

WA BLAST UNTUK MODERASI BERAGAMA



**RUDI PERMADI,M.PD.
UDIN ZAENUDIN,M.ED**



WA BLAST UNTUK MODERASI BERAGAMA

WA BLAST UNTUK MODERASI BERAGAMA

Rudi Permadi,M.Pd.
Udin Zaenudin,M.Ed



WA BLAST UNTUK MODERASI BERAGAMA

Penulis:
Rudi Permadi,M.Pd.
Udin Zaenudin,M.Ed

Editor:
Erik Santoso

Layouter :
Tim Kreatif PRCI

Cover:
Rusli

Cetakan Pertama : Oktober 2024

Hak Cipta 2024, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2024
; 14,8 x 21 cm
ISBN : -

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Buku dengan judul *Wa Blast Untuk Moderasi Beragama* sesuai yang ditargetka.

Buku dengan judul *Wa Blast Untuk Moderasi Beragama* ini berisikan mengenai konsep peran teknologi dalam moderasi agama, kemudian dilanjutkan dengan hakikat moderasi beragama sampai dengan professional whats app blast dalam moderasi beragama. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

Oktober 2024, Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB I PENGANTAR PENTINGNYA TEKNOLOGI DALAM MODERASI BERAGAMA	1
BAB II HAKIKAT MODERASI AGAMA	8
BAB III WHATS APP, APA DAN BAGAIMANA?	12
BAB IV KONSEP WHATS APP BLASTING	25
A. Pengertian Whats App Blastin	25
B. Professional Whats App Blasting	32
BAB V PEMAHAMAN DASAR DIGITAL MARKETING	43
BAB VI <i>PROFESSIONAL</i> WHATS APP BLASTING SEBAGAI <i>BEST PRACTICE DIRECT DIGITAL MARKETING 4.0</i> UNTUK PENINGKATAN IMPLEMENTASI MODERASI BERAGAMA	47
A. Pengantar	47
B. Aplikasi Professional WhatsApp Blast	50
DAFTAR PUSTAKA	57

BAB I

PENGANTAR PENTINGNYA TEKNOLOGI DALAM MODERASI BERAGAMA

Perkembangan literatur akhir dari hasil kajian nasional maupun internasional kluster moderasi beragama menunjukkan tidak ada konklusi atau konsentrasi kajian pada pemasaran langsung (*direct marketing*) moderasi beragama dengan menggunakan teknologi digital yang bisa membantu program Pemerintah Republik Indonesia tersebut tersosialisasikan langsung otomatis dan terprogram kepada seluruh elemen masyarakat terutama mahasiswa secara mudah di *smartphone*. Hal tersebut mengindikasikan peneliti terdahulu belum atau bahkan gagal dalam konsentrasi kajian *direct marketing digital* moderasi beragama karena selama ini hasil kajian mereka terfokus pada konsepsi, eksistensi, urgensi, vitalisasi dan implementasi moderasi beragama.

Lebih detail bahwa tidak ada kajian nasional konsentrasi *direct digital marketing* moderasi beragama melalui *smartphone* dapat di analisis dari kajian-kajian yang di deskripsikan di paragraf ini. Kajian (Arif, 2021) menekankan pentingnya konsep dan moderasi beragama yang sangat diperlukan di era global. Studi (Muqowim et al.,

2022) menyimpulkan peningkatan moderasi beragama dengan nilai-nilai Islam Wasathiyah. *Preview* observasi (Wardi et al., 2023) memfokuskan diri pada implementasi pendidikan berbasis moderasi beragama. Kajian (Ritonga, 2021) mengelaborasi *points* moderasi beragama dalam Al-qur'an untuk gen Z. Berikutnya, studi (Widodo, 2019) memproduksi konsep moderasi beragama untuk pencegahan radikalisme. Studi lain dari (Solahudin et al., 2023) mendeskripsikan pada strategi implementasi moderasi beragama. Sedangkan (Mahfud et al., 2022) meneliti moderasi beragama untuk pencegahan intoleransi. Penjelasan bagaimana konsep moderasi, tes moderasi beragama di pendidikan Agama Islam, dan kreasi model moderasi beragama di teliti oleh (Khasanah, 2015). Lebih lanjut, di kajian (Zakariyah et al., 2022) dinyatakan bentuk nilai moderasi dan integrasi moderasi beragama ke mata pelajaran umum.

Kajian submisi jurnal internasional juga tidak ada yang membahas tentang kajian *direct digital marketing* moderasi beragama melalui *smartphone*. Misal, kajian (Dodi et al., 2021) hanya memberikan *highlight* pemahaman visi moderasi beragama dalam mempersiapkan generasi ke depan. Kajian (Ginting, 2021) mengeksplorasi penguatan moderasi beragama untuk salah masyarakat Muhammadiyah

di Indonesia. Berikutnya, hasil artikel konferensi internasional (Suci Putri Aida et al., 2022) hanya memberi gambaran pembelajaran berbasis moderasi beragama.

Kajian di atas belum membantu pemerintah yang konsisten mengarusutamakan, mensosialisaikan, menyuarakan konsep dan implementasi moderasi beragama kepada masyarakat (Nasir & Rijal, 2021) dari sisi *direct digital marketing* secara periodik dengan hanya satu operasi klik di komputer. Dari 2019, *stakeholder* moderasi beragama menggunakan metode konvensional dalam sosialisasi moderasi beragama seperti seminar, pelatihan instruktur dan duta moderasi beragama, konferensi, pembinaan kepada aparatur sipil negara, buku, *emerging* pada kurikulum pendidikan, internet. Langkah-langkah tersebut hanya menghadirkan partisipan yang *limited* karena keterbatasan waktu dan dana. *Preview* langkah di atas akan mengakibatkan risalah konsep dan implementasi moderasi beragama terhenti pada partisipan tersebut atau orang-orang tertentu saja. Padahal moderasi beragama harus didesiminasikan kepada seluruh warga masyarakat termasuk mahasiswa.

Bertemali dengan fakta bahwa langkah sosialisasi implementasi moderasi beragama yang dilakukan dengan cara-cara konvensional di atas, kausalitas paling negatif

adalah warga masyarakat tertentu (non aparat sipil negara, non akademisi, masyarakat biasa, bahkan mahasiswa) tetap tidak tahu dan tidak peduli implementasi moderasi beragama. Level tertinggi negatif lainnya seperti radikalisme, *hate speech*, kekerasan atas nama keagamaan, kerusuhan, konflik berlatar agama, ekterimisme dan intoleransi akan tetap muncul bahkan meningkat dan mengancam negara kesatuan Republik Indonesia yang mungkin bisa terjadi dengan aktor utamanya adalah mahasiswa (E. Junaedi, 2019).

Catatan akibat tindakan non moderasi beragama seperti radikalisme, *hate speech*, kekerasan atas nama keagamaan, kerusuhan, konflik berlatar agama, ekterimisme dan intoleransi masih tinggi di Indonesia. Studi (Setiabudi et al., 2022) dan (Setara Institute, 2020) mencatat ada 846 peristiwa dan 1060 tindakan sepanjang 2014-2019 kurangnya implementasi moderasi beragama. Lebih lanjut, (Setara Institute, 2020) menempatkan Jawa Barat dan DKI Jakarta sebagai provinsi yang catatan intoleransi akibat non moderasi beragama mencapai 100 lebih, menyusul Jawa Timur, Jawa Tengah, Aceh, DI Yogyakarta, Banten, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Barat. Studi (The Wahid Institute, 2014) mengatakan pelanggaran paling banyak akibat non moderasi beragama masih terjadi di Jawa Barat. Namun studi (Melisa et al., 2016) menolak pernyataan

bahwa Jawa Barat adalah provinsi yang paling intoleran, justru kekerasan dan tindakan non moderasi beragama banyak terjadi di provinsi lain seperti Sumatera Barat, Kalimantan Selatan, dan Nusa Tenggara Barat. Dapat disimpulkan bahwa tindakan non moderasi beragama masih banyak terjadi bahkan tinggi di beberapa provinsi di Indonesia, terutama Provinsi Jawa Barat.

Menganalisis fakta hasil kajian dan realitas fenomena di atas, *Professional Whats App Basting* hadir untuk bisa menjadi bagian solusi permasalahan implementasi moderasi beragama dan bisa mengatasi serta prevensi masalah tindakan non moderasi beragama seperti di atas. Teknologi digital seperti Whats App Blasting dipandang hebat untuk mensosialisasikan dan menjawab problematika pendidikan dan permasalahan program pemerintah lainnya seperti moderasi beragama (Mubarak, 2018).

Whats App adalah sosial media dengan jumlah *user* terbanyak di Indonesia, 92,1 persen dari populasi jumlah penduduk Indonesia, dan mahasiswa adalah paling sering membuka aplikasi ini (Riyanto, 2023). Peneliti menggunakan *Professional Whats App Blasting* karena aplikasi ini bisa disinkronkan langsung dengan Whats App masyarakat. Aplikasi *Professional Whats App Blasting* bisa digunakan untuk *direct message* yang akan diterima langsung oleh

masyarakat di Whats Appnya masing-masing. Aplikasi *Professional Whats App Blasting* bisa memarketingkan, mempromosikan, menyuarakan dan mengimplementasikan moderasi beragama. Konten yang dikirimkan bisa links, literasi online, artikel, video, dan *flayers* konsentrasi implementasi moderasi beragama kepada ratusan mahasiswa dalam satu operasi klik walaupun peneliti tidak *save* nomor penerima pesan terlebih dahulu. Operasi *delivery* konten implementasi moderasi beragama dilakukan di waktu emas selama dua kali dalam sehari secara otomatis *one click operation* dan bukan dari Whats App group. Dengan *treatmen* kontinu dan terprogram setiap hari tersebut, *Professional Whats App Blasting* akan menjadi media *self study, self guided* atau *self acces learning* bahkan motivasi kepada subjek kajian dalam implementasi moderasi beragama.

Aplikasi *Professional Whats App Blasting* sangat cocok dan aplikasi terbaik di era digital marketing 4.0 sekarang untuk mempromosikan suatu program seperti moderasi beragama karena dunia semakin horizontal, inklusif dan sosial serta kehidupan semakin dinamis dengan adanya internet (Kartajaya, 2018).

Professional Whats App blasting akan *engage* dan *integrate* ruh dan implementasi moderasi beragama dengan cara yang variatif, interaktif, partisipatif, persuasif dan

motivatif kepada mahasiswa dari berbagai Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Provinsi Jawa Barat. Variatif berarti konten yang di share oleh *Professional What App Blasting* beragam bisa informasi links, literasi online, artikel, video, dan *flyers*. Interaktif mempunyai makna bahwa Whats App Blasting berperan menjadi *customer service* moderasi beragama dengan membuka ruang dialog dan diskusi melalui nomor chat admin. Partisipatif berarti semua subjek kajian bisa menyarankan atau memberikan saran kepada admin tentang konten dan format desain grafis implementasi moderasi beragama melalui *Professional Whats App Blasting*.

