

Analisis Model dan Pendekatan Dakwah Kiai Muda di Era Digital

Bayu Pradana

bayupradana@gmail.com

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

Khairuddin

Khairuddin82@gmail.com

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

Keywords

*Da'wah, Model,
Approach, Young
Kiai, Digital Era*

Abstract

Da'wah activities in the digital era are a necessity in preaching. Where da'wah activities usually utilize various digital platforms and social media such as YouTube, Instagram, TikTok, Facebook and so on. This article focuses on how young clerics such as Gus Iqdam, Gus Miftah and Gus Kautsar preach through YouTube social media. Theoretically there is a gap between the principle of a preacher who must speak well, but the three young kiai instead use it as a method in preaching. The research method in the article uses qualitative with communication theory as an analytical tool. So the use of "bad" words such as gaangan, stupid, stupid, jancuk in the da'wah carried out by the young kiai is an effort to get closer to mad'u, so that mad'u, especially millennials, can easily accept da'wah messages.

Kata Kunci

*Dakwah, Model,
Pendekatan, Kiai
Muda, Era Digital*

Abstrak

Aktivitas dakwah di era digital merupakan sebuah keniscayaan dalam berdakwah. Dimana kegiatan dakwah biasanya memanfaatkan berbagai platform digital dan media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook dan lain sebagainya. Artikel ini fokus pada bagaimana model dakwah kiai muda seperti Gus Iqdam, Gus Miftah dan Gus Kautsar melalui media sosial YouTube. Secara teoritis terdapat kesenjangan antara prinsip seorang da'i yang harus berkata-kata dengan baik, namun ketiga kiai muda tersebut malah menggunakannya sebagai metode dalam berdakwah. Metode penelitian dalam artikel menggunakan kualitatif dengan teori komunikasi sebagai alat analisisnya. Sehingga penggunaan kata-kata yang "tidak baik" seperti garangan, goblok, tolol, jancuk dalam dakwah yang dilakukan oleh kiai muda tersebut merupakan upaya mendekatkan diri dengan mad'u, sehingga mad'u khususnya milenial dapat dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah.

Pendahuluan

Dakwah pada era digital merupakan sebuah keharusan semenjak digunakannya teknologi internet dalam kehidupan manusia. Sebab hampir semua aktivitas kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi internet (Nasution, 2014). Namun begitu, kehadiran teknologi internet membawa dua unsur sekaligus yaitu unsur positif dan unsur negatif (Gani, 2018). Oleh sebab itu sebagai masyarakat yang hidup di tengah era teknologi atau digital pasti akan dihadapkan pada dinamika sosial yang semakin kompleks dan rumit. Tak heran jika era digital sekarang ini ada

juga yang menyebut sebagai masyarakat informasi (Pilliang, 2012). Maksudnya adalah mulai dari proses produksi, distribusi, penggunaan, integrasi, dan manipulasi informasi menjadi sangat penting dalam aktivitas ekonomi, politik dan budaya. Eksistensi masyarakat informasi juga ditengarai sebagai dampak dari media baru (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021). Perkembangan dan perubahan masyarakat dari industri menuju masyarakat informasi merupakan loncatan perubahan sosial dalam masyarakat modern.

Salah satu fakta perubahan adalah lahirnya sebuah masyarakat digital (Nugroho, 2021). Ciri masyarakat digital bisa dilihat dari kebiasaan menggunakan gadget dalam menunjang kebutuhan sehari-harinya. Pergeseran kebiasaan ini tanpa sadar dijalani oleh masyarakat di era kekinian, seolah-olah ruang kehidupan nyata beralih beralih ke dunia virtual atau digital (Angelina, 2018).

Padahal dunia digital hadir sebagai salah satu instrumen pelengkap kebutuhan manusia di era digital. Penggunaan teknologi digital mestinya dibarengi dengan literasi agar teknologi dipergunakan sesuai fungsi dan kebutuhan (Dewi, 2022). Nah, dalam hal kehidupan beragama kehadiran teknologi juga berfungsi sebagai salah satu alat atau media dalam menyampaikan pesan-pesan agama (Alamsyah, 2023). Begitu banyak artikel yang mengulas tentang manfaat dan peluang teknologi dalam aktivitas dakwah (Sucipto et al., 2023).

