Ester Yuniati, "Blog Interaktif Berbasis Literasi Digital Sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama Bagi Generasi Milenial," *Tatar Pasundan : Jurnal Diklat Keagamaan* 15, no. 2 (2021): 130–144.



untuk mengetahui kualitas produk. Data validasi dari ahli materi, ahli media dan uji coba akan dianalisis dengan pendekatan statistik deskriptif kualitatif. Konversi skala lima tersebut menggunakan acuan konversi yang dikembangkan oleh Eko Putro Widoyoko pada pendekatan acuan patokan (PAP).¹⁵

Tabel 1: Tabel Konversi

Data Kuantitatif	Skor		Kriteria
	Rumus	Rerata skor	
5	$x > \bar{x}_i + 1,8 S_{bi}$	$X > 4,2$	Sangat baik
4	$\bar{x}_i + 0,6 S_{bi} < x \leq \bar{x}_i + 1,8 S_{bi}$	$3,4 < X \leq 4,2$	Baik
3	$\bar{x}_i - 0,6 S_{bi} < x \leq \bar{x}_i + 0,6 S_{bi}$	$2,6 < X \leq 3,4$	Cukup
2	$\bar{x}_i - 1,8 S_{bi} < x \leq \bar{x}_i - 0,6 S_{bi}$	$1,8 < X \leq 2,6$	Kurang
1	$x \leq \bar{x}_i - 1,8 S_{bi}$	$X \leq 1,8$	Sangat kurang

Trianto mengungkapkan bahwa kepraktisan media dalam hal ini media digital berbasis blog hanya dapat dipenuhi jika ahli media, ahli materi dan pengguna (mahasiswa) mengatakan bahwa media digital berbasis blog tersebut dapat diterapkan¹⁶. Adapun data yang diperoleh dianalisis dengan analisis “*persentase of agreements*”, menurut Grinell sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{Agreements}(A)}{\text{Disagreements}(D) + \text{Agreements}(A)} \times 100\%$$

Hasil Pembahasan

1. Pengembangan Media Kampanye Digital Berbasis Blog

Hasil yang diperoleh dari penelitian pengembangan ini adalah media kampanye digital berbasis blog yang memuat konten-konten moderasi beragama dengan desain naskah dan/atau artikel dengan model penulisan populer guna menyasar minat baca dari kaum milenial. Adapun tahapan-tahapan dalam pengembangan media kampanye digital berbasis blog yaitu, *Analysis, Design, Development, Implementation dan Evaluation*.

Tahapan Analisis (*Analysis*)

¹⁵ *Ibid.*

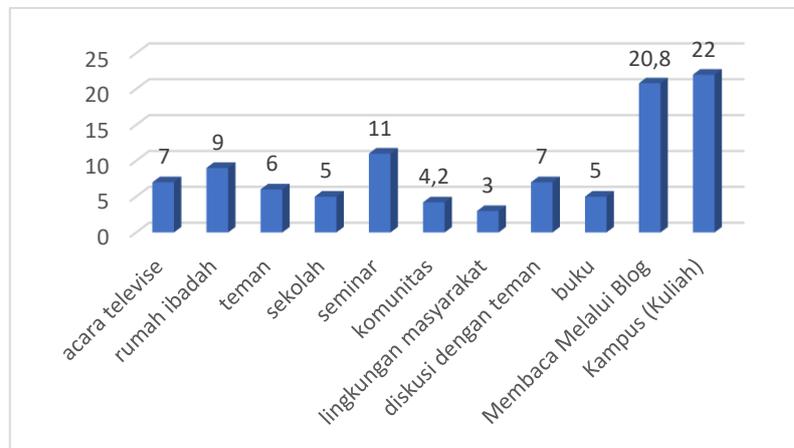
¹⁶ *Ibid.*



Tahapan analisis merupakan tahapan awal, dimana kegiatan yang dilakukan berupa menganalisis awal kebutuhan dari objek yang diteliti, berkaitan dengan hal itu, dalam hal ini, peneliti melakukan analisis awal kepada mahasiswa baik IAIN Ambon maupun IAKN Ambon terkait pengetahuan akan moderasi beragama tapi juga penggunaan media online serta fasilitas pendukungnya. Setelah dilakukan observasi ditemukan bahwa seluruh mahasiswa baik mahasiswa IAKN Ambon maupun mahasiswa IAIN Ambon memiliki *smartphone* bahkan banyak juga yang memiliki laptop sebagai penunjang perkuliahan mereka. Untuk mendukung aktivitas belajar mengajar, kampus menyediakan fasilitas wifi yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa tanpa batas.

Selain itu juga, dilakukan survey terkait isu moderasi beragama, dan media yang sering digunakan dalam menjelajahi informasi di media online (internet) juga terkait media digital berbasis blog kepada 60 mahasiswa dari kedua kampus tersebut, ditemukan bahwa 68,8% dari total responden menyatakan pernah mendengar tentang blog. Selain itu, 43,8% menyatakan paling sering menggunakan media digital blog untuk mencari dan memperoleh informasi dengan alasan karena mudah diakses, mudah digunakan, menyuguhkan informasi yang lebih padat dan akurat serta referensi yang sedikit lebih banyak, lebih sedikit hoax, dan lebih banyak informasi soal ilmu pengetahuan. Sementara untuk keefektifan dalam penyebaran informasi 65,6% menyatakan blog efektif dan 35,4% menyatakan tidak efektif.