Persuasif dan motivatif mempunyai arti *Professional Whats App Blasting* mempunyai *power dan magnet* bagi mahasiswa untuk meningkatkan implementasi moderasi beragama setelah adanya treatmen

BAB II

HAKIKAT MODERASI AGAMA

Secara etimologi nosi moderasi bisa di derivasi dari bahasa Italia (*moderatio* artinya kesedangan, tidak berlebihan, tidak kekurangan), bahasa Inggris (*moderation* artinya paralel dengan rata-rata, tidak berpihak), bahasa Arab (*wasath* atau *wasathiyah* artinya tengah-tengah, adil, berimbang). Personal yang prioritas pada sikap adil, berimbang, tidak berpihak, tidak berlebihan, tidak kekurangan terhadap keyakinan, watak, moral orang lain dan atau kepada pemerintah disebut moderat (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019). Personal moderat juga selalu mencari jalan tengah yang berimbang dalam bertindak dan bersikap (Kamali, 2015).

Kata moderasi di unititaskan dengan kata beragama menjadi moderasi beragama. Kulminasi dari konsepsi moderasi beragama adalah penghindaran kekerasan, menjauhi ekstremisme dalam praktik beragama (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019). Moderasi beragama lebih detailnya lagi didefinisikan sebagai kesadaran dalam rekognisi realitas keagamaan yang kompleks dipengaruhi oleh variasi faktor sosial, kultur, dan histori. Moderasi beragama juga berisikan nilai-nilai positif

seperti toleransi, hormat menghormati, damai, adil, dan kemampuan untuk mengadaptasi semua nilai tersebut dalam konsep moderasi beragama (Hasanah, 2023).

Entitas moderasi beragama sangat penting bagi warga dan mendapat perhatian utama oleh Pemerintah Republik Indonesia (Daheri et al., 2023). Program moderasi beragama menjadi skala prioritas pemerintah dikarenakan Indonesia sebagai negara *megadiversity* yang mempunyai kemajemukan suku, ras, agama, bahasa, histori, etnis, dan budaya (Pajariantanto et al., 2023). Kemajemukan tersebut sangat berpotensi pada munculnya radikalisme, intoleransi, ekstremisme dan berbagai konflik. Daya rusak konflik akibat kemajemukan mengancam keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Nugraha et al., n.d.).

Moderasi beragama telah menyelamatkan keutuhan dan ketahanan Negara Kesatuan Republik Indonesia dan harapan baru untuk mengatasi apabila ada potensi perpecahan konflik akibat kemajemukan di atas (Wardani, Yaniah, Siti Sajaroh, Wiwi, 2022). Moderasi beragama dapat jadi solusi berbagai problematika yang bisa mereduksi ketahanan nasional dan peradaban global (Fahri & Zainuri, 2019). Moderasi beragama juga senjata paling ampuh dalam mengatasi konflik, radikalisme, bentrokan beratmosfir problematika kemajemukan yang berpengaruh pada

ketahanan nasional (Alam, 2017). Ketahanan negara dengan berbagai cara termasuk moderasi beragama adalah *effort* atau segala cara komprehensif kesatuan, keutuhan sebuah negara dan keselamatan bangsa dari ancaman dan gangguan seperti konflik internal kausalitas kemajemukan (Indrajit, 2020).

Variasi vitalisasi dan implementasi moderasi beragama telah tersegmentasi dalam konsep, aturan dan cara. Konsep vitalisasi dan implementasi moderasi beragama dilakukan dengan cara strategis sebagai berikut, a. pengarusutamaan moderasi beragama melalui berbagai diseminasi dan sosialisasi, b. infiltrasi moderasi beragama ke beragam program dan kebijakan yang dilembagakan serta mengikat, c. submisi moderasi beragama ke dalam rencana pembangunan jangka menengah nasional 2020 (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019). Studi (Wulandari & Sari, 2023) memberikan kontribusi tata cara implementasi beragama diantaranya; 1. Literasi keagamaan difasilitasi dalam bentuk elektronik, 2. Memperkuat konten moderasi beragama dalam hal akidah dan akhlak, 3. Meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler keagamaan, 4. Meningkatkan kualitas toleransi diantara siswa, pendidik dan tenaga kependidikan, 5. Pembentukan unit kerja khusus moderasi beragama untuk menyebarluaskan konsep,

pedoman dan strategi implementasi serta mempelajari perkembangan moderasi beragama, 6. Meningkatkan sistem pendidikan untuk konsentrasi penerapan model-model praktik moderasi beragama. Sumbangsih pemikiran (Musyahid et al., 2022) mengembangkan konsep nilai-nilai moderasi bermazhab yang dilakukan dengan cara memasukan konsep moderasi beragama dalam kurikulum dan kepada tugas akhir mahasiswa. Implementasi moderasi beragama menurut (Riyadi et al., 2023) dan (Daheri et al., 2023) harus dimasukan kepada seluruh materi dan pendekatan pembelajaran oleh pendidik. Kajian (Ulinnuha, 2022) memberikan gambaran implementasi beragama dengan cara insersi moderasi beragama ke mata kuliah, pelatihan/workshop/seminar, memasukan moderasi beragama ke dalam kurikulum, dan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Studi (Yusriadi et al., 2021) mendeskripsikan implementasi moderasi beragama melalui insersi moderasi beragama di kompetensi dasar semua silabus dan rencana pelaksanaan pembelajaran dan pemberian contoh moderasi beragama oleh pendidik ke siswa.

BAB III

WHATS APP, APA DAN BAGAIMANA?

Media sosial, perangkat pintar, dan teknologi internet telah memberikan kesempatan kepada pengguna untuk terhubung dan berinteraksi melalui platform media sosial digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Aplikasi media sosial digital telah merevolusi cara kita berkomunikasi. Individu dari berbagai usia dan latar belakang geografis kini semakin tertarik pada perangkat pintar, laptop, atau tablet (Alwi et al., 2014).

Smartphone adalah perangkat komunikasi yang sangat populer dan menjadi tren di era saat ini. Hampir semua orang merasa terdorong untuk membeli dan memiliki smartphone, yang digunakan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk berbagai tujuan lainnya. Alasan utama mereka untuk memiliki smartphone adalah karena perangkat ini memudahkan komunikasi dalam satu genggam tangan (Febriyanti Sutanto, Tomi Saputra, and Mirza 2023)

Terdapat berbagai aplikasi online yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi melalui smartphone, seperti Facebook, Instagram, email, Line, WhatsApp, dan lain-lain. Aplikasi-aplikasi ini dapat diinstal atau diunduh secara gratis dengan syarat dan ketentuan yang perlu disetujui oleh

pengguna. Setiap platform aplikasi ini dirancang sesuai dengan tujuan dan fungsinya masing-masing.

Aplikasi seperti Facebook, Instagram, email, Line, dan WhatsApp merupakan platform komunikasi yang sangat signifikan karena memiliki jumlah pengguna aktif yang tinggi. Banyak pengguna meyakini bahwa aplikasi-aplikasi ini efektif dalam memfasilitasi komunikasi, baik secara verbal maupun non-verbal.

Berdasarkan jenis media komunikasi, aplikasi tersebut dapat dikategorikan sebagai media komunikasi audio-visual. Media ini mampu menyampaikan pesan melalui suara maupun visual, seperti video, gambar, dan dokumen visual yang kompatibel.

Dari segi jenis media komunikasi yang berdasarkan kehadiran fisik, aplikasi ini termasuk dalam kategori media komunikasi yang dapat dioperasikan dengan bantuan perangkat seluler dan elektronik. Dengan menggunakan perangkat seluler, aplikasi ini dapat berfungsi secara optimal karena memungkinkan terjadinya interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Seiring perkembangan zaman, aplikasi ini semakin banyak digunakan di perangkat seluler seperti ponsel. Selain itu, aplikasi ini juga dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti internet. Tanpa adanya

koneksi internet, aplikasi ini tidak akan dapat beroperasi atau berjalan.

Platform atau aplikasi yang sering dipakai dan menjadi pilihan utama adalah WhatsApp. Aplikasi ini sangat terkenal di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu alasan mengapa aplikasi ini memiliki banyak pengguna adalah karena WhatsApp menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam mengirimkan pesan teks, suara, dan gambar, serta melakukan panggilan suara dan video.

WhatsApp adalah layanan pesan yang sangat kompatibel untuk digunakan baik di ponsel maupun komputer. Untuk menggunakan aplikasi ini di ponsel, Anda perlu melakukan proses instalasi yang sesuai dengan sistem operasi yang ada di ponsel tersebut. Sementara itu, jika Anda ingin menggunakan WhatsApp di komputer, cara yang paling mudah adalah dengan menjelajahi Google dan membuka aplikasi WhatsApp.

WhatsApp adalah aplikasi ponsel pintar yang dapat digunakan di hampir semua perangkat dan sistem operasi. Aplikasi ini telah diluncurkan sejak tahun 2010 dan dikembangkan oleh pendirinya dengan tujuan untuk menggantikan peran pesan singkat (SMS) yang terus menerus dikenakan biaya. Dengan adanya WhatsApp, orang-orang dapat mengirim pesan tanpa biaya dan dengan

kebebasan yang lebih. Sebagai alat untuk mengirim dan menerima pesan baik kepada individu maupun grup, WhatsApp memiliki berbagai fungsi, seperti mengirim pesan, melampirkan gambar, serta mengirim dan menerima file audio, video, dan tautan ke situs web. (Bouhnik & Deshen, 2014).

Whats App melayani pengguna online untuk mengirim atau menerima pesan seperti pesan gambar, video dan audio. Software rekanan tersedia di Apple iOS, google android, OS blackberry, handphone Microsoft windows (Blehch Amry, 2014) Whats App Inc didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton (Albergotti, 2014).

Perkembangan grafik messaging menggunakan Whats App, pada tahun 2012 Whats App membantu menyampaikan sepuluh milyar pesan perhari (Olanof 2012) Kemudian, Whast App Inc menyatakan selama Juni 2013, telah menangani proses pengiriman pesan sampai di angka dua puluh tujuh milyar perhari (Reisinger, 2013). Sebagai informasi tambahan, tujuh ratus juta image di share setiap harinya dan sepuluh juta pesan juga di share setiap harinya (Parmy Olson, 2013).

Perkembangan users Whats App melihatkan grafik luar biasa. Tahun 2013, Whats App adalah aplikasi yang banyak di download di seratus dua puluh tujuh negara (Tzuk,

2013). Pada tahun yang sama, data melihat bahwa Whats App mempunyai empat ratus lima puluh juta pengguna aktif tiap bulannya.

WhatsApp sebagai platform media sosial sangat membantu individu untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Cara penggunaan atau operasional yang sederhana membuat aplikasi ini mudah diakses oleh berbagai kalangan usia dan latar belakang. WhatsApp memfasilitasi komunikasi dengan semua orang yang memiliki smartphone, akses internet yang aktif, dan telah mengunduh aplikasi tersebut. Semua biaya yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi ini tidak lebih dari satu dolar dalam periode satu tahun (Bouhnik & Deshen, 2014).

Tiga fitur utama yang dapat ditemukan ketika mengklik atau membuka aplikasi WhatsApp atau WhatsApp Business adalah obrolan, pembaruan, dan panggilan. Setiap fitur tersebut memiliki fungsi dan tujuan yang spesifik serta dioperasikan dengan cara yang berbeda melalui aplikasi WhatsApp.

Fitur yang pertama adalah Chat. Chat adalah cara berkomunikasi antara satu individu dengan individu lainnya dari lokasi yang berbeda melalui jaringan. Fitur chat memiliki fungsi untuk mengirim dan menerima pesan, gambar, file audio, file video, serta membagikan tautan alamat web.