Misalnya artikel yang ditulis oleh (Alamsyah, 2023) mengulas tentang pemanfaatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan mutu dakwah. Selanjutnya (Sucipto et al., 2023) juga mengupas terkait peluang dan tantangan penggunaan Artificial Intelligence dan internet dalam berdakwah. Tak ketinggalan (Shamad, 2017) menulis artikel yang senada tentang pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam pengembangan dakwah.

Hal yang lebih spesifik adalah bagaimana dakwah dilakukan di media sosial YouTube seperti tulisan (Tirta Wibawa, 2021) yang berjudul "Fenomena Dakwah di Media Sosial YouTube. Kemudian judul tulisan "Solusi Dakwah di Era Teknologi dan Informasi yang ditulis oleh (Faridah et al., 2022). Tidak hanya itu, bahkan (Puspito & Azhima, 2024) secara khusus membicarakan bagaimana cara berdakwah untuk generasi milenial yaitu dengan judul artikel "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial". Berbeda halnya dengan (Anindhita et al., 2021), dimana dia berusaha menjelaskan penggunaan podcast sebagai media komunikasi penyiaran dakwah.

Sementara artikel dengan judul "Analisis Model Dakwah dan Pendekatan Kiai Muda di Era Digital" dengan lokus pada beberapa kiai muda yaitu Gus Iqdam, Gus Kautsar dan Gus Miftah yang melakukan aktivitas dakwahnya melalui kanal YouTube, memang benar-benar baru dan original. Ketiganya hadir sebagai representasi generasi yang melek digital, sehingga pilihan metode dakwahnya tidak terpaku pada cara-cara yang konvensional *ansich*. Mereka menggunakan teknologi internet sebagai instrumen dakwah dan menggunakan pilihan diksi yang

familiar dalam masyarakat kontemporer.

Media sosial YouTube yang lahir dari akibat kemajuan teknologi modern mampu memberikan jangkauan audiens dan mad'u yang luas (Nasrullah, 2016). Sehingga mereka menggunakan YouTube sebagai salah satu platform digital yang paling banyak pengunjugnya, dan mampu disukai semua kalangan usia.

Semua orang tahu bahwa media saat ini begitu banyak, salah satunya media online. Dengan berkembangnya zaman, media media lama atau media konvensional mulai merambah ke media online dengan menggunakan media sosial YouTube dengan tujuan mengikuti apa yang diinginkan oleh khalayak. Youtube merupakan media sosial yang digunakan untuk mengupload video, menonton berbagai video, dan juga bisa berbagi video yang dimana video itu bisa dilihat oleh semua orang. Pemanfaatan YouTube sebagai media penghasil tambahan, dan sosialisai informasi dapat digunakan setiap saat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Situs WEB YouTube memiliki beberapa keunggulan sebagai media promosi, sosialisasi, dan informasi yaitu aspek potentiality/ potensial. Maka dari itu tak heran jika YouTube banyak di gunakan oleh Masyarakat dalam mempromosikan dirinya.

Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif menjadi pilihan penulis untuk mengungkap fakta dan kesenjangan antara teori dan kenyataan. Pendekatan yang digunakan adalah netnografi yang dikembangkan sejak tahun 1995 oleh Kozinets (Kozinets, 2010). Metode netnografi adalah salah satu pendekatan yang diadopsi dari ilmu antropologi (Bakry, 2017). Objek dari penelitian netnografi adalah bagaimana internaksi sosial yang terjadi dalam dunia digital melalui media sosial.

Sementara menurut Eriyanto metode netnografi sebenarnya perpaduan dari dua konsep internet dan etnografi sehingga kemudian disebut netnografi. Pendekatan ini secara khusus mempelajari pengguna media sosial melalui jaringan internet (Eriyanto & Asri, 2021). Seperti diketahui bahwa hari ini pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang per tahun 2022-2023 (Sarnita Sadya, 2023).

Hasil dan Pembahasan

Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh kiai muda pada era digital dapat menjadi salah satu solusi keberagaman masyarakat kontemporer. Kehidupan masyarakat saat ini hampir seluruhnya dipengaruhi oleh teknologi komunikasi dan informasi. Tak terkecuali dakwah yang dilakukan oleh gus Iqdam, gus Kautsar dan gus Miftah melalui media social YouTube. Ketiga kiai muda tersebut melakukan dakwah dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Tiktok, Instagram, facebook dan YouTube. Alhasil jangkauan dakwah yang dilakukan oleh gus Iqdam, gus Kautsar dan gus Miftah memiliki pengikut atau jamaah yang banyak pada masing-masing akun media sosialnya.