Selanjutnya terkait moderasi beragama, 71,9% menyatakan pernah mendengar kata moderasi beragama, sementara 28,1 % menyatakan tidak pernah mendengar. Akan tetapi pada pertanyaan pernah membaca tentang moderasi beragama, 19,8% dari total responden menyatakan pernah membaca dan 82,8% menyatakan belum pernah membaca soal moderasi beragama. Kemudian pada pertanyaan dimana membaca tentang moderasi beragama, hanya 20,8% menyatakan membacanya melalui blog dan 22% membaca atau mengetahuinya di kampus (kuliah). Sementara sisanya melalui acara televise, rumah ibadah, teman, lingkungan masyarakat, diskusi dengan teman, sekolah, seminar, komunitas dan dari buku. Lihat grafik 4.1 berikut:



Gambar 4.1: Grafik sumber pembacaan moderasi beragama oleh 60 responden

Selain itu, peneliti juga menghimpun data dari peserta kegiatan PKM mandiri dosen dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Keagamaan IAKN Ambon dengan Remaja Masjid Al-Ali dan Jurusan Aqidah Filsafat IAIN Ambon yang dilaksanakan di palataran kampus IAIN ambon, secara mayoritas peserta menyatakan bahwa konsep moderasi beragama itu penting untuk diketahui kaum milenial saat ini, namun ada beberapa hal yang mejadi kendala, *pertama* Isu moderasi hanya dipemuka/tokoh agama sehingga isu itu tidak sampai di masyarakat bawah dan hanya di kalangan para tokoh agama. *Kedua*, moderasi beragama baru diketahui saat kuliah karna ada mata kuliah multikultural di kampus, hal itu dikarenakan ada salah satu mata kuliah wajib di IAIN yaitu Multikultural begitupun di IAKN Ambon.

Ketiga, isu moderasi beragama hanya di masyarakat kota, bagi mereka para peserta bahwa isu dan/atau konsep moderasi beragama hanya di masyarakat kota ambon karna di kampung mereka sama sekali tidak mengenal soal moderasi beragama. Bahkan menurut salah satu peserta yang peneliti perhatikan saat memberikan pertanyaan kepada para narasumber lalu dia menceritakan soal kehidupan masyarakat di kampungnya yang bahkan dalam satu keluarga terdapat satu atau lebih agama yang dianut oleh anggota keluarga, kondisi itu kadang memicu konflik diantara anggota keluarga. *Keempat*, pengenalan moderasi beragama hanya melalui kegiatan yang menyasar sebagian kecil kalangan masyarakat sehingga masih banyak yang tidak mengetahui bahkan merasa tidak



tertarik. Selaras dengan hal itu, salah satu wartawan senior di media online jurnal Maluku.com, Wijaya saat diwawancarai mengungkapkan bahwa khalayak pembaca di media online saat ini cenderung membaca artikel yang menggunakan bahasa sederhana dan tidak terlalu berat, tidak terlalu ribet dan tidak bertele-tele. Ungkapan yang sama dari survei *Centre for Strategic and International Studies* di tahun 2017, yang menyebutkan bahwa generasi milenial lebih tertarik pada olahraga, musik, menonton film, memasak, aktivitas keagamaan, dan permainan teknologi terbaru¹⁷.

Berdasarkan alaisis awal di atas, menunjukkan bahwa fasilitas pendukung belajar serta kebutuhan lainnya dalam mendukung proses pembelajaran diantara kedua kampus tersebut cukup baik, apalagi secara mayoritas dari responden yang ada merasa mengetahui adanya blog dan juga pernah mendengar moderasi beragama tentu hal itu menjadi modal penting dalam merancang sebuah media kampanye berbasis digital yang tentunya akan digunakan sebagai media kampanye moderasi beragama sehingga tidak hanya pendelegasian baik mahasiswa ataupun lainnya dalam hal mengikuti kegiatan yang sifatnya formal saja seperti seminar, talkshow dan lainnya.

Perencanaan (*Design*)

Pada tahap ini dilakukan pemilihan jenis blog oleh peneliti. Kegiatan ini meliputi pengembangan media digital berbasis blog dalam mengkampanyekan moderasi beragama yang didalamnya terdiri dari penyeleksian atas jenis dan/atau model blog, model template blog, tampilan dan tata letak, sehingga dalam menampilkan materi tidak hanya mudah dipahami tapi juga menarik minat pembaca. Selanjutnya, pemilihan bahan materi bertujuan untuk menentukan model penulisan serta penggunaan bobot isi materi. Pada tahap ini dilakukan pencarian dan penyeleksian bahan referensi terkait moderasi beragama yang meliputi penyeleksian dan/atau pencarian materi toleransi, anti kekerasan, keragaman dan keberagaman yang disuguhkan dengan penggunaan bahasa yang

¹⁷ Fathul Qorib, "Pola Konsumsi Media Pada Generasi Milenial Kota Malang," *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2020): 53–71.

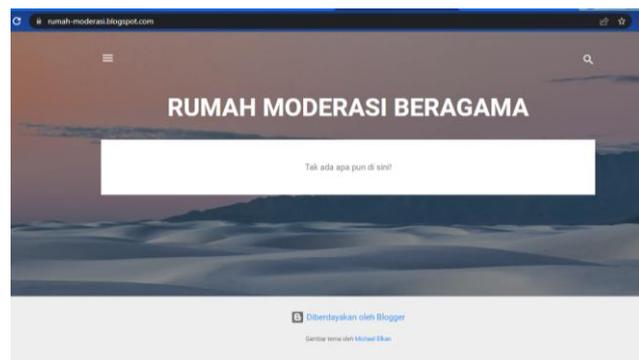


mudah dimengerti dengan penambahan gambar yang menarik sehingga tidak hanya mudah dipahami tapi juga menarik untuk dilihat dan dibaca.