Dalam proses pengiriman pesan melalui fitur WhatsApp, langkah pertama yang harus dilakukan adalah memilih individu atau grup yang akan menerima pesan, baik berupa teks, gambar, atau file lainnya. Selanjutnya, ketik pesan yang ingin disampaikan atau unggah gambar dan file lainnya yang ingin dikirim, kemudian kirim dengan menekan ikon panah atau ikon khusus WhatsApp yang terletak di sudut kanan bawah layar smartphone atau perangkat lainnya. Pengirim pesan juga dapat menambah suasana atau intensitas pesan dengan mengirimkan emotikon yang telah tersedia secara standar di WhatsApp atau emotikon lain yang telah ditambahkan oleh pengguna sebelumnya.

Setelah mengunggah status, ada kemungkinan notifikasi atau informasi, baik berupa pesan teks, video, atau file lainnya, akan dibaca oleh teman-teman WhatsApp kita yang nomor ponselnya telah disimpan. Untuk melakukannya, klik pada pembaruan atau status, kemudian pilih status saya, dan Anda akan dapat melihat siapa saja teman atau orang yang telah melihat status, notifikasi, atau informasi yang kita bagikan.

Sistem dukungan WhatsApp mencakup fitur-fitur seperti grup baru, siaran baru, perangkat tertaut, pesan berbintang, dan pengaturan, yang masing-masing memiliki

fungsi dan tujuan sesuai dengan kebutuhan pengguna WhatsApp, seperti yang ditunjukkan dalam gambar.

Grup baru adalah fitur yang memudahkan dalam pembuatan grup di WhatsApp. Perusahaan atau komunitas tertentu dapat membuat grup dengan mengklik opsi grup baru, kemudian memasukkan nomor-nomor WhatsApp teman yang ingin diundang atau dimasukkan ke dalam grup yang akan dibentuk. Kapasitas maksimal orang yang dapat bergabung dalam pengaturan WhatsApp konvensional terbatas hanya hingga dua ratus lima puluh orang. Sementara itu, pada WhatsApp premium atau berbayar, jumlah orang yang dapat menjadi anggota grup tidak terbatas.

Perangkat tertaut (linked device) merupakan fitur dalam sistem dukungan WhatsApp yang memudahkan pengguna untuk mengakses WhatsApp melalui perangkat komputer pribadi atau laptop. Langkah pertama adalah membuka komputer pribadi atau laptop yang terhubung dengan internet, lalu membuka mesin pencari seperti Google Chrome, Mozilla Firefox, atau mesin pencari lainnya. Selanjutnya, ketik "WhatsApp Web" dan klik tampilan WhatsApp Web. Setelah itu, akan muncul layar yang meminta untuk memindai barcode yang perlu diintegrasikan dengan perangkat smartphone. Caranya adalah dengan mengklik titik tiga di bagian kanan atas tampilan WhatsApp, kemudian pilih

"linked device". Setelah itu, layar yang kompatibel untuk sinkronisasi dengan barcode dari WhatsApp Web akan muncul. Dekatkan smartphone ke layar, dan linked device akan berfungsi dengan baik. Fungsi dari linked device ini adalah untuk memungkinkan pengguna mengoperasikan WhatsApp dari perangkat lain yang terhubung, sehingga memudahkan pengguna untuk melihat tampilan WhatsApp di layar komputer atau perangkat lainnya. Kebanyakan pengguna memanfaatkan linked device untuk mengirim pesan dalam bentuk gambar, audio, atau video dalam jumlah besar yang telah disimpan di komputer, laptop, atau perangkat lainnya.

Pesan berbintang dalam WhatsApp memiliki fungsi untuk menandai pesan tertentu, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukannya atau mengingatnya di hari lain. Terkadang, pengguna lupa akan bagian penting dari pesan WhatsApp dan sulit untuk mencarinya jika diperlukan kembali, terutama karena banyaknya konten pesan yang tidak terorganisir. Berikut adalah cara untuk mengaktifkan fitur pesan berbintang: buka obrolan, kemudian klik dan tahan pada pesan yang ingin diberi bintang, lalu klik ikon bintang yang muncul di bagian atas menu.

Setelan (pengaturan) dapat diakses dengan cara yang sama seperti sistem dukungan WhatsApp lainnya, yaitu

dengan mengklik ikon tiga titik di sudut kanan atas tampilan WhatsApp dan memilih pengaturan. Konten sistem dukungan WhatsApp ini mencakup pengaturan akun, pengaturan privasi, pengaturan avatar, pengaturan notifikasi, pengaturan penyimpanan dan data, pengaturan bahasa aplikasi, pengaturan bantuan, dan pengaturan undang teman.

Dalam menu setting akun, pengguna akan dimudahkan bagaimana user mengelola notifikasi keamanan, memverifikasi dua langkah, mengatur perubahan nomor, mengatur orang yang meminta info akun, menambahkan akun dan menghapus akun.

Dalam setting privasi, pengguna bisa mengatur eksistensi online oleh pengguna Whast App lain, mengatur siapa saja yang bisa melihat foto profil kita, bisa mengatur siapa saja yang dapat melihat info akun pengguna, mengatur siapa saja yang melihat update pemberitahuan atau status pengguna, mengatur setingan laporan dibaca, mengatur jam berapa pesan akan disampaikan, mengatur siapa saja yang bisa menambahkan pengguna ke grup, bisa mengatur lokasi terkini, bisa mengatur panggilan, bisa melihat dan bahkan memblokir kontak orang lain yang dianggap tidak sopan atau meresahkan, bisa mengatur kunci sidik jari dan bisa mengatur serta melindungi IP dalam panggilan menghindari orang lain mengetahui lokasi pengguna.

Avatar adalah support sytem lainnya dalam Whats App blast. Fitur avatar membantu pengguna membuat avatar untuk dijadikan foto profil. Selain itu avatar yang dibuat bisa dijadikan emoticon atau stiker. Pengguna juga dapat menggunakan avatar untuk bereaksi pada pembaruan status orang lain.

Dalam setting chat terdapat tema dan wallpaper untuk mengatur tampilan layar dan pencahayaan chat. Selain itu, ada tombol yang berfungsi untuk tombol enter untuk mengirim, visibilitas media untuk menampilkan media yang baru diunduh, pesan video instan untuk memungkinkan pengguna mengetuk untuk beralih antara pesan suara dan video, dan mengatur ukuran font. Di dalam etting chat juga terdapat arsip chat yang berfungsi untuk membuat chat stay ketika pengguna menerima pesan baru. Selain itu, ada fitur cadangan chat untuk mengsinkronisasikan pesan dan media terhubung ke google drive sehingga pengguna bisa memulihkan cadangan ketika Whats App di instal ulang kembali. Transfer chat adalah setting transfer riwayat chat pengguna secara privat dan mendapatkan pesan terbaru tanpa menggunakan google drive. Terakhir dalam seting chat terdapat riwayat chat yang berfungsi mengatur ekspor chat, mengarsipkan semua chat, membersihkan semua chat dan menghapus semua chat.

Selanjutnya dalam support system Whats App terdapat notifikasi. Fitur tersebut memudahkan pengguna untuk mengatur suara panggilan atau suara teks masuk. Pengguna bisa menggunakan musik atau suara lain yang dijadikan ring tone. Selain itu, fitur tersebut membantu setting getar apabila ada panggilan atau pesan masuk.

Penyimpanan dan data adalah fitur lain yang ada di setting. Fitur ini berguna untuk mengelola penyimpanan data, mengatur penggunaan jaringan dan data baik untuk panggilan atau pesan, mengunduh otomatis media saat terhubung data seluler, terhubung ke Wi-Fi, atau saat roaming.

Bahasa aplikasi adalah fitur lain yang muncul dalam setting Whats App. Fitur ini membantu pengguna untuk mengatur bahasa mana yang dipakai untuk appearance penggunaan Whats App. Semua bahasa di dunia sudah dibantu dimasukan oleh provider Whats App.

Selanjutnya dalam setting Whats App, ada setting untuk memperoleh bantuan dari provider Whats App. Fitur ini melayani pengguna apabila ada keluhan atau kendala selama penggunaan Whats App. Selain itu, fitur tersebut juga menyediakan informasi ketentuan dan kebijakan privasi penggunaan Whats App. Info aplikasi Whats App secara keseluruhan juga terdapat dalam fitur bantuan.

Menu terakhir yang muncul dalam setting Whats App adalah undang teman. Fitur ini membantu pengguna untuk mengundang teman sebanyak-banyaknya untuk menginstal dan menggunakan Whats App.

Perkembangan aplikasi Whats App menghasilkan produk Whats App group. Aplikasi Whats App group sangat bisa membantu dalam pembuatan group dan berkomunikasi antar anggotanya. Kreator group bisa dikatakan manajer grup, seorang yang mempunyai hak penuh untuk menambahkan dan mengurangi anggota grup tanpa meminta izin terlebih dahulu. Walaupun begitu, semua anggota grup mempunyai hak sama untuk melihat semua pesan atau informasi yang dikirim dan bahkan bisa membalas pesan tersebut (Bouhnik & Deshen, 2014).

Baik Whats App dan juga Whats App group sering di pakai untuk membantu pengajar sebagai media pembelajaran. Pengajar merasa terbantu dengan appearance, fitur dan fungsi Whats App dan juga Whats App grup dalam menjelaskan materi apalagi pembelajarannya diadakan dengan jarak jauh. Aplikasi Whats App messenger sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media pembelajaran (Jumiatmoko, 2016).

Aplikasi Whats App adalah sosial media yang banyak dipilih untuk dijadikan fasilitas pembelajaran online.

Platform sosial media yang atraktif untuk pembelajaran online di Indonesia adalah Google Meet, Zoom App, Youtube, Whats App, Face book, Instagram dan E-Learning yang diciptakan oleh institusi (M. Junaedi et al., n.d.).

Selain Whats App dan juga Whats App group yang sering dijadikan media pembelajaran, ada yang dinamakan Whats App blast. Aplikasi ini sering dipakai untuk memudahkan pengguna dalam memberi pesan kepada ratusan atau bahkan ribuan orang dalam satu hari. Whats App blast bisa dijadikan media pembelajaran.

BAB IV

KONSEP WHATS APP BLASTING

A. Pengertian Whats App Blastin

Whats App Blasting merupakan aplikasi teranggih dan terbaik dalam *flow chart* pengiriman dan penerimaan *direct messages* (pesan langsung) kepada ratusan, ribuan bahkan jutaan orang dengan hanya satu klik operasi saat ini. Aplikasi Whast App Blast merupakan eskalasi kecanggihan *mixing* teknologi antara komputer dan Whats App. Aplikasi ini lebih hebat daripada *short messages broadcasting*, Whats App Broadcasting dan Whats App Group

Short Messages Broadcasting tidak terlalu efisien untuk mengirimkan pesan secara masif dikarenakan memerlukan biaya yang tidak sedikit. Hitungan sekarang, satu kali pengiriman pesan melalui aplikasi ini kena *charge* paling sedikit lima ratus rupiah. Apabila mengirimkan pesan kepada seratus orang saja, maka biaya yang diperlukan adalah lima ratus ribu rupiah, apabila mengirimkan pesan kepada satu juta orang maka biaya yang diperlukan adalah lima ratus juta rupiah. Angka yang besar yang harus dikeluarkan dibandingkan menggunakan Whats App Blast. Aplikasi Whats App Blast hanya memerlukan koneksi internet saja, *charging* biaya menurut observasi untuk

mengirimkan pesan kepada orang saja hanya memerlukan kurang dari satu mega byte atau setara nilainya interval seribu atau dua ribu rupiah. *Short Messages Broadcasting* sudah tidak digunakan lagi, ditinggalkan dan dilupakan oleh *user* dalam hal pengiriman pesan.