Para da'i masa kini memang dihadapkan pada satu masa dimana dominasi trend dan kecenderungan masyarakat pada teknologi informasi begitu luar biasa.

Bahkan keberadaan berbagai platform media sosial yang sejatinya sebagai medium, malah dianggap sebagai pesan itu sendiri (McLuhan & Fiore, 1967). Sosiolog terkemuka lainnya menyebut bahwa kehadiran teknologi informasi membuat transformasi masyarakat beralih ke ruang-ruang virtual. Manuel castells menyebutnya sebagai masyarakat jaringan atau networks society (Castells, 2004).

Era digital merupakan sebuah masa atau waktu dimana seluruh kehidupan manusia dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi. rancangan yang menerapkan teknologi internet dari perspektif humanistik sehingga dapat membantu memecahkan berbagai masalah kordial yang menciptakan tindak lanjut. Munculnya para da'i yang belakangan ini disebut viral di media sosial (media sosial) yang menjelaskan da'i sudah bisa beradaptasi terhadap kemauan mad'u melalui konten-konten yang dikemas secara menarik. Konten tersebut merupakan salah satu cara beradaptasi pada perkembangan era teknologi, semua orang sangat mudah mengakses dakwah dengan mengetik pada search engine ataupun YouTube. YouTube dan aplikasi-aplikasi medsos menjadi media penyampaian dakwah yang efisien dan tepat waktu. Ketika da'i menggunakan media sosial sebagai media dakwah. kemudian da'i secara pribadi bekerja sebagai produser konten (Subhan, 2023).

Masyarakat sekarang ini sangat memungkinkan memperbarui kecanggihan ponsel mereka. Sudah dipastikan, ini yang akan mungkin bagi banyak orang untuk andil dalam kegiatan media engineer dan content producer. Selain imajinasi dan kreativitasnya, pembuat konten juga bisa mendapatkan keuntungan melalui adsense yang mereka terima dari iklan yang ada pada videonya, bahkan tidak jarang mereka menjadi bintang iklan produk. Hal ini menjadikan banyak pengkhotbah menggunakan YouTube sebagai alat propaganda. Dari sudut pandang era Society 5.0, media sosial merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh. Beberapa media sosial membutuhkan video-video atau konten setiap saat. Video dapat dikembangkan serta dikemas secara menarik untuk memberikan manfaat dengan tujuan dakwah. (Subhan, 2023)

Model Dakwah Gus Iqdam

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan pada *channel youtube* Gus Iqdam Official yang memiliki 816.000 *Subscriber* yang diakses pada tahun 2023 lalu (Gus Iqdam Official, 2020). Gus Iqdam salah satu ulama yang dapat dijadikan role model jamaahnya. Cara berbicara dan perilakunya yang baik menjadikan Gus Iqdam sebagai teladan khususnya bagi kaum milenial saat ini. Sesuatu yang melekat pada sosok Gus Iqdam ini adalah rendah hati dan tidak memilih di manapun dakwahnya. Menariknya sasaran mad'unya berasal dari berlatar belakang keagamaan yang berbeda, mad'u lintas usia dari jenis kelamin laki-laki, perempuan, anak, orang tua dan para remaja. Namun begitu hebatnya Gus Iqdam dengan latar belakang jemaah yang berbeda-beda, Gus Iqdam dapat menyesuaikan dirinya. Sebagai keturunan Jawa sekaligus memiliki kultur yang sama, maka tak jarang Gus Iqdam saat berdakwah menggunakan bahasa Jawa krama. (Mubarak et al., 2023)

Selain itu, Gus Iqdam dikenal karena memasukkan dagelan dan humor dalam dakwahnya, yang menyenangkan para mad'u. Prinsip-prinsip Islam adalah dia memasukkan pesan dakwahnya melalui nyanyian lucu, sehingga mad'u bisa langsung merefleksikan humor yang ia tawarkan. Selain itu ia mengubah ledakan untuk mencerminkan lingkungan setempat. Gus Iqdam mampu mengesankan orang-orang dengan dakwah cara ini. Tak hanya lelucon Gus Iqdam akan tetapi dalam majelis Sabilu Taubah ini juga mengundang biduan cantik untuk bernyanyi dalam penyampaian dakwahnya, meskipun jamaah banyak yang laki-laki dan menimbulkan polemik. Nilai-nilai Islam biasa tidak disajikan secara serius, menurut Gus Iqdam setiap orang masih melakukan penyesuaian dengan cara masyarakat yang ikut kajiannya, nilai Islam dapat dilakukan dengan santai namun tetaplah lugas dan tegas (Mubarokah et al., 2023).