Berikutnya adalah pengembangan *prototipe* media digital berbasis blog sebagai media kampanye moderasi beragama memuat *Home, Moderasi Beraga, Dokumentasi, video, tentang saya (about me), social profiles, Ruang Moderasi yang terdiri dari popular, taga, Blog Archives*. Lalu ada kolom laporan penyalahgunaan, kolom komentar, formulir kontak, katagory, advertising. Selanjutnya ada kolom ketertarikan, dan jelajah. Hasil pengembangan prototipe media digital berbasis blog sebagai media kampanye moderasi beragama dapat diuraikan sebagai berikut:

Halaman Hader

Header berada dibagian atas halaman blog, Header berfungsi untuk menampilkan logo blog, menu (navbar) dan kolom pencarian pada blog. Penggunaan Header lebih merujuk pada identitas dari blog serta *sitemap* atau halaman-halaman apa saja yang terdapat pada sebuah blog. Secara umum hader media digital berbasis blog sebagai media kampanye moderasi beragama yang dikembangkan terdapat beberapa halaman yaitu, *Home, moderasi beragama, dokumentasi, video* dan *about me*. Berikut penjabaran masing-masing halaman:



Gambar 2: Tampilan Hamepage blog sebelum dikembangkan

Gambar di atas merupakan tampilan awal *homepage* media digital berbasis blog sebelum dikembangkan. Tampilan tersebut merupakan tampilan sederhana yang disediakan blog. Sebelum dikembangkan, laman blog tersebut masih kosong dari berbagai menu, tata letak juga tampilan yang sesederhana itu.



Selanjutnya, *MeDiaLog*¹⁸ yang dikembangkan terdapat beberapa menu utama yaitu *Homepage/atau beranda*, merupakan suatu halaman utama atau halaman pembuka yang ada dalam suatu website. Keberadaan homepage ini sangatlah penting karena merupakan halaman index atau yang pertama kali ditampilkan ketika domain dari website itu dipanggil atau dicari. *Kedua*, Halaman Moderasi Beragama, merupakan salah satu halaman yang ada pada *hader*. Penamaan dan Posisi menu tersebut bergantung kepada pemilik akun. Fungsinya hampir sama dengan homepage, namun pada halaman moderasi beragama hanya akan menampilkan artikel-artikel yang dipasangkan linknya di dalam menu tersebut ketika diklik.

Ketiga, halaman Dokumentasi, halaman tersebut dibuat dengan tujuan untuk ditempatkan semua foto-foto kegiatan baik yang dilakukan oleh mahasiswa, dosen, maupun pusat studi antar budaya dan agama serta rumah moderasi yang berkaitan dengan isu dan/atau konsep moderasi beragama. Keempat, halaman Video, sama dengan halaman dokumentasi dimana jika pengunjung ingin melihat dokumentasi berupa video dari berbagai kegiatan yang berkaitan dengan moderasi beragama bisa langsung mengklik halaman tersebut dan yang terakhir halaman *About Me*, Halaman *about me* merupakan salah satu halaman di *hader MeDiaLog* yang berfungsi menghubungkan pembaca dengan identitas dan lainnya soal pemilik akun blogger tersebut.

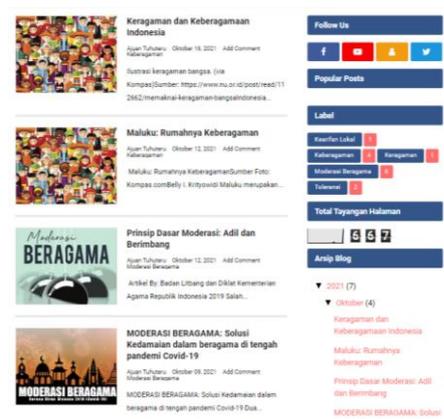
Penempatan dari bagian *contem* berada disetengah bagian kiri dari halaman tengah blog, tak jarang bagian *content* juga berada diantara dua buah *Sidebar*.

¹⁸ *MeDiaLog* merupakan istilah yang dipakai peneliti sebagai singkatan dari “*Media Digital Berbasis Blog*”



Gambar 4.3: Tampilan halaman content/postingan sebelum dikoreksi ahli media

Penempatan bagian ini juga berpengaruh terhadap fokus dari pembaca blog yang ada, pemilihan warna latar belakang juga turut menjadi faktor utama dalam desain blog. Pilihan warna latar belakang halaman *content* telah dikritik dan/atau dikomentari oleh ahli media, bahwa latar belakang yang ada mengganggu focus pembaca saat membaca tulisan, namun telah diperbaiki.



Gambar 4.3: Tampilan halaman content/postingan MeDiaLog setelah diperbaiki

Halaman Content yang relevan berisi 5-7 postingan didalamnya. Postingan pada pengembangan media berbasis blog sebagai media kampanye tersebut diurutkan dari postingan terbaru ke postingan lama. Tampilan postingan tersebut hanya berupa cuplikan dengan beberapa kalimat didalamnya, juga identitas pemilik akun, label atau kata kunci, tanggal posting dan komentar yang tentu menjadi suatu nilai tambah bagi pengunjung blog.

Halaman *Sidebar*



Sidebar umumnya berada di samping bagian Content. Pada pengembangan media blog ini, posisi sidebar di bagian kanan *content*. Pada pengembangan ini yang ada pada bagian *sidebar* adalah alamat social media (*social profiles*), ruang moderasi yang terdiri dari *popular* (postingan yang sering dibaca), *tags* (berfungsi mempermudah pengunjung untuk memilih artikel sesuai dengan kategori yang ada), *blog archives*, posting terbaru, dan periklanan. Bagian Sidebar dapat disesuaikan dengan kebutuhan atau informasi apa yang ingin ditampilkan.

Halaman *Footers*

Footer berada di bagian paling bawah dari halaman blog. Bagian ini tidak memuat banyak informasi, hanya informasi seperti *copyright* dari blog, tahun pembuatan serta sitemap dari blog (list menu, kategori, tag) dan juga halaman untuk menjadi subscriber. Berkaitan dengan hal itu, footer pada pengembangan media blog ini terdapat dua bagian informasi yaitu, keterkaitan dan jelajah. Keterkaitan berisi semua link baik berita, film maupun video dokumentasi tentang moderasi beragama yang sudah dipublish sebelumnya oleh media-media lainnya. Sementara bagian jelajah adalah bagian yang sengaja dihubungkan dengan website IAKN, FISK, dan Journal Mahasiswa, tujuannya selain promosi tapi juga membuat pengunjung blog ikut juga menjelajahi IAKN lewat websitenya. Namun setelah di nilai oleh ahli media tampilan footers pun mengalami sedikit perubahan dari posisi tampilan. Sebelah kiri terdapat label dari semua artikel yang dipublish sementara bagian kanan berisi link resmi dari website Rumah Moderasi Beragama IAKN Ambon, Website Resmi IAKN Ambon serta Jurnal Ilmiahnya.