Whast App Broadcasting juga mempunyai kelemahan dalam teknis pengiriman pesan kepada orang banyak karena nomor Whats App penerima perlu di save dulu. Bayangkan kalau harus mengirimkan kepada jutaan orang melalui Whast App Broadcasting, kita harus menulis nomor Whats App sampai jutaan kali, dan rasionalisasinya jarang ada handphone yang bisa save sampai jutaan nomor Whats App. Whats App Blasting tidak memerlukan cara-cara tidak efektif tersebut, nomor Whats App tidak usah di save, hanya ditulis dengan bantuan Microsoft excel saja , lalu dimasukkan ke dalam kolom penerima pesan dalam aplikasi.

Whats App Group bukan aplikasi paling update dan bukan harapan baru lagi dalam mengirimkan pesan kepada orang banyak. Aplikasi ini justru *complicated* kalau di analisis lebih detail. Whats App Group konvensional (bukan premium) hanya bisa memuat paling maksimal sampai dua ratus lima puluh orang, tidak jutaan orang. Aplikasi ini bisa di ditambah jumlah penerimanya kalau di upgrade menjadi versi premium. Biaya upgrade Whats App group agak tinggi

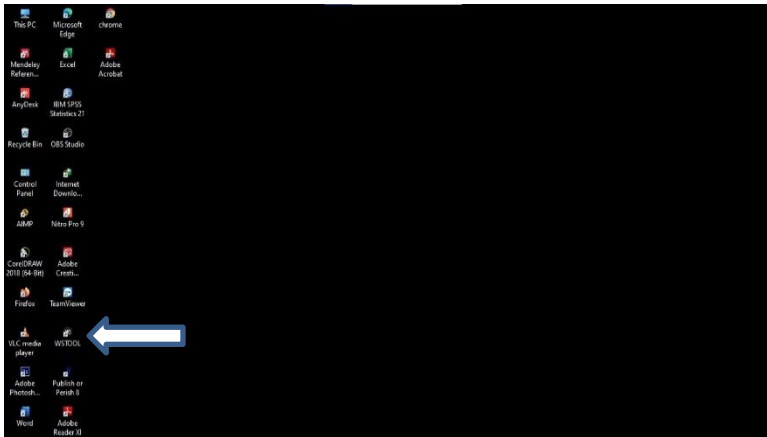
dan hanya berlaku paling sampai tiga bulan. Whats App Group agak mengganggu waktu pembuat group dalam memasukan nomor-nomor Whats App ke dalam group yang dibuat. Kelemahan paling tidak bisa diterima dari Whats App Group adalah pesan dimungkinkan tidak semua terbaca oleh anggota grup dikarenakan pesan tidak langsung diterima oleh nomor Whats APP masing-masing. Hal ini berakibat fatal apabila ada informasi penting tidak terbaca oleh semua anggota grup.

Kehebatan performa Whats App Blasting terletak pada kemudahan, berterima, instan dalam pengoperasian, *tagging* psikologi penerimas pesan, efektif dan efisien, interaktif dan minim error bahkan no error. Aplikasi ini mudah digunakan dan berterima untuk pengiriman pesan karena orang sudah tahu fitur Whats App secara komprehensif. Instan dalam pengoperasian maksudnya aplikasi ini digunakan dengan hanya memasukan nomor Whats App yang di submisi dari excel, kemudian menulis pesan, teks, video, flayer atau informasi jenis apapun dikolom khusus. Definisi *tagging* psikologi penerima pesan dikarenakan aplikasi ini bisa menulis nama penerima pesan secara otomatis, tanpa ditulis oleh pengirim pesan, sehingga penerima pesan akan terasa lebih nyaman, di hargai, dihormati, dan di persuasi. Efektif dan efisien maksudnya

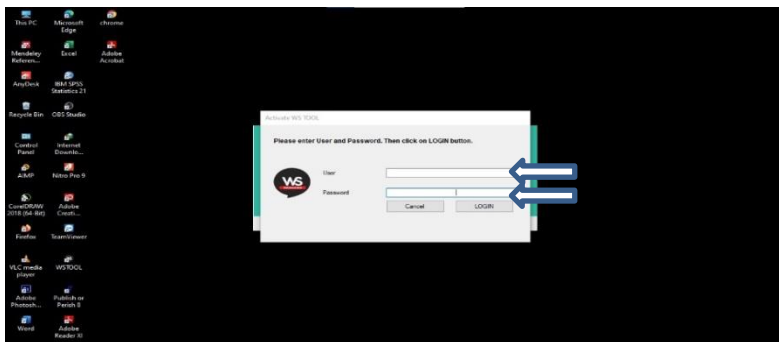
aplikasi ini bisa mengirim pesan kepada ribuan bahkan jutaan orang dalam waktu yang singkat dan otomatis serta *priceless*, tidak memerlukan biaya yang tinggi. Interaktif mempunyai makna bahwa aplikasi ini memungkinkan adanya interaksi penerima pesan dengan pengirim pesan. Kelebihan lain dari aplikasi Whats App Blasting adalah tidak ditemukan eror sedikitpun baik dari pesan yang dikirim maupun subjek penerima. Pesan atau konten yang dikirim akan sesuai yang ditulis dikolom pesan, begitupun juga personal penerima, pesan akan tersampaikan langsung kepada penerima seharusnya sesuai settingan aplikasi (Permadi & Munir, 2023).

Cara kerja atau *flow chart* kerja Whats App Blast sangat sederhana dan bisa dilakukan oleh semua orang. Langkah pertama, siapkan komputer dan handphone, kemudian open atau buka aplikasi Whats App Blast yang sudah terinstal di desktop komputer atau laptop dan pasti kemudian akan muncul layar dialog Whats App Blasting. Langkah kedua, masukan nomor handphone yang telah di convert ke Microsoft excel. Langkah ketiga, tulis pesan atau notifikasi dalam bentuk lainnya dan setting nama penerima pesan. Langkah ketiga kirim pesan tetapi sinkronisasikan dulu dengan Whats App Web, dan scan barcode yang muncul dengan menggunakan hanphone pengirim pesan. Secara

visual langkah-langkah cara kerja Whats App Blasting dideskripsikan sebagai berikut:



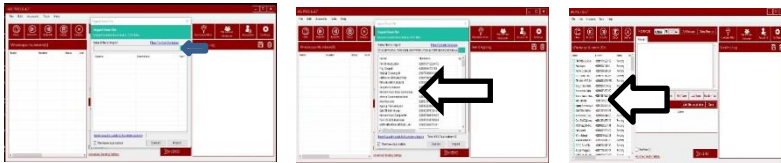
Membuka aplikasi Whats App Blasting yang sudah terinstal di laptop



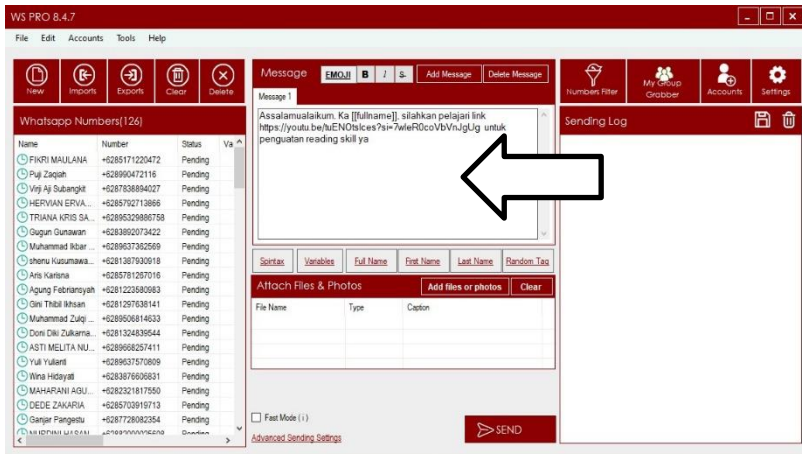
Entry username dan aplikasi Whats App Blasting



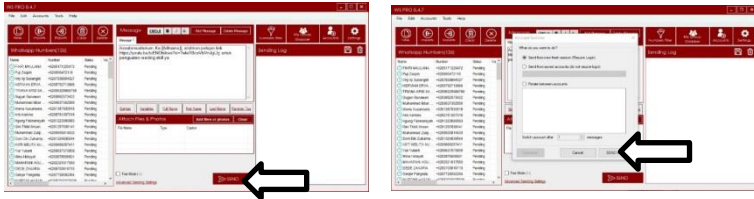
Aplikasi Whats App Blasting terbuka



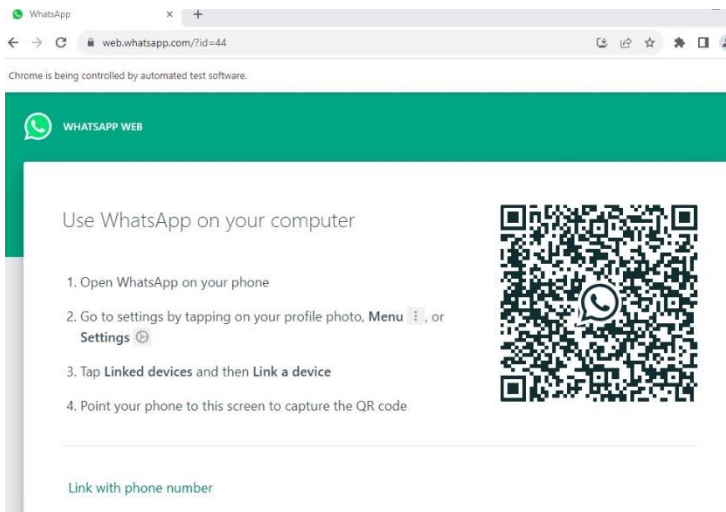
Submisi nomor penerima pesan di Whats App Blasting secara otomatis



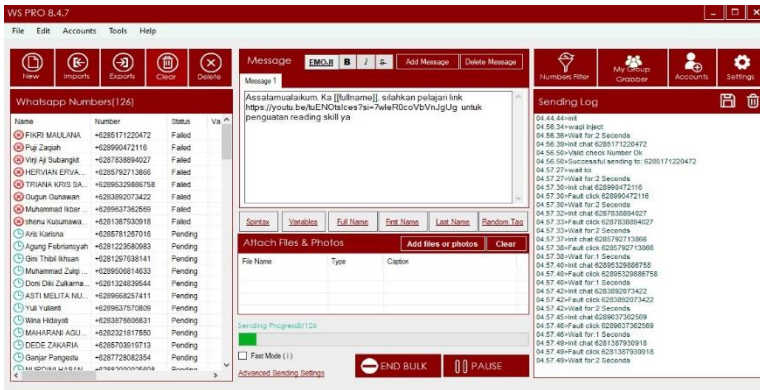
Penulisan pesan dan setting nama penerima pesan di Whats App Blasting secara otomatis



**Klik send untuk mulai proses pengiriman pesan di Whats App
Blasting secara otomatis**



**Sinkronisasi Whats App Blasting dengan handphone untuk
memulai pengiriman pesan secara otomatis**



Proses pengiriman pesan melalui Whats App Blasting secara otomatis kepada ribuan orang

Whats App Blasting versi seperti diatas limited, tidak mampu mengirim pesan sesuai dengan order jam emas marketing atau jam cocok untuk menerima informasi atau sesuai dengan keinginan wakru pengirim pesan agar informasi diterima. Dalam kajian yang akan dilakukan, peneliti mencoba mengupgrade Whats App Blast sender ke yang lebih professional yang mampu mengirimkan pesan sesuai dengan keinginan sender (pengirim pesan) agar informasi diterima di jam emas atau sesuai dengan keinginan waktu sender.