Terdapat beberapa konten videonya terdapat ciri khas model konten yang di gunakan, Gus Iqdam selalu mengutip kata kata yang dapat menarik perhatian penonton pada awalan video, sehingga penonton menjadi penasaran pada isi konten Gus Iqdam. Pada setiap konten yang di unggah, Gus Iqdam mempunyai kebiasaan dengan memakai surban di selempangkan yang menjadi ciri khas Gus Iqdam dalam berdakwah. Tidak hanya itu, gus Iqdam juga mempunyai beberapa jargon yang selalu diucapkan saat berdakwah seperti garangan, ST Nyell, wong pusat, wonge teko dan lain sebagainya.

Uniknya istilah garangan tersebut diidentifikasi kepada para jamaah seperti anak jalanan, anak punk, pengamen, suka minum. Secara sosiologis gus Iqdam menggunakan panggilan keakraban kepada para jamaah yang rata-rata kaum milenial, sehingga banyak para pemuda yang insaf dan taubat demi mengikuti pengajiannya gus Iqdam.

Menurut perspektif ilmu dakwah pesan-pesan yang disampaikan gus Iqdam tidak ada bedanya dengan para kiai, ulama dan ustadz lainnya. Namun, pilihan metode dan pendekatan kebudayaan yang mudah diterima dan mendekatkan gus Iqdam dengan para jamaahnya lah yang membuat majlis Sabilut Taubah selalu penuh sesak dengan ribuan jamaah.



Gambar 1. Thumbnail model dakwah gus Iqdam

Selain itu, Gus Iqdam juga melakukan interaksi langsung dengan para jemaahnya, menyapa dan mendengarkan keluhan langsung mad'u. Hal ini membuat para jamaah pengajian Sabilu Taubah berasal dari seluruh penjuru nusantara. Pada waktu melakukan interaksi Gus Iqdam juga memberikan beberapa hadiah berupa sarung, mukenah dan uang kepada para jamaah.

Dari beberapa konten video yang penulis tonton yang tersebar di berbagai platform media sosial seperti YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, isi dakwah Gus Iqdam cukup santai yang di maksud adalah penggunaan Bahasa dan gaya tubuh Ketika berdakwah. Dengan Bahasa keseharian Masyarakat dan tidak terlalu sulit di terima menjadikan penonton baik offline maupun online dapat dengan mudah menerima pesan pesan yang di sampaikan. Dari situ tidak heran Ketika mendengarkan dakwah Gus Iqdam selalu nyaman dan tidak bosan.

Model Dakwah Gus Miftah

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan pada *channel youtube* Gus Miftah *Official* yang memiliki 982 *Subscriber*, Miftah Maulana Habiburrahman atau yang akrab dipanggil dengan Gus Miftah yaitu anak ke 4 dari 5 bersaudara, Gus Miftah pernah merasakan bangku kuliah dengan mengambil jurusan Kependidikan Islam, Fakultas Tarbiyah di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang waktu itu belum menjadi UIN, namun sayangnya tidak sampai selesai dikarenakan rasa malasnya. Satu hal dari Gus Miftah adalah rasa semangatnya dalam berdakwah yaitu dimulai dari mengenalkan kepada Tuhan sampai mengajak kepada jalan Tuhan. Sebelum berdakwah dihiburan malam sosok pria berambut gondrong ini mengawali dakwahnya kurang lebih 18 tahun yang lalu sekitar tahun 2001 (To, 2023).

Terdapat keunikan dan kebiasaan Gus Miftah dalam berdakwah yang menjadikan ciri khas Gus Miftah. Kacamata hitam dan blangkon adalah ciri khas Gus Miftah berdakwah, dengan busana yang milenial menjadikan Gus Miftah banyak di gemari dari beberapa kalangan, baik kalangan muda hingga lanjut Usia. Tak hanya busana, Bahasa yang di gunakan Gus Miftah pun banyak di gemari Masyarakat apalagi anak-anak muda, walaupun terkadang sedikit *nyeleneh* atau melenceng, Gus Miftah dapat memposisikan dakwahnya dengan jama'ah yang di hadapi. (Gus Miftah *Official*, 2018)

Di lain itu Gus Miftah juga mau menghadiri undangan undangan pada majelis majelis kecil seperti pengajian yang di adakan oleh salah satu takmir masjid, tidak selalu datang pada acara-acara besar yang di hadiri oleh ribuan orang. Menurut penulis Gus Miftah adalah pendakwah yang paling beda dari pada lainnya, Gus Miftah berani menghadirkan pelawak pada dakwahnya, sempat Gus Miftah membawa Percil untuk mendampingi Gus Miftah berdakwah, dari situ Gus Miftah mencampurkan antara dakwah dan lawakan, dari sini berefek pada jama'ah Gus Miftah yang semakin banyak.