Gambar 4.4: Tampilan halaman footers MeDiaLog sebelum dinilai ahli

The screenshot shows a footer page with a dark blue background. On the left, there is a 'Label' menu with categories: Kearifan Lokal (1), Keberagaman (4), Keragaman (1), Moderasi Beragama (6), and Toleransi (2). In the center, there is a 'Formulir Kontak' (Contact Form) with fields for Name, Email, and Message, and a 'Kirim' (Send) button. On the right, there is a 'Jelajah' (Browse) section with links to 'Rumah Moderasi Beragama IAKN Ambon', 'IAKN Ambon Official', 'NOUMENA: Jurnal Ilmiah Dosen dan Mahasiswa', and 'Kenosis: Jurnal Ilmiah Teologi'. At the bottom, there is a red bar with the text 'Copyright © 2023 RUMAH MODERASI BERAGAMA All Right Reserved'.

Gambar 4.4: Tampilan halaman footers MeDiaLog sebelum dinilai ahli

2. Kelayakan Media Kampanye Digital Berbasis Blog (MeDiaLog)

Setelah dilakukan pengembangan MeDiaLog sebagai media kampanye Morab¹⁹, selanjutnya dilakukan penilaian kelayakan oleh 2 orang ahli materi dan 2 orang ahli media pada aspek kelayakan isi dan kelayakan penyajian. Hasil validasi diperoleh peneliti melalui google form yang telah diberikan link kusioner kepada para ahli sesuai dengan indikator-indikator yang yang dinilai yaitu aspek kelayakan penyajian dan aspek isi/materi.

Table 1: Validasi Ahli Materi

No	Aspek yang dinilai	Indikator	Skor		Mean I	Mean II	Kategori
			Tahap I	Tahap II			
1	Aspek Penyajian	Relevansi Materi	8	10	4	5	Cukup/Sangat Baik
		Kesesuaian materi dengan konsep moderasi beragama	10	10	5	5	Sangat Baik
		Kejelasan penggunaan istilah	10	10	5	5	Sangat Baik
		Kejelasan penggunaan bahasa	10	10	5	5	Sangat Baik
		Kedalaman materi dalam mengkampanyekan moderasi beragama	10	10	5	5	Sangat Baik
		Sistematika penyajian	8	10	4	5	Baik/Baik
Jumlah			56	60	28	30	
Rata-rata/ M					4,66	5	Sangat Baik

¹⁹ Istilah yang dipakai sebagai singkatan dari *Moderasi Beragama*



2	Aspek Isi	Kecukupan bobot materi untuk pencapaian tujuan	10	10	5	5	Sangat Baik
		Kejelasan penyajian materi	10	10	5	5	Sangat Baik
		Kebenaran materi	8	8	4	4	Baik/Baik
		Penggunaan gambar dalam mendukung materi	10	10	5	5	Sangat Baik
		Penggunaan bahasa yang mudah dipahami	10	10	5	5	Sangat Baik
		Penyajian data yang mudah dimengerti	10	10	5	5	Sangat Baik
		Gambar yang disajikan mendukung materi	10	10	5	5	Sangat Baik
Jumlah			68	68	34	34	
Rata-rata/ Kategori					4,85	4,85	Sangat Baik

Jika merujuk pada data tabel di atas menunjukkan bahwa penilaian ahli materi untuk aspek penyajian yang terdiri dari enam indikator, menunjukkan jumlah skor total yang diberikan oleh ahli adalah 56 dari enam indikator untuk validasi tahap satu dan 60 pada tahap 2 maka nilai rata-rata dari hasil penilaian ahli materi tahap pertama dan tahap kedua adalah 4,66 dan 5. mengacu pada table konversi, maka nilai yang diberikan oleh ahli materi dalam aspek tersebut berada kategori “*sangat baik*”. Sementara, aspek isi terdiri dari tujuh indikator penilaian, jumlah nilai validasi yang diberikan ahli materi baik pada tahap I maupun II adalah 68 dari semua indikator. Dengan demikian, nilai rata-rata validasi aspek isi atau materi adalah 4,85 (Tahap I dan II). Jika Mengacu pada *table* konversi, maka nilai yang diberikan oleh ahli materi untuk aspek isi atau materi adalah “*Sangat Baik*”.

Berdasarkan data di atas, secara keseluruhan indikator penilaian beserta butir penilaian sudah dinyatakan memenuhi syarat atau valid, namun demikian ada saran dan/atau komentar dari ahli materi yang akan menjadi perhatian sekaligus sebagai bahan revisi *MeDiaLog* dari segi validasi materi sebagai bagian dari peyempurnaan yaitu *penggunaan jenis penulisan populer sudah tepat dalam hal mengkampanyekan suatu isu atau konsep moderasi beragama. Namun artikelnya harus ditambahkan lagi biar kelihatan kaya blognya.* Adapun semua saran dan komentar dari para validator/ahli materi telah diperbaiki sebelum uji coba tahap kedua dilakukan. Dengan demikian maka *MeDiaLog*



sebagai media kampanye moderasi beragama bagi kaum milenial dipandang layak untuk digunakan dan/atau diimplementasikan oleh ahli materi.

Selanjutnya, validasi ahli media pada *MeDiaLog* dalam mengkampanyekan Moderasi Beragama mencakup dua aspek penilaian, yaitu Aspek Kelayakan Tampilan dan Aspek Kelayakan Pemrograman. Aspek kelayakan tampilan terdiri dari 8 indikator dan aspek pemrograman terdapat 10 indikator.