B. Professional Whats App Blasting

Peneliti mengembangkan Whats App blast sender untuk adjustifikasi kajian ini. Whats App blast sender dieskalatikan agar pesan terkirim sesuai dengan keinginan

sender (pengirim pesan) agar informasi diterima di jam emas atau sesuai dengan keinginan waktu sender. Berikut deskripsi Professional Whats App Blast sender untuk keperluan kajian digital marketing sosialisasi moderasi beragama:

1. Panduan Penggunaan

Ini adalah bagian terpenting dari sebuah aplikasi yaitu tutorial penggunaan aplikasi dari mulai autentikasi sampai dengan mematikan aplikasi. Silahkan untuk disimak secara seksama panduan berikut ini.

2. Authentication

Langkah pertama yang harus kita lakukan adalah proses autentikasi. Apa itu proses autentikasi? proses ini untuk memasang *IP Address*, kemudian memasang ID pengguna agar aplikasi tidak sembarangan digunakan, dan yang terakhir adalah Scan QR Code untuk menggunakan akun Whatsapp yang menjadi akun pengirim pesan.

a. Halaman Utama

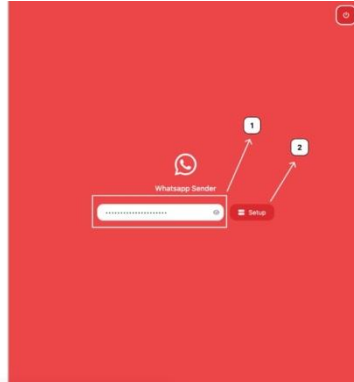
Berikut ini adalah halaman awal ***Whatsapp Blast Sender Untuk Moderasi Beragama***. Ada beberapa hal penting yang harus diketahui yaitu:

- Nomor 1: kolom untuk menyimpan ***IP Server***.
- Nomor 2: tombol untuk menjalankan aplikasi jika ***IP Server*** sudah dimasukan.

Whatsapp Blast Sender Untuk Moderasi Beragama

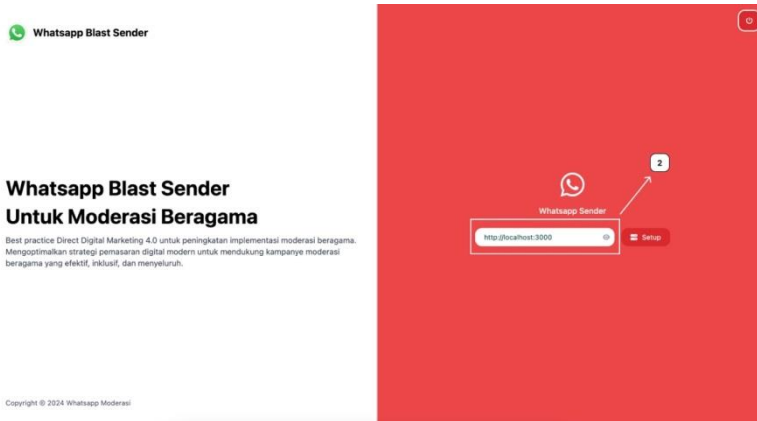
Best practice Direct Digital Marketing 4.0 untuk peningkatan implementasi moderasi beragama.
Mengoptimalkan strategi pemasaran digital modern untuk mendukung kampanye moderasi beragama yang efektif, inklusif, dan menyeluruh.

Copyright © 2024 Whatsapp Moderasi



b. Pasang IP Server

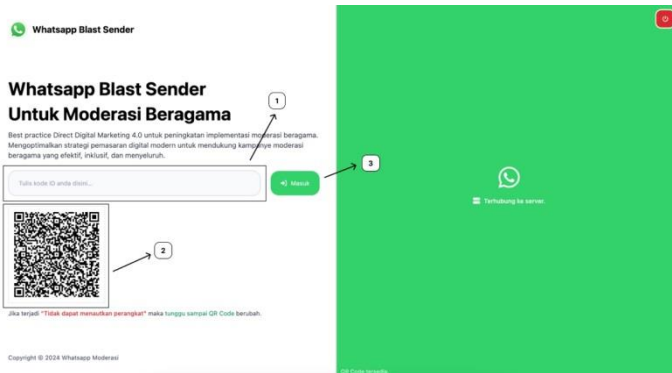
Penting untuk mengetahui **IP Server Whatsapp Blast Sender** yang sedang berjalan. Setelah memiliki IP Server, dan input ke kolom kemudian klik tombol *setup*.



c. *Sign In* dengan ID Pengguna dan **Scan QR Whatsapp Tautan**

Pastikan untuk mengetahui kode ID Pengguna anda. Kemudian ada beberapa poin penting yang saya tulis, yaitu:

- Nomor 1: kolom untuk menyimpan ID Pengguna anda.
- Nomor 2: **Scan QR Code Whatsapp Tautan**. Silahkan untuk scan ini melalui aplikasi whatsapp yang terpasang di ponsel smartphone anda.
- Nomor 3: tombol untuk masuk / *Sign In* aplikasi menggunakan ID Pengguna.



3. Penjadwalan Pesan

Fitur aplikasi terbaru ini adalah penjadwalan pesan, pesan bisa dikirim sesuai dengan jadwal yang kita sesuaikan. Berikut ini adalah hal-hal penting terkait persiapan pengiriman pesan sampai penjadwalan pesan.

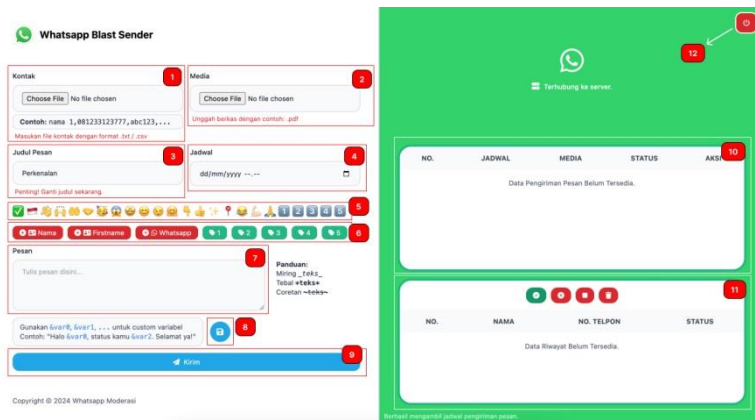
a. Pengenalan menu penjadwalan pesan

Ini adalah halaman pengiriman dan penjadwalan pesan. Ada beberapa menu yang tersajikan. Dimulai dari kolom pengiriman pesan, sampai dengan jadwal serta riwayat pengiriman pesan. Maka dari itu berikut adalah poin penting yang saya tulis:

- nomor 1: kontak ini digunakan untuk mengunggah kontak target, menggunakan format file dengan **ekstensi .txt** dengan **contoh penulisan yang tertera** di contoh. **Penting** untuk mengikuti format yang sesuai.

- nomor 2: media digunakan jika kita ingin **mengirim media** seperti gambar. Silahkan unggah gambar, rekomendasi size **tidak boleh lebih dari 1MB**.
- nomor 3: judul pesan digunakan untuk menandai pesan yang akan kita kirimkan.
- nomor 4: jadwal untuk kita atur kapan pesan tersebut akan dikirimkan kepada target.
- nomor 5: emoticon untuk menambahkan variasi di dalam teks pesan.
- nomor 6: tag ini digunakan untuk mengambil nama, nama awal, no whatsapp, atau tag lain yang diperlukan. Misalnya di target anda menulis Uzumaki Naruto,6281286501015,IPA 1. Berarti tombol Nama itu adalah Uzumaki Naruto, tombol Firstname adalah Uzumaki, tombol Whatsapp adalah 6281286501015, dan tag 1 adalah IPA 1.
- nomor 7: ini adalah kolom pesan, silahkan untuk menulis pesan yang akan dikirimkan.
- nomor 8: digunakan untuk menyimpan pesan sementara, jika aplikasi tertutup, maka pesan akan bisa kembali digunakan.
- nomor 9: tombol kirim digunakan untuk mengirim pesan dan mendaftarkannya kepada kolom jadwal di nomor 10.

- nomor 10: tabel jadwal pesan, ini adalah pesan-pesan yang sudah disimpan dan menunggu waktu yang sesuai kemudian mengirimkan pesan secara otomatis.
- nomor 11: tabel riwayat pesan, ini adalah daftar kontak yang sudah dikirim pesan, terkirim ataupun gagal terkirim.
- nomor 12: digunakan untuk mematikan aplikasi.

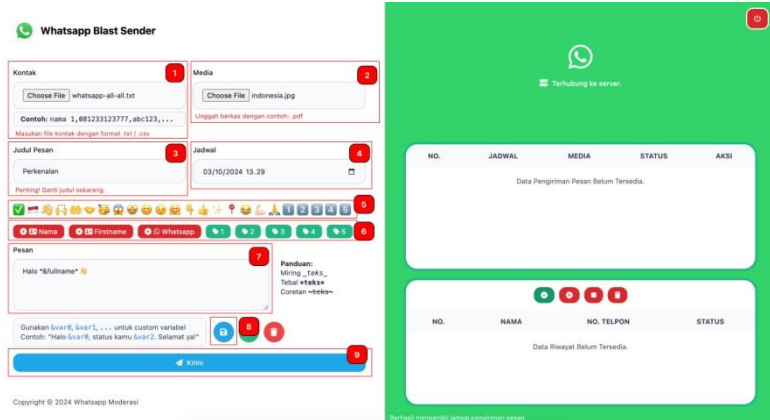


b. Pembuatan dan penjadwalan pesan

Setelah mengenali menu-menu yang tersedia, maka kita siap untuk mengirimkan pesan. Silahkan untuk menyiapkan kontak, media, judul pesan, jadwal serta pesan yang akan dikirimkan. Berikut ini adalah contoh dalam pengiriman pesan:

- nomor 1: file yang diunggah format **.txt** dengan kontak yang sudah didaftarkan.

