

Strategi Komunikasi Organisasi Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama di MAN 2 Model Medan

Organizational Communication Strategy of the North Sumatra Provincial Ministry of Religious Affairs Office in Disseminating Religious Moderation Values at MAN 2 Model Medan

Shanti Amalia

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*email: shantiamalia02@gmail.com

ABSTRACT

"Moderation" derives from the word "moderate," signifying an absence of excess or the maintenance of a middle ground. When paired with "religious," the term "religious moderation" refers to a religious stance that eschews violence and avoids extremism in religious practice. Religious moderation represents a perspective and practice that emphasizes balance, tolerance, and respect for diversity within society. While rapid social change, globalization, and intense intercultural interaction can enrich societal dynamics, they also harbor the potential for conflict if the values of pluralism are not managed wisely. The Indonesian government, through the Ministry of Religious Affairs under the leadership of Lukman Hakim Saifuddin, established religious moderation as a national agenda starting in 2019. Consequently, this study aims to elucidate the organizational communication strategy employed by the North Sumatra Provincial Office of the Ministry of Religious Affairs to disseminate the values of religious moderation at MAN 2 Model Medan. This study employs a descriptive method with a qualitative approach to describe and explain real-world situations based on existing facts. Data collection techniques included interviews, observation, and documentation conducted by the researcher at the study site. Based on the findings regarding the North Sumatra Provincial Ministry of Religious Affairs' organizational communication strategy for promoting religious moderation values at MAN 2 Model Medan, it can be concluded that the strategy was implemented systematically, incorporating the five communication components proposed by Carl I. Hovland: communicator, message, media, communicant (audience), and effect.

Keywords: *Communication Strategy, Organizational Communication, Socialization, Religious Moderation.*

ABSTRAK

Moderasi berasal dari kata moderat yang berarti tidak berlebihan atau berada di posisi tengah. Ketika disandingkan dengan kata beragama, moderasi beragama merujuk pada sikap beragama yang menjauhi kekerasan serta menghindari ekstremisme dalam praktik keagamaan. Moderasi Beragama merupakan cara pandang dan praktik beragama yang menekankan keseimbangan, toleransi serta penghargaan terhadap perbedaan dalam kehidupan bermasyarakat. Perubahan sosial yang cepat, arus globalisasi, serta intensitas interaksi antarbudaya dapat memberikan dampak positif dalam memperkaya dinamika kehidupan masyarakat, tetapi di sisi lain juga berpotensi menciptakan konflik apabila nilai-nilai pluralisme tidak dikelola secara bijaksana. Pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia yang berada di bawah pimpinan Lukman Hakim Saifuddin menjadikan Moderasi Beragama sebagai salah satu agenda nasional. Sejak tahun 2019. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan bisa menjelaskan bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi yang dilakukan oleh Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara dalam

Mensosialisasikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama di MAN 2 Model Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipakai untuk menggambarkan dan menjelaskan situasi nyata yang terjadi di lapangan berdasarkan fakta-fakta yang ada. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi kantor kementerian agama provinsi sumatera utara dalam mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama di MAN 2 Model Medan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang oleh kantor kementerian agama provinsi sumatera utara telah dilaksanakan secara terencana melalui 5 komponen dalam strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Carld I. Hovland yaitu, komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, Komunikasi organisasi, Sosialisasi, Moderasi Beragama.

Pendahuluan

Moderasi berasal dari kata moderat yang berarti tidak berlebihan atau berada di posisi tengah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, moderasi dimaknai sebagai upaya mengurangi kekerasan atau menghindari sikap eskترم. Ketika disandingkan dengan kata beragama, moderasi beragama merujuk pada sikap beragama yang menjauhi kekerasan serta menghindari ekstremisme dalam praktik keagamaan. Moderasi Beragama merupakan cara pandang dan praktik beragama yang menekankan keseimbangan, toleransi serta penghargaan terhadap perbedaan dalam kehidupan bermasyarakat. (Kementerian Agama, 2019).