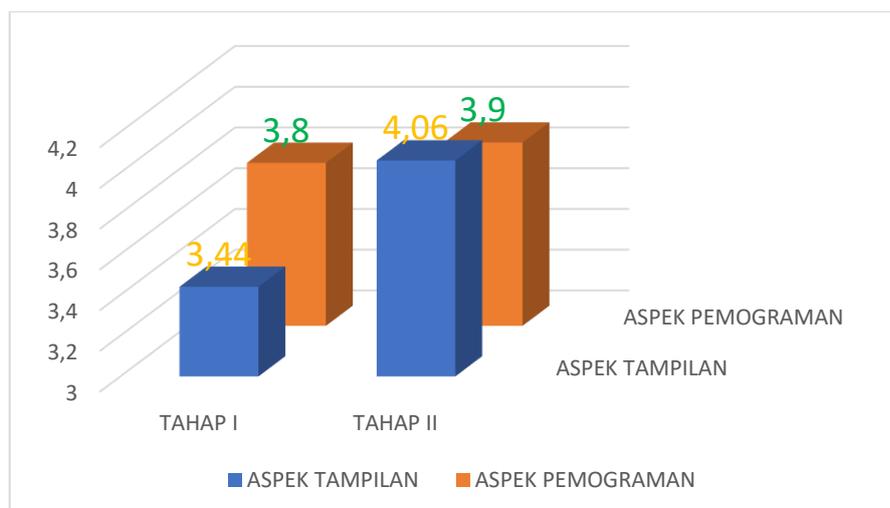
Table 2: Tabel Validasi Ahli media

No	Aspek	Indikator	Skor		Mean Tahap I	Mean Tahap II	Kategori
			Tahap I	Tahap II			
1	Tampilan	Keterbacaan teks atau tulisan	7	9	3,5	4,5	Baik/Sangat baik
		Ketepatan pemilihan dan komposisi warna	8	9	4	4,5	Baik/Sangat baik
		Konsistensi penempatan button	8	8	4	4	Baik/Baik
		Kualitas tampilan gambar	7	7	3,5	3,5	Baik/Sangat baik
		Tampilan layar	7	8	3,5	4	Baik/Baik
		Warna background	6	7	3	3,5	Cukup/Baik
		Tata Letak	6	9	3	4,5	Cukup/Sangat baik
		Posisi dan Tampilan Header	6	8	3	4	Cukup/Baik
Jumlah			40	65	27,5	32,5	
Rata-rata/Kategori					3,44	4,06	
2	Aspek Pemograman	Kejelasan navigasi	8	8	4	4	Baik
		Konsistensi penggunaan tombol	8	8	4	4	Baik
		Kemudahan penggunaan	8	7	4	3,5	Baik
		Efisiensi teks	8	8	4	4	Baik
		Efisiensi gambar	8	7	4	3,5	Baik
		Kecepatan program	8	8	4	4	Baik
		Kolom Komentar	6	8	3	4	Cukup
		Posisi dan Tampilan Header	8	8	4	4	Baik
		Posisi Gadget Postingan Blog	7	8	3,5	4	Baik
		Letak Siderbar	7	8	3,5	4	Baik
Jumlah			76	78	38	39	78
Rata-Rata/Kategori					3,8	3,9	Baik



Dari table di atas, menunjukkan bahwa penilaian ahli Media tahap 1 untuk aspek tampilan yang terdiri dari delapan indikator telah memberikan nilai. Jumlah skor total yang diberikan oleh ahli media dari aspek tampilan adalah 40 yang terdiri dari 8 indikator. Sementara untuk aspek pemograman, ahli media memberikan total skor 76 yang terdiri dari 10 indikator. Dengan demikian nilai rata-rata dari hasil penilaian ahli media tahap pertama adalah 3,44 untuk aspek tampilan dan 3,8 untuk aspek pemograman. Berkaitan dengan hal itu, jika mengacu pada table konversi, maka nilai yang diberikan oleh ahli media dalam aspek tampilan dan pemograman berada pada kategori “baik”

Selanjutnya, penilaian ahli Media pada tahap 2, baik aspek tampilan maupun aspek pemograman terjadi perubahan. Jumlah skor total yang diberikan oleh ahli media pada aspek tampilan adalah 65 dari 8 indikator penilaian. Sementara skor total penilaian ahli media pada aspek pemograman sebesar 78 dari 10 indikator penilaian. Dengan demikian nilai rata-rata nilai dari hasil penilaian ahli media pada tahap kedua adalah 4,06 untuk aspek tampilan dan 3,9 untuk aspek pemograman. Maka dari itu, jika mengacu pada table konversi, maka nilai yang diberikan oleh ahli media dalam aspek tampilan berada pada kategori “Baik”, begitupun pada aspek pemograman, berada pada kategori “Baik”



Gambar 1: Grafik Uji penilaian oleh ahli media tahap I dan tahap II terkait aspek isi/materi dan aspek media



Secara keseluruhan indikator penilaian beserta butir penilaian sudah dinyatakan memenuhi syarat atau valid, namun demikian ada saran dan komentar dari validator ahli media yang akan menjadi perhatian sekaligus sebagai bahan revisi *MeDiaLog* sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama sebagai peyempurnaan atas pengembangan media digital tersebut sebelum uji coba lapangan baik ujicoba kelompok kecil maupun kelompok besar. Adapun saran dari validator ahli media I adalah *Teks dalam setiap artikel masih diblok putih yang sangat mengganggu kerapian tulisan. Sebab itu, tulisan boleh di transparankan agar lebih rapi dan menarik.* Pun demikian, secara keseluruhan berdasarkan data yang ada maka *MeDiaLog* sebagai media kampanye meoderasi beragama bagi kaum milenial dipandang layak untuk didunakan dan/atau diimplementasikan oleh ahli media.