- nomor 2: mengirim file gambar dengan nama **indonesia.jpg**
- nomor 3: judul pesan **“Memperkenalkan”**
- nomor 4: jadwal dikirim di **11/09/2024 15:02**



- nomor 7: pesan yang akan dikirimkan

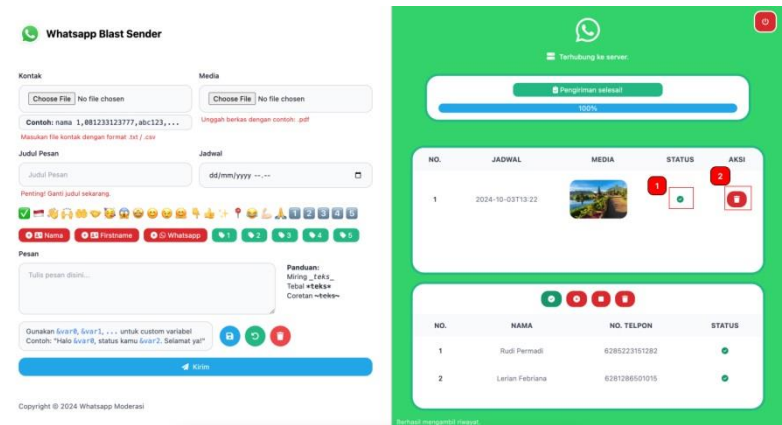
4. Pengiriman Pesan

Proses pengiriman pesan adalah proses dimana kontak yang kita daftarkan akan dikirimkan pesan satu per satu menggunakan aplikasi ini. Ada kontak yang terdaftar akun whatsapp, dan ada yang tidak terdaftar, maka itu ditandai dengan ikon ceklis dan silang di riwayat pengiriman pesan. Berikut ini adalah hal-hal yang penting untuk diketahui:

- a. Status pesan belum dikirim

Ini adalah contoh pesan yang belum dikirim, bisa karena waktu sudah terlewat atau waktu belum sesuai. Maka akan muncul poin nomor 1 dengan ikon silang berwarna merah.

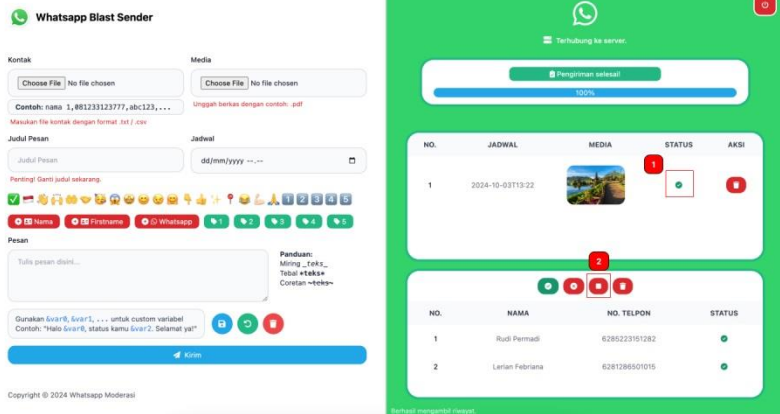
- nomor 1: tanda pesan belum dikirim atau tidak terkirim
- nomor 2: tombol hapus jadwal pesan untuk membatalkan atau menghapus



b. Status pesan sedang atau sudah dikirim

Ini adalah contoh pesan yang sudah terkirim. Maka akan muncul poin nomor 1 dengan ikon ceklis berwarna hijau.

- nomor 1: ikon ceklis berwarna hijau tanda pesan sedang atau sudah dikirim



- nomor 2: tombol untuk membatalkan proses pengiriman pesan jika ada kesalahan pengiriman

Setelah mengirim pesan, maka riwayat akan tercatat secara baik di aplikasi. Dimulai dari kontak yang terkirim, dan yang tidak terkirim. Riwayat ini bisa kita gunakan untuk keperluan laporan, atau bisa kita evaluasi kenapa kontak tidak terkirim, atau mungkin ada nomor yang tidak aktif terdaftar di whatsapp.

1. Mengunduh kontak terkirim

Kontak-kontak yang terkirim pesan bisa kita unduh riwayatnya dengan cara meng-klik tombol ceklis berwarna hijau di poin nomor 1 kemudian akan memunculkan berkas berformat .txt

2. Mengunduh kontak tidak terkirim

Kontak-kontak yang tidak terkirim bisa kita unduh riwayatnya dengan cara meng-klik tombol silang berwarna

merah di poin nomor 2 kemudian akan memunculkan berkas berformat .txt

3. Menghapus riwayat pengiriman pesan

Tombol hapus riwayat digunakan untuk menghapus seluruh riwayat pengiriman pesan. Harap lakukan penghapusan secara berkala untuk meringankan beban aplikasi.

BAB V

PEMAHAMAN DASAR DIGITAL

MARKETING

Marketing atau pemasaran intinya adalah program atau bisnis. Marketing bukan hanya untuk bisnis, tapi harus di bawa ke ranah lebih tinggi, lebih strategis misalnya untuk suksesi program (Kartajaya, 2022). Tanpa marketing, sebuah program tidak akan tersosialisasikan dan tidak akan berjalan dengan baik.

Lebih lanjut, (Priansa, 2021) mengatakan bahwa marketing merupakan fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada masyarakat (konsumen) dan untuk membangun hubungan konsumen yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak berkepentingan terhadap organisasi.

Marketing merupakan sebuah konsep yang dapat menjadi kekuatan sebuah organisasi ketika menghadapi beragam tantangan di masa kini bahkan di masa depan (Kotler et al., 2023)

Pada era kemajuan teknologi, marketing sudah mulai banyak perubahan (Bala & Deepak Verma, 2018). Marketing

konvensional sudah mulai dikonversi menjadi marketing digital dengan pemanfaatan alat elektronik, komputer dan internet (Nugroho, 2016) dan (Arifin et al., 2019). Gelombang horizontalisasi yang didorong oleh perkembangan internet tersebut mengubah elemen strategi marketing ke yang efisien diantaranya marketing digital (Kartajaya, 2022). Penggunaan digital tools dalam marketing telah banyak menarik banyak peneliti untuk pengembangan proyek marketing (Toukola et al., 2023).

Menurut (S.Naik & Suresha, 2023), (Sivasubramani, 2019) dan (Jadimath & Sheetlan, 2022) marketing digital adalah pemasaran produk, jasa, *service*, program dengan menggunakan teknologi internet, bisa juga dilakukan di handphone, iklan display dan bentuk media digital lainnya.

Lebih lanjut, marketing digital adalah metode pemasaran baik produk maupun program dengan menggunakan media internet, hardware, software, fiber optic (T. Haryanto & Nur Azizah, 2021) Pemasaran digital merupakan sebuah proses membangun dan menjaga customer relationship melalui aktivitas secara online yang dapat memuaskan tujuan dari kedua belah pihak (Mohammed et al., 2003).

Penggunaan digital marketing sangat signifikan merubah bagaimana perusahaan atau instansi

mempromosikan, mensosialisasikan, memasarkan produk atau programnya kepada konsumen atau masyarakat (Rizvanović et al., 2023). Digital marketing telah mengalami evolusi ke yang lebih tinggi, bukan hanya penggunaan media digital untuk memasarkan produk atau program, tetapi lebih fokus kepada bagaimana memenangkan masyarakat tertarik dengan produk dan atau program yang sedang di promosikan, mempertahankan mereka, dan meningkatkan program atau merk, dan juga mengembangkan arusutrama program atau penjualan (Junior Cardoso da Silva et al., 2023).

Aplikasi *Professional Whats App Blasting* merupakan aplikasi *direct digital marketing* 4.0 karena merupakan insersi beberapa kecanggihan teknologi seperti program komputer, bahasa *broadcasting*, integrasi dengan smartphone, dan integrasi dengan internet. Selain itu, aplikasi ini bisa mendorong user bukan hanya untuk mengenalkan postur serta fungsi program atau produk (marketing 1.0), tetapi juga bisa memberi ruang *compatible* bagi masyarakat terhadap pilihan program/produk dan fungsi (marketing 2.0) serta bisa memotivasi dan melibatkan masyarakat kepada ranah sosial dan lingkungan untuk mengimplementasi program/produk dan memahami program/produk (marketing 3.0).

Aplikasi *Professional Whats App Blast* tidak hanya bisa dipakai untuk kegiatan bisnis saja, tetapi aplikasi ini juga bisa membantu institusi pemerintah, kementerian, BUMN, instansi swasta, perusahaan swasta, lembaga pendidikan dalam mensoialisasikan program seperti implementasi moderasi beragama (Permadi & Munir, 2023).

Aplikasi *Professional Whats App Blasting* mempunyai performa sangat meyakinkan dalam promosi, diseminasi, implementasi beragama. Bahkan diyakinkan akan memenangkan hati masyarakat untuk mempertahankan moderasi beragama, dan menyebarluaskan implementasi moderasi beragama ke masyarakat lainnya.

BAB VII

PROFESSIONAL WHATS APP BLASTING SEBAGAI BEST PRACTICE DIRECT DIGITAL MARKETING 4.0 UNTUK PENINGKATAN IMPLEMENTASI MODERASI BERAGAMA

A. Pengantar

Megadiversity atau keanekaragaman Indonesia dalam agama, suku, etnis, budaya, bahasa hendaknya dijaga dengan memupuk dan mengimplementasikan moderasi beragama agar tercipta sikap saling menghormati dan harmonis khususnya di era digital (Arenggoasih & Pertiwi, 2023). Potensi problem dan konflik kausalitas kemajemukan di Indonesia sangat tinggi dan bisa muncul kapan saja, oleh karena itu implementasi moderasi beragama harus terus di suarakan, diarus utamakan demi menghindari, mencegah bahkan menjadi solusi dalam mengatasi konflik salah satunya dengan pemanfaatan media social (Widiningtyas Wibowo & Siti Nurjanah, 2021).

Implementasi moderasi beragama bisa dimarketingkan, dipromosikan, disuarakan, diarusutamakan

secara digital melalui media sosial karena jumlah pengguna media sosial yang aktif sangat banyak di Indonesia. Tahun 2020, (A. T. Haryanto, 2020) mencatat ada 175,2 juta pengguna internet di Indonesia, tahun 2023 ada 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia (Widi, 2023). Selain itu, di era digital ini, masyarakat sangat meyakini dan tergantung pada kecepatan teknologi informatika, salah satunya sosial media (Ranney, 2015).

Survey (Riyanto, 2023) mencatat *average time* penggunaan internet adalah tujuh jam empat puluh dua menit. Sedangkan rata-rata penggunaan sosial media oleh masyarakat Indonesia adalah tiga jam delapan belas menit. Variasi proyeksi penggunaan internet adalah sebagai berikut 83,2 persen untuk penemuan informasi, 73,2 persen untuk penemuan ide, 73 persen untuk koneksi teman dan keluarga, 65,3 persen untuk pengisian waktu luang, 63,9 persen untuk pencarian berita dan kejadian terkini 61,3 persen untuk konsumsi tayangan tv, video dan film. Variasi proyeksi masyarakat Indonesia dalam penggunaan media sosial adalah sebagai berikut adalah 60,6 persen koneksi dengan teman dan keluarga, 58,2 persen untuk mengisi waktu luang, 51,2 persen untuk mengetahui apa yang dibicarakan orang, 50,4 persen untuk pencarian inspirasi tentang apa yang akan dilakukan atau produk (Riyanto, 2023).

Sosial media yang paling banyak usernya, banyak diakses dan hampir tiap waktu digunakan di Indonesia adalah Whats App sekitar 92,1 persen dari jumlah populasi di Indonesia, diikuti Instagram 86,5 persen, Facebook sebanyak 83,8 persen, dan Tiktok menempati urutan keempat 70,8 persen (Riyanto, 2023). Catatan ini membarukan tiga sosial media yang sering digunakan pada survey tahun 2022, yaitu Youtube, Whats App dan Instagram (Boyle, 2022). Penjelasan dalam paragraph ini membuktikan bahwa Whats App sangat populer (Biemans, 2023).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi moderasi beragama untuk mencegah ekstremisme, radikalisme, *hate speech*, intoleransi yang bisa memecah persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia bisa dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah Whats App yang merupakan media sosial dengan jumlah user terbanyak di Indonesia.