Konsep moderasi beragama bukanlah upaya memoderasi ajaran agama, karena pada hakikatnya agama telah mengandung prinsip keseimbangan dan keadilan. Maka yang perlu diarahkan adalah cara pandang dan praktik individu dalam beragama agar tidak terjebak pada sikap berlebihan, ekstrem, maupun liberal tanpa batas. Moderasi beragama dimaknai sebagai upaya membangun pemahaman keagamaan yang tidak kaku dan tidak pula bebas tanpa kendali (Nasution, 2022), melainkan seimbang serta sesuai dalam kehidupan masyarakat yang multikultural. Perubahan sosial yang cepat, arus globalisasi, serta intensitas interaksi antarbudaya dapat memberikan dampak positif dalam memperkaya dinamika kehidupan masyarakat (Hapsah et al., 2024), tetapi di sisi lain juga berpotensi menciptakan konflik apabila nilai-nilai pluralisme tidak dikelola secara bijaksana (Rendi et al., 2024). Ketika nilai-nilai multikulturalisme tidak dipahami secara kritis dan diarahkan secara tepat, hal tersebut dapat memicu munculnya sikap keberagamaan yang sempit, fanatik, dan eksklusif (Hardiyanto et al., 2023).

Sikap seperti ini tidak hanya menghambat dialog antarkelompok, tetapi juga berpotensi melahirkan pola pikir yang intoleran dan memandang kelompok lain sebagai inferior atau menyimpang (Adhani et al., 2017). Oleh karena itu, perlunya upaya untuk menumbuhkan sikap

toleransi, saling menghargai dan kerukutan antarumat beragama dalam kehidupan masyarakat. Pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia yang berada di bawah pimpinan Lukman Hakim Saifuddin menjadikan Moderasi Beragama sebagai salah satu agenda nasional. Sejak tahun 2019, Moderasi Beragama telah menjadi program strategis Kementerian Agama yang diintegrasikan dalam kebijakan pembangunan nasional dan berbagai program pendidikan serta pembinaan masyarakat.

Program ini bertujuan untuk memperkuat sikap keberagaman yang moderat serta mencegah munculnya sikap radikalisme dan intoleransi di tengah masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Agama adalah melalui penguatan program moderasi beragama di lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan memiliki peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai moderasi beragama kepada generasi muda. Madrasah sebagai salah satu wadah pembentukan karakter bagi generasi muda diharapkan mampu menjadi ruang pembelajaran yang tidak hanya menanamkan pengetahuan keagamaan, namun juga nilai-nilai toleransi, keseimbangan dan sikap saling menghargai.

Menurut data lapangan, Moderasi beragama sudah dilakukan oleh semua Kementerian Agama sesuai dengan peraturan presiden nomor 58 tahun 2023 yaitu tentang Penguatan Moderasi Beragama. Khususnya di Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara turut melaksanakan berbagai kegiatan dan pembinaan terkait moderasi beragama kepada masyarakat dan lembaga pendidikan. Kegiatan dilakukan melalui berbagai program sosialisasi, pelatihan serta pembinaan yang melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat di setiap kabupaten kota serta bekerjasama dengan Balai Pelatihan Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan Medan tingkat provinsi sudah melakukan sosialisasi sebanyak 150 kali pada awal 2023 ke berbagai madrasah. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya generasi muda agar memiliki cara pandang yang moderat dalam memahami dan mempraktikkan ajaran agama.

Salah satu madrasah yang menjadi sasaran sosialisasi adalah Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Medan merupakan salah satu madrasah unggulan di Kota Medan yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan pemahaman keagamaan peserta didik. Selain sebagai institusi pendidikan, madrasah tidak hanya berperan dalam pengembangan pengetahuan akademik namun juga dalam pembentukan sikap keberagaman yang moderat dan toleransi di kalangan siswa.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan sosialisasi nilai-nilai moderasi beragama membutuhkan

strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh pihak madrasah. Sosialisasi merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi yang di gunakan oleh organisasi untuk menyampaikan kebijakan, program maupun nilai-nilai tertentu kepada khalayak sasaran. Melalui kegiatan sosialisasi, diharapkan pesan, tujuan serta penerapan program dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh pihak madrasah sehingga dapat diterapkan dalam kegiatan pendidikan madrasah. Maka dalam hal ini, keberhasilan suatu kegiatan sosialisasi sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan, baik dalam menyampaikan pesan, pemilihan media maupun pendekatan komunikasi yang dilakukan kepada sasaran program.