Uji coba terbatas/kelompok kecil

Dalam rangka memudahkan proses uji coba kelompok kecil, peneliti melakukan koordinasi dengan pihak jurusan baik pendidikan agama islam maupun sosiologi agama. Setelah dilakukan koordinasi maka uji coba kelompok kecil dilaksanakan dengan cara terpisah. Mahasiswa yang mewakili jurusan PAI terdiri dari 5 orang mahasiswa semester 5. Sementara dari jurusan sosiologi agama terdiri dari 10 orang mahasiswa semester 5 sehingga total 15 orang sebagai sample. Uji coba dengan mahasiswa PAI dilakukan di ruang kelas sementara dengan mahasiswa sosiologi agama dilakukan di bawah laboratorium komunikasi massa IAIN Ambon. Uji coba dalam kelompok kecil dilakukan untuk mendapatkan saran dan masukan dari para mahasiswa yang selanjutnya dapat digunakan untuk perbaikan pada pengembangan produk Media Digital Berbasis Bloga sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial. Penilaian yang diperoleh dari siswa terdiri dari indikator isi/materi dan tampilan. Hasil dari uji coba kelompok kecil disajikan dalam tabel di bawah ini:

Table 3: Hasil uji coba kelompok kecil

No	Aspek yang dinilai	Indikator	Skor	Mean	Kategori
----	--------------------	-----------	------	------	----------



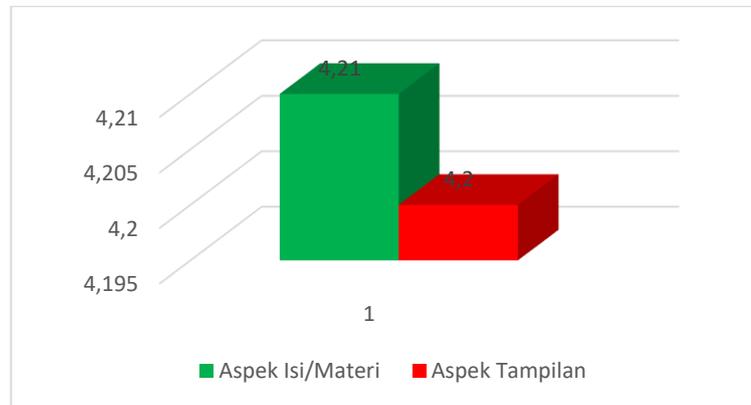
1	Isi/materi	Materi yang disajikan sesuai dengan konsep atau isu moderasi beragama	64	4,27	Sangat Baik
		Materi yang disajikan dalam media blog jelas (tidak membingungkan/menimbulkan penafsiran ganda)	63	4,2	Baik
		Bahasa yang digunakan dalam menyajikan materi sederhana	61	4,1	Baik
		Bahasa yang digunakan dalam menyajikan materi mudah di mengerti dan/atau mudah dipahami	65	4,3	Sangat Baik
		Kejelasan penggunaan istilah	63	4,2	Baik
		Penggunaan dalam mendukung materi	63	4,2	Baik
		Jumlah	379	25,27	
		Rata-rata		4,21	Sangat Baik
2	Tampilan	Kemudahan dalam mengakses media kampanye moderasi beragama berbasis blog	64	4,27	Sangat Baik
		Kemudahan memilih menu dan mengoperasikan media	59	3,93	Baik
		Ketepatan pemilihan warna background dan warna tulisan	63	4,2	Baik
		Ketepatan memilih jenis dan ukuran huruf	61	4,07	Baik
		Ketepatan pilihan gambar dalam mendukung tulisan	65	4,33	Sangat Baik
		Kemudahan mengakses melalui mobile phone	62	4,13	Sangat Baik
		Tampilan menarik	65	4,33	Sangat Baik
		Jumlah	439	29,27	
		Nilai Rata-rata		4,2	

Tabel 4.7 di atas adalah tabel tabulasi data hasil penilaian dari mahasiswa pada uji coba kelompok kecil. Pada table tabulasi tersebut menunjukkan ada 2 aspek penilaian yang diberikan kepada peserta uji coba (mahasiswa), yaitu aspek isi dan aspek tampilan.

Pada aspek isi, mahasiswa sebagai peserta uji coba memberikan skor pada 6 indikator sebesar **379**. Adapun nilai rata-rata yang diperoleh dari 15 orang peserta uji coba dalam kelompok kecil adalah **4,21**. Jika merujuk pada table konversi, maka nilai rata-rata pada aspek isi berada pada kategori **Sangat Baik**. Selanjutnya, pada aspek tampilan peserta memberikan nilai total sebesar **439** yang terdiri dari 7 indikator. Nilai rata-rata yang diperoleh dari 15 orang mahasiswa tersebut adalah



4,2. Berdasarkan table konversi, maka MeDiaLog sebagai Media Kampanye berada pada kategori *Baik*.



Gambar 2: Grafik uji coba kelompok kecil terkait aspek isi/materi dan aspek media

Berdasarkan pada hasil tabulasi dan grafik di atas, maka Media Digital Berbasis Blog dinyatakan layak untuk diterapkan sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial, namun sesuai ketentuan dalam tipe penelitian S&D maka hasil dari uji coba kelompok kecil belumlah final sehingga perlu dilakukan uji coba kembali yang disebut uji coba kelompok besar.

Uji Coba Kelompok Besar

Uji coba kelompok besar ini merupakan tahapan yang dilakukan setelah tahapan uji coba kelompok kecil dilakukan. Selanjutnya dilakukan revisi produk berdasarkan saran, masukan dan komentar dari mahasiswa (peserta) uji coba kelompok kecil. Uji coba kelompok besar melibatkan sebanyak 100 orang mahasiswa yang terdiri dari Jurusan Pendidikan Agama Islam semester 5 dan 9 sebanya 25 orang, Sosiologi Agama sebanyak 25 orang, teologi semester lima 20 orang, teologi semester satu 15 orang, pariwisata semester satu 15 orang.