Dalam hal teknis pelaksanaan kajian, masyarakat atau mahasiswa akan menerima sosialisasi dan implementasi moderasi beragama di Whats App secara langsung melalui bantuan *professional Whats App Blasting*. Aplikasi professional Whats App Blasting bisa dikategorisasikan sebagai *direct digital marketing 4.0*, karena mengintegrasikan dan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dengan bantuan

aplikasi ini, pesan implementasi moderasi beragama bisa disetting untuk dikirim dengan cepat dan mudah kepada masyarakat setiap hari- Pesan dikirim dua kali sehari kepada ratusan orang dengan hanya satu klik dan di setting waktu penerimaan pesan. Waktu penerimaan pesan disetting di jam-jam emas sehingga masyarakat langsung membuka pesan implementasi moderasi beragama langsung.

Flow chart treatment kecanggihan aplikasi *professional* Whats App blasting setiap hari tersebut akan memberikan kontribusi positif terhadap implementasi moderasi beragama. Indeks implementasi beragama akan meningkat sehingga kerukunan, keharmonisan, persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia akan terjaga selamanya

B. Aplikasi Professional WhatsApp Blast

Setelah menganalisis hasil kajian di atas, dapat disimpulkan bahwa Professional WhatsApp Blast proyektif sebagai metode terbaik untuk marketing digital 4.0 dalam peningkatan implementasi moderasi beragama bagi mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di Jawa Barat. Data kuantitatif dari kalkulasi statistik dan data kualitatif wawancara kajian ini sinkron satu sama lain, tidak ada yang mereduksi atau menolak

bahwa platform ini tidak efektif dalam pengarusutamaan moderasi beragama.

Data kuantitatif Professional WhatsApp Blast menunjukkan sangat signifikan secara kalkulasi statistik dalam peningkatan implementasi moderasi beragama setelah di adakan treatment selama dua puluh lima hari dengan sharing flyer. Setiap hari mahasiswa sampel menerima dua flyer informatif dan inspiratif mengenai implementasi moderasi beragama.

Hasil data kualitatif wawancara kajian ini menunjukkan bahwa penggunaan Professional Whats App Blast sebagai strategi digital marketing memiliki dampak positif dalam implementasi moderasi beragama di kalangan mahasiswa PTKIS Jawa Barat. Mahasiswa merasa lebih terlibat, mendapatkan informasi yang relevan, dan memiliki kesempatan untuk berinteraksi satu sama lain. Point of view lain dari data kualitatif wawancara adalah flyer yang di share, dapat disimpulkan bahwa konten-konten flyer yang dibagikan melalui WhatsApp Blast memiliki peran signifikan dalam meningkatkan implementasi moderasi beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam di Jawa Barat. Konten yang informatif, menarik, dan edukatif tidak hanya meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang moderasi

beragama, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan yang mendukung nilai-nilai tersebut.

Metode pengarusutamaan moderasi beragama melalui professional Whats App Blast tidak hanya efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang relevan dengan cepat dan efisien. Dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, penggunaan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp blast telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran digital yang modern.

Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan bagaimana WhatsApp Blast dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang moderasi beragama. Menurut data yang diperoleh dari survei, lebih dari 80% mahasiswa PTKIS di Jawa Barat aktif menggunakan WhatsApp sebagai sarana komunikasi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa platform ini memiliki potensi yang besar untuk dijadikan alat dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama di kalangan mahasiswa. Dengan memanfaatkan platform yang sudah familiar bagi mereka, pesan-pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan dipahami.

Penerapan metode ini juga memungkinkan pengiriman pesan yang bersifat mendidik dan informatif,

seperti flyer tentang toleransi antarumat beragama, pentingnya moderasi dalam beragama, serta contoh-contoh praktik baik dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks masyarakat yang semakin beragam, penyampaian informasi yang menekankan nilai-nilai toleransi menjadi sangat penting. Melalui flyer yang dirancang dengan baik, masyarakat dapat diajak untuk memahami dan menghargai perbedaan yang ada, sehingga mengurangi potensi konflik yang mungkin timbul akibat kesalahpahaman. Selain itu, pentingnya moderasi dalam beragama juga perlu ditekankan, mengingat bahwa ekstremisme sering kali berakar dari pemahaman yang sempit dan intoleran terhadap keyakinan orang lain. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami, masyarakat dapat lebih terbuka terhadap dialog antaragama yang konstruktif.

Sebagai contoh, flyer yang memuat informasi tentang berbagai praktik baik dalam kehidupan sehari-hari dapat memberikan inspirasi bagi individu untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam interaksi mereka. Praktik seperti saling menghormati saat beribadah, berpartisipasi dalam kegiatan lintas agama, atau bahkan hanya sekadar berbagi pengalaman positif antar pemeluk agama yang berbeda, dapat membantu membangun jembatan komunikasi yang lebih baik. Data menunjukkan bahwa komunitas yang aktif

berinteraksi lintas agama cenderung memiliki tingkat konflik yang lebih rendah dan rasa saling pengertian yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan hubungan antarumat beragama tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga bagi stabilitas sosial secara keseluruhan.

Dari sudut pandang strategis, penggunaan Professional WhatsApp Blast sejalan dengan tren marketing digital 4.0 yang mengedepankan personalisasi dan interaksi langsung dengan audiens. Dengan pendekatan ini, pesan-pesan tentang moderasi beragama dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi mahasiswa. Ini akan meningkatkan kemungkinan bahwa pesan tersebut akan diingat dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat untuk membangun komunitas yang lebih solid di antara mahasiswa. Dengan menciptakan ruang bagi diskusi dan pertukaran ide, platform ini dapat memfasilitasi pemahaman yang lebih baik tentang moderasi beragama dan mengurangi potensi konflik yang mungkin timbul akibat perbedaan pandangan. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan dan organisasi pemuda untuk mengadopsi strategi komunikasi yang inovatif ini,

memastikan bahwa pesan-pesan penting dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh generasi muda. Dengan demikian, upaya untuk mempromosikan moderasi beragama tidak hanya akan lebih efektif, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan yang lebih harmonis dan saling menghormati di kalangan mahasiswa.

Keterbatasan kajian ini adalah konten yang di share hanya berupa flyer. Penting untuk menyoroti bahwa keberhasilan implementasi metode ini juga bergantung pada kualitas konten yang disampaikan. Konten yang menarik, informatif, dan relevan akan lebih mudah menarik perhatian mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan materi yang baik dan melibatkan ahli di bidang moderasi beragama sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif.

Kesimpulannya, penggunaan Professional WhatsApp Blast sebagai metode marketing digital 4.0 menawarkan peluang yang signifikan untuk meningkatkan implementasi moderasi beragama di kalangan mahasiswa PTKIS Jawa Barat. Dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada dan menjadikannya sebagai alat untuk pendidikan dan diskusi, diharapkan akan tercipta generasi mahasiswa yang lebih toleran dan moderat. Untuk mencapai tujuan ini, kolaborasi antara mahasiswa, dosen, dan pihak pengelola kampus

sangat diperlukan dalam merancang dan melaksanakan program-program yang relevan dan efektif

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. (2017). Studi Implementasi Pendidikan Islam Moderat Dalam. *Jurnal Islamika*, 17.
- Albergotti, R. M. D. R. E. M. (2014). Facebook's \$19 Billion Deal Sets High Bar. . *The Wall Street Journal*. Pp. A1, A6.
- Alwi, N. H. M., Mahir, N. A., & Ismail, S. (2014). Infusing Social Media in Teaching and Learning (TnL) at Tertiary Institutions: A Case of Effective Communication in Universiti Sains Islam Malaysia (USIM). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 155, 265–270.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.290>
- Anggoro. (2007). *Metode Kajian (Edisi Kedua)*. Universitas Terbuka.
- Arif, K. M. (2021). Concept and Implementation of Religious Moderation In Indonesia. *Al-Risalah*, 12(1), 90–106.
<https://doi.org/10.34005/alrisalah.v12i1.1212>
- Arifin, B., Hudalil, A., & Ahirudin. (2019). *konsep Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran*.
- Aulia Rahmawati, Debita Maulin Astuti, Faiz Helmi Harun, & M. Khoirur Rofiq. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Penguatan Moderasi Beragama Di Kalangan*.

- <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/6495>
- Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. (2019). *Moderasi Beragama*.
- Bala, M., & Deepak Verma, M. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type:-Review and Viewpoint. *International Journal of Management*, 8.
- Biemans, W. (2023). The impact of digital tools on sales-marketing interactions and perceptions. *Industrial Marketing Management*, 115, 395–407. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.10.015>
- Blehch Amry, A. (2014). The Impact of Whatsapp Mobile Social Learning on The Achievement and Attitudes of Female Students Compared With Face To Face Learning in The Classroom. In *European Scientific Journal August* (Vol. 10, Issue 22).
- Bouhnik, D., & Deshen, M. (2014). WhatsApp Goes to School: Mobile Instant Messaging between Teachers and Students. In *Journal of Information Technology Education: Research* (Vol. 13). <http://www.jite.org/documents/Vol13/JITEv13ResearchP217-231Bouhnik0601.pdf>
- Boyle, B. (2022). *The 10 Most Important Social Media Statistics For 2022*. GWI.

<https://Blog.Gwi.Com/Marketing/s> Social-Media-Stats/.

Brown, H. . (2004). *Language Assessment: Principles and Classroom Practices*. Longman.

Daheri, M., Warsah, I., Morganna, R., Putri, O. A., & Adelia, P. (2023). Strengthening Religious Moderation: Learning from the Harmony of Multireligious People in Indonesia. *Journal of Population and Social Studies*, 31, 571–586. <https://doi.org/10.25133/JPSSv312023.032>

Dodi, L., Huda, M., & Sufirmansyah, S. (2021, February 5). *Grounding the Vision of Religious Moderation as a Strategic Step in Preparing the Next Generation of the Nation towards Global Era*. <https://doi.org/10.4108/eai.27-10-2020.2304176>

Fahri, M., & Zainuri, A. (2019). *Moderasi Beragama di Indonesia*. 25(2). <https://doi.org/10.19109/intizar.v25i2.5640>

Febriani, S. R., & Ritonga, A. W. (2022). The Perception of Millennial Generation on Religious Moderation through Social Media in the Digital Era. *Millah: Journal of Religious Studies*, 21(2), 313–334. <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art1>

Ginting, N. (2021). *International Journal Of Community Service Strengthening Religious Moderation Literacy For*

Muhammadiyah Citizens, In The Leaders Of The Muhammadiyah Branch, Medan City, North Sumatera Indonesia. <https://ijcsnet.id>

H. Sanders, D. (1990). *Statistics : A Fresh Approach*. Singapore. McGraw-Hill Book, Inc.

Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia* Baca artikel detikinet, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia" selengkapnya <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-175-2-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. . <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-175-2-juta-pengguna-internet-di-indonesia>.

Haryanto, T., & Nur Azizah, S. (2021). *Pengantar Praktis Pemasaran Digital* (Kesatu). UM Purwokerto Press.

Hasanah, U. dan A. A. (2023). Optimizing Religious Moderation through Progressive Islamic Education: A Philosophical Study. *Tafahus: Jurnal Pengkajian Islam*, 3.