Gambar 2. Thumbnail model ceramah gus Miftah

Model Dakwah Gus Kautsar

Gus Kautsar adalah dai yang aktif dalam menyampaikan dakwah sebagai representasi modern dari tradisi pesantren kepada generasi milenial, beliau banyak terkenal dalam pandangan anak muda, dikarenakan anak muda generasi milenial melihat hubungan keromantisan Gus Kautsar dengan pasangannya. Dalam menyampaikan dakwahnya, beliau juga menggunakan pendekatan yang bisa diterima oleh semua kalangan. Seperti cara beliau menyampaikan, mengambil beberapa penjelasan yang ada didalam kitab, al-quran, hadist dan juga beberapa ceramah dari ulama', yang nanti akan diberikan penjelasan bagaimana keterkaitan atau yang bisa diambil hikmah dan yang bisa diamalkan dalam kehidupan sehari-hari kita. (Bolo Pusat Official, 2024)

Gus Kautsar menggunakan pendekatan ala pesantren kepada generasi milenial, yang dimana hal tersebut dapat diterima oleh generasi milenia. Tidak hanya itu, Gus Kautsar juga memberikan rujukan kepada apa yang beliau jelaskan, melalui sanat yang didapatkan dan sedikit biografinya. Dalam topik yang beliau sampaikan, tidak mengenai agama saja, mengikuti perkembangan zaman serta suatu permasalahan yang ada.



Gambar 3. Thumbnail model ceramah gus Kautsar

Kesimpulan

Berdasar pada hasil analisis yang dilakukan penulis bahwa dari ketiga kiai muda yaitu Gus Iqdam, Gus Kautsar dan Gus Miftah mereka memiliki model dakwah yang unik dan hamper sama. Dimana model dakwah ketiganya memiliki kesamaan yaitu mad'u lebih mudah menerima pesan tanpa paksaan. Hemat penulis model dakwah ketiga kiai muda tersebut menggunakan pendekatan empiris berdasarkan kebiasaan kebudayaan yang sedang digandrungi oleh masyarakat milenial. Terlebih mereka bertiga mengemas pesan-pesan dakwah dengan lelucon, santai tapi serius. Tak heran jika ketiga kiai muda tersebut memiliki banyak followers di masing-masing akun media sosialnya. Jadi, salah satu tolak ukur keberhasilan dakwah mereka adalah banyaknya jamaah yang hadir secara offline dan online di setiap live pengajiannya. Alhasil kehadiran model dakwah melalui platform media sosial merupakan salah satu solusi kejumudan dalam aktivitas dakwah kontemporer.

Daftar Pustaka

- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1). <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Bolo Pusat Official. (2024). https://www.youtube.com/@BoloPusat_Official
- Castells, M. (2004). The network society: A cross-cultural perspective. In *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. <https://doi.org/10.4337/9781845421663>
- Eriyanto, & Asri, N. (2021). *Metode netnografi: Pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial*. Remaja Rosdakarya.
- Gus Iqdam Official. (2020). *No Title*. <https://www.youtube.com/@gusiqdamofficial1024>
- Gus miftah official. (2018). <https://www.youtube.com/@GusMiftahOfficial>
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Redefined--first two chapters preview. In *Netnography: Redefined* (Issue July).
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. In *Ginkgo Press* (Vol. 1).
- Mubarokah, A., Albian, A., & Risiko, A. (2023). Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam dalam Meningkatkan Religiusitas Mad'u Melalui Majelis Ta'lim Sabilu Taubah. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4.
- Sarnita Sadya. (2023). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika.
- Subhan, H. (2023). Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 8(1).
- To, D. risma. (2023). A DAKWAH GUS MIFTAH DISEBUAH KELAB MALAM DISARKEM YOGYAKARTA. *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v5i1.3388>