Sama seperti uji coba kelompok kecil, uji coba kelompok besar pun dilaksanakan secara terpisah digedung perkuliahan jurusan pendidikan agama islam dan di gedung perkuliahan jurusan sosiologi agama. Sementara di prodi teologi dan pariwisata di lakukan di ruang kuliah fakultas ilmu social keagamaan. Khusus teologi semester 1 dan pariwisata semester 1, peneliti melakukan uji coba disaat jam mengajar, dimana peneliti meminta ijin kepada para mahasiswa untuk



menggunakan 15 menit waktu awal untuk membaca setiap artikel yang sudah dipublish dalam blog sebelum dilanjutkan dengan pengisian angket validasi secara online.

Uji coba dalam kelompok besar dilakukan untuk mendapatkan saran dan masukan dari para mahasiswa (peserta uji coba) yang berikutnya dapat digunakan untuk perbaikan pada pengembangan produk Media Digital Berbasis Blog sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial. Penilaian yang diperoleh dari peserta terdiri dari dua aspek isi/materi dan aspek tampilan. Berikut hasil uji coba dalam kelompok besar:

Gambar 4: Hasil uji coba kelompok besar

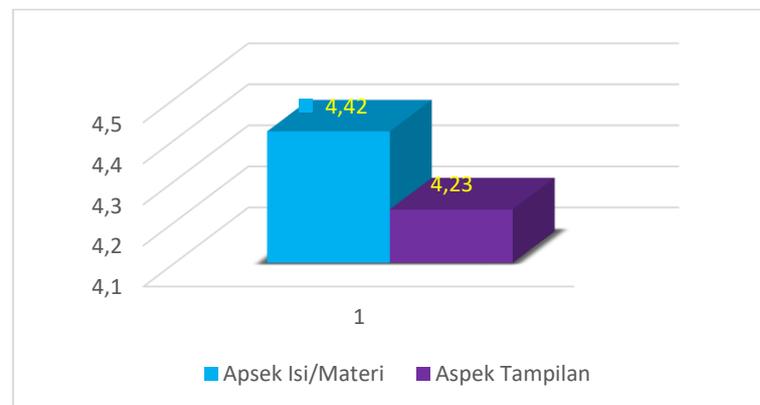
No	Aspek yang dinilai	Indikator	Skor	Mean	Kategori
1	Isi/materi	Materi yang disajikan sesuai dengan konsep atau isu moderasi beragama	425	4,25	Sangat Baik
		Materi yang disajikan dalam media blog jelas (tidak membingungkan/menimbulkan penafsiran ganda)	446	4,46	Sangat Baik
		Bahasa yang digunakan dalam menyajikan materi sederhana	445	4,45	Sangat Baik
		Bahasa yang digunakan dalam menyajikan materi mudah di mengerti dan/atau mudah dipahami	444	4,44	Sangat Baik
		Kejelasan penggunaan istilah	443	4,43	Sangat Baik
		Penggunaan dalam mendukung materi	447	4,47	Sangat Baik
		Jumlah	2650	26,5	
		Rata-rata		4,42	
2	Tampilan	Kemudahan dalam mengakses media kampanye moderasi beragama berbasis blog	424	4,24	Sangat Baik
		Kemudahan memilih menu dan mengoperasikan media	404	4,04	Baik
		Ketepatan pemilihan warna background dan warna tulisan	414	4,14	Sangat Baik
		Ketepatan memilih jenis dan ukuran huruf	428	4,28	Sangat Baik
		Ketepatan pilihan gambar dalam mendukung tulisan	429	4,29	Sangat Baik
		Kemudahan mengakses melalui mobile phone	437	4,37	Sangat



					Baik
		Tampilan menarik	427	4,27	Sangat Baik
		Jumlah	2963	29,63	
		Nilai Rata-rata		4,23	

Berdasarkan table hasil uji coba kelompok besar di atas, maka nilai yang dihasilkan dari uji coba tersebut adalah Media Digital Berbasis Bloga sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama pada kelompok besar yang terdiri dari 100 orang mahasiswa diperoleh skor total sebesar **2650** dari 6 indikator pada aspek isi/materi. Dengan demikian, nilai rata-rata untuk aspek isi/materi adalah **4,23**. Melihat *mean* yang ada pada aspek isi/materi berdasarkan skor di atas maka sesuai table konversi, nilai rata-rata untuk aspek materi berada pada kategori ***Sangat Baik***.

Sedangkan untuk aspek tampilan diperoleh jumlah skor total sebesar 2963 untuk 7 indikator dengan jumlah peserta sebanyak 100 orang. Dari hasil tersebut diperoleh nilai rata-rata pada aspek tampilan adalah **4,23**. Dengan demikian maka nilai rata-rata untuk aspek tampilan berada pada kategori ***Sangat Baik***.



Gambar 3: Grafik uji coba kelompok besar terkait aspek isi/materi dan aspek media

Berdasarkan hasil tabulasi dan grafik di atas, maka Media Digital Berbasis Blog dinyatakan layak untuk diterapkan sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial.



Kepraktisan *MeDiaLog* sebagai Media Kampanye Morab bagi Kaum Milenial

Analisis data kepraktisan dilakukan untuk menguraikan secara deskriptif data kepraktisan Media Digital Berbasis Blog sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi Kaum Milenial. Kepraktisan *MeDiaLog* didasarkan pada nilai rata-rata yang diperoleh baik dari ahli materi, ahli media, dan uji coba kelompok besar. Adapun nilai yang diperoleh, 4,85 dengan kategori *sangat baik* oleh ahli materi/isi, sementara Ahli Media dengan rata-rata 3,8 (kategori baik). Selanjutnya uji coba terbatas dengan menggunakan angket yang dibuat dengan memanfaatkan fasilitas *google formulir*. Sebagaimana table 4, total responden pada uji coba terbatas tersebut, menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk aspek materi adalah 4,42 (kategori sangat baik). Sementara untuk aspek tampilan yang terdiri dari 7 indikator memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,23 juga ada pada kategori sangat baik. Dengan demikian nilai rata-rata dari kedua unsur tersebut adalah **4,325**. Jika mengacu pada table konversi, nilai rata-rata tersebut berada pada rentang $> 4,2$ yang berarti nilai tersebut ada pada kategori *Sangat Baik*.