Hefni, W. (2020). Religious Moderation in The Digital Space: Case Study of Mainstreaming Religious Moderation among Islamic Higher Education Institutions. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1).

- Indrajit, R. E. (2020). Analisis Kritis Pertahanan dalam Menghadapi Risiko Dampak Perubahan Iklim. In *JURNAL KEBANGSAAN Universitas Pradita* (Vol. 1, Issue 1).
- Irambona, A., & Syomwene, A. (2023). The impact of classroom context on learners' achievement in the post-basic school English curriculum in Burundi. *Psychology, Evaluation, and Technology in Educational Research*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.33292/petier.v6i1.177>
- Jadimath, S. S., & Sheetlan, J. (2022). 29 Impact of Digital Marketing on Business Scenario. *JMCEI*, 1.
- Jumiatmoko. (2016). Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab. *Wahana Akademika*, 3 nomor 1.
- Junaedi, E. (2019). *Inilah Moderasi beragama Perspektif Kementerian Agama*.
- Junaedi, M., Hasanah, S., Albab, U., binti Saifuddin, F., Walisongo, U., & Abdurrahmanwahid, U. K. (n.d.). *Interests of Indonesian Islamic Students in using Social Media as a Means of Online Learning during the Post Covid-19 Pandemic*. www.ijirme.com
- Junior Cardoso da Silva, D., da Silva Stertz, E., Portella, A. G., Gomes, C. F. S., Moreira, M. Â. L., & dos Santos, M. (2023). Social Media Platform for Digital Marketing: An

- Analysis Using CRITIC-GRA-3N Method. *Procedia Computer Science*, 221, 169–176.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.07.024>
- Kamali, M. H. (2015). *The Middle Path of Moderation in Islam, the Qur'anic Principle of Wasathiyah*. Oxford University Press.
- Kartajaya, H. (2022). *Marketing 2030 Menuju SDGz, Gen Z, dan Metaverse*. Erlangga.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176.
<https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kotler, P., Kartajaya, H., Den Huan, H., & Mussry, J. (2023). *Entrepreneurial Marketing*. John & Sons, Inc.,
- Mahfud, M., Ghofur, A., & Musyafak, N. (2022). Prevention of Intolerance Through Implementation of Islamic Communication in Religious Moderation. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 48.
<https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2415>
- Melisa, A., Mubarak, H., Mulyartono, S., Nursahid, A., Rafsadi, I., & Chatami, P. T. (2016). *Mengukur Kebebasan Beragama di Jawa Barat 2014: Catatan dari Indeks Demokrasi Indonesia*. Pusat Studi Agama dan Demokrasi, Yayasan Wakaf Paramadina.

- Mohammed, R., Fisher, R., Jaworski, B. J., & Paddison, G. J. (2003). *Digital Marketing*. Prentice Hall.
- Mubarak, Z. A. (2018). *Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0 dan Problematika Pendidikan Tinggi*. Gading Pustaka.
- Mudhofi, M., Supena, I., & Karim, A. (2023). Jurnal Ilmu Dakwah Public opinion analysis for moderate religious: Social media data mining approach. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 43(1), 1–27.
<https://doi.org/10.2158/jid.43.1.16101>
- Muqowim, M., Sibawaihi, S., & Alsulami, N. D. (2022). Developing Religious Moderation in Indonesian Islamic Schools Through the Implementation of the Values of Islām Wasaṭiyyah. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 19(2), 207–222.
<https://doi.org/10.14421/jpai.2022.192-03>
- Musyahid, A., Mustafa, A., Jaki Asti, M., & Alauddin Makassar, U. (2022). Pengembangan Moderasi Bermazhab di Kalangan Mahasiswa Perbandingan Mazhab dan Hukum UINAM: Relevansi Pemikiran Islam Moderat. In *online) Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan* (Vol. 15, Issue 1).
<http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/kuriositas>
- Nasir, M., & Rijal, M. K. (2021). Keeping the middle path: mainstreaming religious moderation through Islamic

- higher education institutions in Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 11(2), 213–241.
<https://doi.org/10.18326/ijims.v11i2>
- Nazir, M. (2013). *Metode Kajian*. Ghalia Indonesia.
- Novia, W., & Wasehudin, W. (2020). Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Moderasi Beragama di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(2), 99–106.
<https://doi.org/10.15575/hanifiya.v3i2.10017>
- Nugraha, D., Ruswandi, U., Samsul Arifin, B., & Sinan Gunung Djati Bandung, U. (n.d.). *The Implementation of Religious Moderation Values in Islamic Education Learning at Cendekia Islamic Junior High School, Cianjur Regency, Indonesia*.
<http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/kuriositas>
- Nugroho, A. S. (2016). *E- Commerce Teori dan Implementasi*. Ekuilibria.
- Pajariantanto, H., Pramono, B., Mukaffa, Z., & Salju, S. (2023). Nilai-Nilai Karakter Berbasis Budaya Lokal dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Palopo. In *Jurnal Walagri Kebangsaan* (Vol. 1).
- Parmy Olson. (2013). Teenagers say goodbye to Facebook and hello to messenger apps. *The Guardian*.

- Permadi, R., & Munir, A. A. A. (2023). *Whats App Blast untuk Peningkatan Prestasi Bahasa Inggris*. Rumah Cemerlang Indonesia.
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., & Uin, I. (2021). *Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok) Tafsir UIN Walisongo Semarang*.
<https://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/fuaduna/index>.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ranney, J. D. . & T.-G. W. (2015). Problem-focused discussions in digital contexts: The impact of information and communication technologies on conversational processes and experiences. *Computers in Human Behavior*, 51, 64–74.
- Reisinger, D. (2013). WhatsApp sets new record with 27 billion messages in a day. *CNET*.
- Ritonga, A. W. (2021). *The Concept Of Internalizing The Values of Religious Moderation for The Millenial Generation Based on The Qur'an*. 4(1).
<https://doi.org/10.32520/syhd.v6i1.200>
- Riyadi, S., Abdul Azis, A., Lahiya, A., Munip, A., Muhammadiyah Tapanuli Selatan, U., Khozinatul Ulum

- Blora, I., Muhammadiyah Kotamobagu, I., Imam Bonjol Padang, U., Syari, S., & Al Mujaddid, ah. (2023). *Implementation of the Leadership Management Process of Islamic Educational Institutions in Internalizing Religious Moderation in Indonesia*.
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2023/>.
- Rizvanović, B., Zutshi, A., Grilo, A., & Nodehi, T. (2023). Linking the potentials of extended digital marketing impact and start-up growth: Developing a macro-dynamic framework of start-up growth drivers supported by digital marketing. *Technological Forecasting and Social Change*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122128>
- Rohman, D. (2020). Peran Media Cetak dalam Narasi Moderasi Islam Indonesia. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 20(1), 23–45. <https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8868>
- S.Naik, J., & Suresha. (2023). An Overview of Digital Marketing and Its Future Prospects. *International Journal of Advance and Applied Research*, 4(April 2023).
- Saefulloh Anwar, A., Leo, K., Ruswandi, U., & Erihadiana, M. (2022). *Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama*

Abad 21 melalui Media Sosial.

<http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>

Setara Institute. (2020, January 7). *11 Agenda Prioritas dalam Pemajuan KBB dan Penguatan Kebinekaan*.
<https://Setara-Institute.Org/11-Agenda-Prioritas-Dalam-Pemajuan-Kbb-Dan-Penguatan-Kebinekaan/>.

Setiabudi, W., Paskarina, C., & Wibowo, H. (2022). *Intoleransi Di Tengah Toleransi Kehidupan Beragama Generasi Muda Indonesia*.

https://www.google.com/search?q=intoleransi+di+tengah+toleransi+kehidupan+beragama+generasi+muda+indonesia&oq=INTOLERANSI+DI+TENGAH+TOLERANSI+KEHIDUPAN+BERAGAMA+GENERASI+MUDA+INDONESIA&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgAEAAAYExiABDIJCA AQABgTGIAE0gEHNDc2ajBqN6gCALACAA

Sivasubramani, M. K. (2019). *Digital Marketing (A Theoretical Approach)*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3451687>

Siyoto, S. dan S. A. (2015). *Dasar Metodologi Kajian*. Literasi Media Publishing.

Solahudin, D., Komala, E., Ruswandi, U., & Arifin, B. S. (2023). Implementation of Religious Moderation Values in the Learning of Islamic Education. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 7(1), 62.
<https://doi.org/10.35723/ajie.v7i1.331>

- Suci Putri Aida, E., Kurniadi, I., Diva Azka, S., Amin Mubarak, A., & Munawaroh, M. (2022). *Implementation of Religious Moderation Based Learning In Islamic Education In Cirebon (Literature Review on Implementation of Religious Moderation Based Learning)*.
- Sudjana, N. and I. (2010). *Kajian Pendidikan dan Penilaian*. Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kajian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- The Wahid Institute. (2014). *Laporan Tahunan Kebebasan Beragama / Berkeyakinan dan Intoleransi 2014: "Utang" Warisan Pemerintah Baru*. The Wahid Institute.
- Toukola, S., Ståhle, M., & Mahlamäki, T. (2023). Renaissance of project marketing: Avenues for the utilisation of digital tools. *Project Leadership and Society*, 4. <https://doi.org/10.1016/j.plas.2023.100091>
- Tzuk, A. (2013). Whatsapp has 350 million active users a month. *[In Hebrew] Calcalist*.
- Ulinnuha, M. (2022). Implementation of The Concept Of Religious Moderation In Private Islamic Higher Education (PIHE). *Penamas*, 35(1), 33–48. <https://doi.org/10.31330/penamas.v35i1.552>

- Wardani, Yaniah, Siti Sajaroh, Wiwi, S. (2022). Developing Religious Moderation in State Islamic Religious College Indonesia: Text And Context-Based Understanding of Islam. *Jurnal Adabiyah*, 22, 1–18. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/adabiyah/article/view/28376>
- Wardi, M., Alias, N. A., Hidayat, T., & Hali, A. U. (2023). Implementation of Education Based on Religious Moderation. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 4(1), 163–179. <https://doi.org/10.31538/tijie.v4i1.313>
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://DataIndonesia.Id/Internet/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Sebanyak-167-Juta-Pada-2023>.
- Widiningtyas Wibowo, R., & Siti Nurjanah, A. (2021). *Aktualisasi Moderasi Beragama Abad 21 Melalui Media Sosial*. 11.
- Widodo, A. (2019). Moderation of Islamic Education as an Effort to Prevent Radicalism (Case Study of FKUB Singkawang City, Kalimantan, Indonesia). *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 13(2), 271–294. <https://doi.org/10.21580/nw.2019.13.2.5086>

- Wulandari, W., & Sari, D. W. (2023). Actualization of Religious Moderation Content Strategic Plan at State Islamic University. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 34(1), 127–138.
<https://doi.org/10.33367/tribakti.v34i1.3016>
- Yusriadi, Y., Tinggi, S., & Puangrimaggalatung, I. A. (2021). The Implementation of Religious Moderation Values In Islamic Education And Character Subject At State Senior High School 9 Manado. In *Academy of Strategic Management Journal* (Vol. 20).
- Zakariyah, Z., Fauziyah, U., & Nur Kholis, M. M. (2022). Strengthening the Value of Religious Moderation in Islamic Boarding Schools. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 3(1), 20–39.
<https://doi.org/10.31538/tijie.v3i1.104>