Oleh karena itu, penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Organisasi Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara dalam Mensosialisasikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama di MAN 2 Model Medan. Penelitian ini diharapkan bisa menjelaskan bagaimana strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara dalam mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama di MAN 2 Model Medan

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipakai untuk menggambarkan dan menjelaskan situasi nyata yang terjadi di lapangan berdasarkan fakta-fakta yang ada. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah datang langsung ke tempat dan melakukan komunikasi secara langsung dengan para informan. Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alami yang dimana peneliti berperan sebagai instrumen utama dan hasil penelitian lebih menekankan pada pemaknaan makna daripada kesimpulan umum (Rukajat, 2018).

Lokasi penelitian yaitu berada di Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto Nomor 261, Lalang, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan. Dalam penelitian ini, pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan informasi berdasarkan pertimbangan seperti pengetahuan, pengalaman dan keterlibatan dalam kegiatan yang diteliti. Menurut Sugiono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu sehingga data yang diperoleh lebih relevan dengan tujuan penelitian. Maka dalam penelitian ini narasumber yang dipilih adalah pihak-pihak

yang dianggap mengetahui dan terlibat langsung dengan objek penelitian yaitu Pegawai Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara bagian menangani sosialisasi moderasi beragama dan Kepala MAN 2 Model Medan yang terlibat dalam sosialisasi.

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti melakukan observasi untuk memperoleh informasi langsung tentang objek penelitian dengan cara melihat langsung, lalu peneliti melakukan wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan peneliti, lalu peneliti melakukan dokumentasi terkait buku, arsip, dan dokumen untuk mendukung dan melengkapi data penelitian. Teknik analisis data yang digunakan peneliti mengadaptasi dari Miles dan Hubberman, yaitu setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, peneliti akan menganalisis nya melalui 4 tahap. Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, lalu diakhiri dengan penarikan kesimpulan (Miles et al., 1996).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Nomor 261, Kelurahan Lalang, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara merupakan instansi vertikal Kementerian Agama Republik Indonesia yang berkedudukan di tingkat provinsi dan bertugas melaksanakan kebijakan serta menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sebagai perpanjangan tangan Kementerian Agama di daerah, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara memiliki peran strategis dalam mengoordinasikan penyelenggaraan urusan keagamaan, pendidikan agama dan keagamaan, pelayanan keagamaan, pembinaan kerukunan umat beragama, serta penguatan moderasi beragama di wilayah Provinsi Sumatera Utara. Selain itu, kantor wilayah juga membina Kantor Kementerian Agama Kabupaten/ Kota, madrasah, pondok pesantren, lembaga pendidikan keagamaan, serta berbagai organisasi dan lembaga keagamaan yang berada di bawah koordinasinya.

Dalam menjalankan tugasnya, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara mengacu pada visi Kementerian Agama Republik Indonesia sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Agama Tahun 2025–2029, yaitu "Terwujudnya Masyarakat yang Rukun, Maslahat, dan Cerdas Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045." Visi tersebut mencerminkan komitmen Kementerian Agama dalam mewujudkan kehidupan

masyarakat yang harmonis, toleran, dan berkeadaban melalui pembangunan kehidupan beragama yang moderat, inklusif, serta berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Kementerian Agama menetapkan tiga misi, yaitu: (1) meningkatkan kualitas kehidupan beragama yang rukun dan berorientasi pada kemaslahatan; (2) meningkatkan kualitas pendidikan agama, pendidikan umum berciri khas agama, pendidikan keagamaan, dan pesantren; serta (3) meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Adapun tugas dan fungsi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara berdasarkan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2019 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama serta Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara mempunyai tugas dan fungsi, antara lain perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang bimbingan masyarakat, pendidikan agama dan keagamaan, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, koordinasi serta pembinaan organisasi, pengawasan, bimbingan teknis dan supervisi, pengelolaan barang milik negara, pendidikan dan pelatihan, penyelenggaraan jaminan produk halal, serta pemberian dukungan administratif dan substantif kepada seluruh unit kerja di lingkungan Kementerian Agama.