Berkaitan dengan hal itu, Trianto menyatakan bahwa kepraktisan sebuah media dalam kaitan dengan itu adalah *MeDiaLog* dapat terpenuhi jika ahli media, ahli materi dan praktisi dan/atau pengguna dalam hal ini mahasiswa menyatakan bahwa media tersebut dapat diterapkan²⁰. Berdasarkan nilai rata-rata dari masing-masing ahli dan praktisi menunjukkan kelayakan untuk diterapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan blog interaktif praktis untuk digunakan sebagai media kampanye moderasi beragama. Selain itu Marshall McLuhan dalam teori media klasiknya menyatakan bahwa media, terpisah dari apapun isi yang disampaikan, pengaruh individu ataupun masyarakat²¹. Artinya bahwa bukan hanya soal media tapi bagaimana design konten atau isi pesan serta segala perangkat yang ada padanya. Berkaitan dengan hal itu, *MeDiaLog* sebagai media kampanye Morab bagi kaum milenial didesign dengan menggunakan jenis tulisan populer tanpa meninggalkan sisi keilmiahan yang dibubuhi gambar sehingga

²⁰ Trianto, *Model-Model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivistik* (Prestasi Pustaka, 2007).

²¹ Stephen W Littlejohn, *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, 2011.



menarik untuk dibaca. Selain itu pada laman website blog MeDiaLog sesuai catatan statistic yang ada, jumlah pengunjung sampai hari ini telah mencapai 677 pengunjung.

Gambar 4. Statistik jumlah pengunjung



Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut di atas, maka disimpulkan bahwa Media Digital Berbasis Blog (MeDiaLog) sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama bagi kaum milenial dapat dikembangkan dengan menggunakan model ADDIE. Sebagaimana penilaian para ahli, baik ahli materi/isi juga ahli media serta pengguna melalui uji coba kelompok besar, MeDiaLog dinyatakan *layak, dan praktis* untuk digunakan sebagai media kampanye moderasi beragama yang relevan dengan kondisi generasi saat ini yang familiar dengan teknologi komunikasi dan informasi, tapi juga simple dan murah. Terlepas dari paparan terkait penelitian ini, ditemukan juga bahwa media sosial sebagai *new media* dewasa ini menjadi ruang yang lebih efektif dalam segala hal tak terkecuali penguatan nilai-nilai moderasi beragama bagi kaum milenial. Tentu hal itu bisa menjadi sebuah solusi dalam hal menyasar kaum milenial tetapi juga khalayak luas dalam memahami konsep moderasi beragam sebagai sebuah praktek keagamaan dalam kehidupannya. selanjutnya memanfaatkan ruang-ruang maya dengan tulisan-tulisan poluler yang tidak berat namun santai dan sederhana merupakan suatu strategi yang baik sebagai upaya penguatan nilai-nilai moderasi beragama kepada khalayak luas.



Adapun keterbatasan dalam pengembangan media digital berbasis blog ini yaitu media tersebut berbasis website sehingga penggunaannya harus dalam keadaan terhubung internet, karenanya jika berada pada wilayah dan/atau daerah yang kurang baik jaringan internet maka dipastikan mengalami kesulitan dalam pengaksesannya.



Daftar Pustaka

- Ambarita, Jenri, and Ester Yuniati. "Blog Interaktif Berbasis Literasi Digital Sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama Bagi Generasi Milenial." *Tatar Pasundan : Jurnal Diklat Keagamaan* 15, no. 2 (2021): 130–144.
- databoks. *Pengguna Internet Terbesar Di Dunia*, 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/02/website-paling-sering-diakses-publik-indonesia>.
- Hefni, Wildani. "Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri." *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 1–22.
- Juditha, Christiany, and Josep J. Darmawan. "Use of Digital Media and Millennial Generation's Political Participation." *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 22, no. 2 (2010): 91–105.
- Kementerian Agama RI. *Moderasi Beragama*. Pertama. Jakarts: Balitbang Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- Littlejohn, Stephen W. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, 2011.
- Mahyuddin. "Moderasi Beragama Perlu Masuki Ruang Digital." Last modified 2019. <https://mediaindonesia.com/humaniora/219997/moderasi-beragama-perlu-masuki-ruang-digital>.
- Mahyudin, Rustam Magun Pikhulan, and Muhammad Fajar. *Peran Strategis IAIN Ambon Dan IAKN Ambon Dalam Merawat*, 2020.
- Phil Kamaruddin Amin. "Mengapa Moderasi Beragama?" <https://kemenag.go.id/>. Last modified 2023. [https://kemenag.go.id/kolom/mengapa-moderasi-beragama-02MbN#:~:text=Moderasi beragama adalah cara pandang,Jangka Menengah Nasional \(RPJMN\)](https://kemenag.go.id/kolom/mengapa-moderasi-beragama-02MbN#:~:text=Moderasi beragama adalah cara pandang,Jangka Menengah Nasional (RPJMN)).
- Qorib, Fathul. "Pola Konsumsi Media Pada Generasi Milenial Kota Malang." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2020): 53–71.
- Rozak, Abdul. "Komunikasi Lintas Agama: Modal Sosial Pembentukan Masyarakat Sipil." *Dakawah* IX, no. 1 (2008): 13–28.
- Trianto. *Model-Model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivistik*. Prestasi Pustaka, 2007.
- Wibowo, Arief, Dyah Retno Utari, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Budi Luhur, Petungkang Utara, and Komunikasi Politik. "Analisis Isi (Content) Blog Sebagai Media Kampanye Calon Anggota



Legislatif (Caleg) Pada Pemilu Legislatif 2009” 2009, no. semnasIF (2009): 16–25.

Wijaya, Etistika Yuni, Dwi Agus Sudjimat, and Amat Nyoto. “Transformasi Pendidikan Abad 21 Sebagai Tuntutan.” *Jurnal pendidikan 1* (2016): 263–278.