Secara geografis, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara berada di lingkungan yang strategis dengan akses yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Fasilitas yang tersedia meliputi fasilitas utama berupa layanan terpadu seperti Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP), ruang tunggu yang nyaman, masjid, toilet, area parkir serta dukungan digital untuk permohonan informasi publik (PPID) yang bertujuan untuk memudahkan urusan masyarakat di bidang keagamaan dan pendidikan. Selain itu terdapat juga Layanan Urusan Agama dan Bimbingan Masyarakat (Bimas), Layanan Pendidikan Keagamaan, Layanan Haji dan Umrah.

Pembahasan dalam penelitian ini disusun berdasarkan temuan yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai strategi komunikasi organisasi kementerian agama provinsi sumatera utara dalam mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama di MAN 2 Model Medan dengan teori strategi komunikasi yang menjadi landasan teori. Teori yang digunakan sebagai kerangka analisis adalah teori strategi komunikasi sebagai teori utama yaitu komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek dan teori komunikasi persuasif Carl I. Hovland sebagai teori pendukung untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi diterapkan mampu mempengaruhi

pengetahuan, sikap dan perilaku peserta sosialisasi.

1. Pemilihan Komunikator dalam Sosialisasi Nilai-nilai Moderasi Beragama

Berdasarkan hasil penelitian, dalam menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama oleh kantor kementerian agama provinsi sumatera utara. Pemilihan komunikator dalam sosialisasi moderasi beragama dilakukan dengan mempertimbangkan aspek kredibilitas komunikator dan daya tarik komunikator. Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara mengedepankan kredibilitas sebagai landasan utama dari seorang komunikator dalam menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama. Pemateri dalam sosialisasi diwajibkan mengikuti diklat fasilitator sebagai bukti mereka memiliki kemampuan dalam menyampaikan materi kepada peserta sosialisasi. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif Carl I. Hovland yang menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator merupakan tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh audiens kepada komunikator karena ketika kemampuan, kejujuran, dan integritas komunikator tinggi, maka semakin tinggi juga dipercaya oleh audiens.

Daya tarik komunikator terlihat bagaimana komunikator mampu membangun keakraban selama kegiatan sosialisasi. Komunikator tidak hanya menjelaskan materi tetapi juga memberi ruang bagi peserta untuk berdiskusi serta membahas persoalan yang dihadapi peserta terkait moderasi beragama. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif, Carl I. Hovland yang menjelaskan bahwa pola komunikasi yang melibatkan peserta dapat meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif, peserta yang merasa dilibatkan dalam diskusi akan cenderung lebih terbuka untuk menerima pesan yang disampaikan.

Sebelum komunikator turun ke lapangan, komunikator diberi mandat langsung oleh pejabat fungsional di kantor kementerian agama provinsi sumatera utara untuk memperkuat posisi dan kekuasaan komunikator bahwa merekalah yang telah di *approve* sebagai komunikator moderasi beragama. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wirahma, 2023) bahwa dalam menyampaikan pesan terkadang “siapa” yang berbicara lebih penting bagi komunikan daripada “apa” yang disampaikan. Sehingga didapati bahwa kredibilitas dan kekuasaan komunikator dapat menentukan efektivitas dari komunikasi yang dilakukan oleh komunikator.

2. Isi Pesan yang di Sampaikan dalam Sosialisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama

Berdasarkan temuan peneliti dari wawancara kepada narasumber, pesan juga hal penting dalam penyampaian nilai-nilai moderasi beragama kepada para guru di MAN 2 Model Medan.

Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara melakukan penyeragaman struktur pesan yang akan disampaikan oleh komunikator, dan ini merupakan strategi yang dilakukan oleh Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara agar pesan tentang moderasi beragama memiliki isi yang benar dan sesuai harapan Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara.

Isi pesan yang disampaikan menyematkan 9 kata kunci moderasi beragama sebagai acuan bagi komunikator agar materi yang disampaikan tetap konsisten, dan Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara juga bertanggung jawab penuh untuk memastikan pesan moderasi beragama tetap sampai ke bawah. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif, Carl D. Hovland menjelaskan bahwa pesan tidak hanya tentang informasi saja, namun juga harus mengandung makna yang dapat memberi pengaruh terhadap sikap dan perilaku audiens. Sehingga dalam penyusunan isi pesan harus disusun secara sistematis agar tujuan komunikasi tetap tercapai.

3. Media yang Digunakan Dalam Sosialisasi Nilai-nilai Moderasi Beragama

Berdasarkan temuan peneliti dari hasil wawancara bersama narasumber, Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara menggunakan media online dan offline dalam mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama kepada guru di MAN 2 Model Medan. Pada saat penyampaian materi baik online maupun offline, komunikator juga menggunakan media pendukung seperti *power point* dan video untuk menambah kekuatan pesan nilai-nilai moderasi beragama. Penggunaan media online juga dimanfaatkan oleh Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara untuk menjangkau audiens lebih efektif.

Penggunaan berbagai macam media memiliki karakteristiknya masing-masing, seperti ketika menggunakan media *offline* komunikator dapat lebih aktif berinteraksi kepada audiens dengan melakukan sesi dialog atau *ice breaking*. Lalu untuk menjaga kredibilitas media, Kantor kementerian agama provinsi sumatera utara memasatkan media pendukung seperti power point, video, dan meeting zoom hanya dirilis secara resmi dari pihak Kemenag Sumut itu sendiri. Hal ini sesuai dengan bagaimana media digunakan menurut Carl D. Hovland yaitu media tidak hanya sebagai alat dalam menyampaikan pesan saja, tapi juga menjadi faktor penting yang menentukan efektivitas dari komunikasi serta menjadi alat pendukung dalam melakukan proses persuasi.

4. Karakteristik Komunikator atau Peserta Sosialisasi

Berdasarkan hasil temuan yang didapat oleh peneliti, Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara terlebih dahulu memahami karakteristik peserta secara menyeluruh untuk menyusun

strategi komunikasi sosialisasi moderasi beragama. Hal ini dilakukan karena adanya perbedaan usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan latar belakang sosial dan budaya para peserta. Semua ini menjadi pertimbangan penting untuk penyesuaian dalam menyampaikan materi agar mudah dipahami. Keberagaman latar belakang ini merupakan hal yang wajar karena tiap individu pasti dibentuk oleh lingkungan dan budaya yang berbeda-beda, kesadaran atas keberagaman ini menjadi landasan bagi komunikator untuk merancang pendekatan yang mampu membangun pemahaman bersama tanpa harus menghilangkan perbedaan yang ada diantara audiens.

Kesesuaian strategi komunikasi organisasi kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara yang menyusun pesan berdasarkan karakteristik, sikap, dan kebutuhan tercermin dari tingginya motivasi dan antusiasme audiens dalam mengikuti sosialisasi moderasi beragama. Selain menyesuaikan strategi berdasarkan karakteristik, kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara juga menggunakan pendekatan dialog untuk mendorong audiens saling menyampaikan pendapat yang bisa di diskusikan antar audiens. Sebagaimana penelitian yang dilakukan (Fatima & Sa'i, 2025) bahwa pendekatan komunikasi yang menyesuaikan karakteristik audiens terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens. Dengan begitu audiens juga merasa pesan yang disampaikan relevan dengan pengalaman hidup mereka.

5. Dampak Sosialisasi Terhadap Peserta

Berdasarkan hasil temuan peneliti dari wawancara kepada narasumber, peneliti dapati bahwa sosialisasi moderasi beragama yang dilaksanakan Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan pemahaman audiens. Tidak hanya sebagai penambahan wawasan saja, tapi juga berkembang menjadi pemaknaan terhadap moderasi beragama menjadi sikap berada di tengah-tengah tanpa berlebihan kearah manapun.

Pemahaman kognitif audiens juga berkembang menjadi pemahaman afektif, yang dimana peserta menjadi memahami dan menghormati perbedaan agama sehingga tumbuh sebuah kesadaran untuk bertanggung jawab menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama pada siswa-siswa di lingkungan madrasah. Dengan dilakukan penyampaian terhadap siswa, maka terciptalah generasi yang rukun dalam beragama yang berkembang secara bertahap melalui proses pemahaman dan keteladanan yang diberikan.

Perubahan sikap ini akhirnya akan berefek pada perilaku para audiens yang dapat dilihat

dari kemampuan mereka dalam menyampaikan kembali dan mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama ke lingkungan madrasah. Penerapan sikap ini dapat terwujud secara nyata melalui penyampaian materi moderasi beragama dalam pembelajaran di kelas, maupun dalam kegiatan sekolah serta diterapkan melalui tindakan langsung seperti sikap toleran guru dalam praktik sehari-hari. Dengan begitu efek dari penyampaian nilai-nilai moderasi beragama tidak hanya diresapi secara kognitif saja, tapi juga di terapkan dan diteladani dalam lingkungan madrasah. Hal ini sejalan dengan pernyataan Carld I. Hovland bahwa pengaruh dapat terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang, dengan begitu perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan adalah hasil dari pengaruh penanaman nilai-nilai moderasi beragama yang dilakukan oleh kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi kantor kementerian agama provinsi sumatera utara dalam mensosialisasikan nilai-nilai moderasi beragama di MAN 2 Model Medan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang oleh Kantor Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara telah dilaksanakan secara terencana melalui 5 komponen dalam strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Carld I. Hovland yaitu, komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Pemilihan komunikator dalam sosialisasi mengutamakan kredibilitas, kemampuan dan pengalaman yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan sehingga komunikator mampu menyampaikan materi dengan baik. Isi pesan disusun secara sistematis dan seragam dengan berpedoman pada sembilan kata kunci moderasi beragama agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dan sesuai dengan tujuan sosialisasi. Media yang digunakan melalui pertemuan tatap muka dan media daring yang didukung oleh presentasi dan video resmi sebagai sarana penyampaian materi. Strategi komunikasi disesuaikan dengan karakteristik peserta sosialisasi yang memiliki latar belakang, usia, pengalaman dan tingkat pemahaman yang berbeda-beda.

Dengan ini peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan memberikan dampak positif terhadap peserta sosialisasi yaitu meningkatnya pengetahuan dan pemahaman guru mengenai moderasi beragama, terbentuknya sikap yang lebih terbuka, toleransi, menghargai perbedaan dan perubahan perilaku melalui penerapan nilai-nilai moderasi beragama dalam proses pembelajaran maupun kehidupan dilingkungan madrasah

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis mendapat kemudahan dalam membuat penelitin ini. Terimakasih juga kepada orang tua, saudara, dan sahabat-sahabat penulis yang telah membantu dan mendukung penulis tiada henti

Daftar Pustaka

- Adhani, A., Nashrudin, A., Tunggal, A. P. P. W., Nurjanah, A., & Naryoso, A. (2017). *Komunikasi Berkemajuan Dalam Dinamika Media dan Budaya* (1st ed.). Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK PTM).
- Fatima, S., & Sa'i, M. (2025). Strategi Komunikasi Dengan Pendekatan Audience-Centered Dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan Pada Sharing Session Bingkis Ramadhan di Pamekasan, Madura. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1215–1228.
- Hapsah, R. H., Zahrah, F. A., & Yasin, M. (2024). Dinamika Interaksi Manusia, Masyarakat, dan Budaya Dalam Era Globalisasi dan Modernisasi. *Jurnal Ilmu Pendidikan & Sosial (Sinova)*, 2(2), 191–202.
- Hardiyanto, S., Fahmi, K., Wahyuni, W., Adhani, A., & Hidayat, F. P. (2023). Kampanye Moderasi Beragama di Era Digital Sebagai Upaya Preventif Millenial Mereduksi Kasus Intoleransi di Indonesia: Bahasa Indonesia. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(2), 228–237.
- Kementerian Agama, R. I. (2019). *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 15.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldana, J., & Rohidi, T. R. (1996). *F. Analisis Data. Implementasi Kurikulum Merdeka di Sekolah*, 61.
- Nasution, R. P. (2022). *Moderasi Beragama: Upaya Mengatasi Pemahaman Konservatif Pada Masyarakat Muslim di Indonesia*. *Al-Usrah: Jurnal Al Ahwal As Syakhshiyah*, 10(2).
- Rendi, R., Sinaga, G. M., & Topayung, S. L. (2024). Peran Pendidikan Dalam Mengelola Keberagaman Masyarakat Multikultural di Indonesia. *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen dan Katolik*, 2(3), 252–264.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Wirahma, B. D. (2023). *Psikologi Komunikator: Memahami dan Mengoptimalkan Interaksi Antar Manusia*.