

DINDIN SOLAHUDIN  
RIFKI ROSYAD

# TRANSFORMASI STRATEGI DAKWAH PESANTREN JAWA BARAT DI ERA DIGITAL



GUNUNG DJATI PUBLISHING  
2025

# **Transformasi Strategi Dakwah Pesantren Jawa Barat di Era Digital**

**Dindin Solahudin**

**Rifki Rosyad**

**GUNUNG DJATI PUBLISHING  
2025**

Pasal 44

- (1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah)
- (2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

# **Transformasi Strategi Dakwah Pesantren Jawa Barat di Era Digital**

## ***Penulis:***

Dindin Solahudin  
Rifki Rosyad

## ***Editor:***

M. Taufiq Rahman  
Ucep Hermawan

## ***Desain Sampul & Tata Letak:***

Muhammad Haikal As-Shidqi

## ***ISBN***

Diterbitkan Oktober 2025  
Oleh:

## ***Gunung Djati Publishing***

Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Jl.  
A.H. Nasution No. 105 Cibiru Bandung  
Email: [adminpuslitpen@uinsgd.ac.id](mailto:adminpuslitpen@uinsgd.ac.id)  
Cetakan Pertama, 2025 Hak Cipta dilindungi Undang-  
Undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

# KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga buku ini, *Transformasi Strategi Dakwah Pesantren Jawa Barat di Era Digital*, dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini lahir dari keprihatinan sekaligus optimisme terhadap dinamika dakwah Islam di tengah gelombang revolusi digital yang semakin kuat. Di era di mana batas-batas ruang dan waktu kian kabur, pesantren—sebagai institusi pendidikan Islam tertua dan paling berakar dalam sejarah bangsa Indonesia—dihadapkan pada tantangan besar: bagaimana tetap relevan, adaptif, dan mampu mempertahankan nilai-nilai luhur keislaman di tengah derasnya arus perubahan sosial, budaya, dan teknologi.

Gagasan penulisan buku ini berangkat dari keyakinan bahwa dakwah, sebagai jantung dari misi keislaman, selalu bersifat dinamis. Ia tidak bisa dipahami sebagai aktivitas statis yang berhenti pada bentuk-bentuk tradisional seperti pengajian, ceramah, atau majelis taklim, melainkan sebagai gerakan sosial dan kultural yang terus mencari bentuk baru sesuai konteks zaman. Dakwah tidak hanya berbicara tentang “apa” yang disampaikan, tetapi juga “bagaimana” dan “melalui apa” pesan keagamaan itu disampaikan agar mampu menyentuh kesadaran umat secara lebih luas dan mendalam. Dalam konteks inilah, transformasi strategi dakwah pesantren menjadi keniscayaan, bukan pilihan.

Pesantren memiliki kekayaan spiritual, intelektual, dan sosial yang luar biasa. Ia telah berfungsi sebagai pusat penyebaran ilmu, pembinaan moral, serta penguatan karakter bangsa. Namun, di tengah perubahan zaman yang begitu cepat, pesantren tidak boleh terjebak dalam romantisme masa lalu.

Ia perlu terus mengaktualisasikan peran dan fungsinya agar mampu menjawab tantangan zaman. Kemajuan teknologi informasi menuntut pesantren untuk bertransformasi—tidak meninggalkan tradisi, tetapi menghidupkannya dalam ruang digital. Transformasi inilah yang menjadi fokus utama pembahasan buku ini.

Sebagai penulis, kami berangkat dari pengalaman empiris di lapangan yang memperlihatkan betapa beragamnya respons pesantren terhadap perkembangan teknologi digital. Ada pesantren yang telah jauh melangkah dalam memanfaatkan media sosial untuk dakwah dan pendidikan, membangun kanal YouTube, mengelola website interaktif, bahkan meluncurkan aplikasi keagamaan. Namun ada pula pesantren yang masih memandang teknologi digital dengan curiga, khawatir bahwa modernisasi akan merusak kesucian nilai-nilai tradisional mereka. Fenomena inilah yang menggugah kami untuk menyelidiki lebih dalam bagaimana proses adaptasi, resistensi, dan inovasi dakwah berlangsung di lingkungan pesantren Jawa Barat—sebuah wilayah yang dikenal memiliki jumlah pesantren terbanyak di Indonesia sekaligus menjadi barometer keagamaan nasional.

Penulisan buku ini didasarkan pada kerangka teoritis yang kuat dan pendekatan multidisipliner. Kami memadukan perspektif komunikasi dakwah, teori adopsi teknologi, teori media baru, serta teori pembelajaran sosial dan sosialisasi digital. Pendekatan ini kami gunakan untuk memahami dakwah bukan hanya sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai fenomena komunikasi, pendidikan, dan transformasi sosial. Dakwah digital, dalam pandangan kami, merupakan ruang perjumpaan antara iman dan teknologi; antara teks dan konteks; antara tradisi dan inovasi. Ia menuntut keterampilan baru, literasi baru, bahkan etika baru bagi para da'i dan lembaga pesantren yang ingin tetap eksis dan berpengaruh.

Dalam proses penulisan buku ini, kami menemukan bahwa keberhasilan pesantren dalam melakukan transformasi dakwah digital tidak hanya bergantung pada akses teknologi, tetapi juga pada kepemimpinan, visi kelembagaan, dan kesiapan kultural. Pesantren yang dipimpin oleh kiai dengan pandangan terbuka terhadap perubahan cenderung lebih cepat beradaptasi dan lebih kreatif dalam memanfaatkan media digital. Sebaliknya, pesantren yang masih memandang teknologi sebagai ancaman cenderung tertinggal dalam arus perubahan. Oleh karena itu, transformasi dakwah tidak dapat dilepaskan dari transformasi pola pikir—dari pola pikir reaktif menjadi proaktif, dari mempertahankan bentuk lama menuju menghidupkan nilai-nilai lama dengan cara baru.

Buku ini diharapkan dapat menjadi kontribusi akademik sekaligus praktis bagi dunia dakwah pesantren. Secara akademik, buku ini menawarkan kerangka teoretis dan analisis empiris tentang bagaimana dakwah pesantren dapat dipahami dalam konteks masyarakat informasi. Secara praktis, buku ini memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola pesantren, para da'i, dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi dakwah yang relevan di era digital. Kami percaya bahwa pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi pelopor dakwah digital yang moderat, berimbang, dan berkarakter, asalkan mampu memanfaatkan teknologi dengan visi spiritual yang jelas.

Kami juga ingin menegaskan bahwa digitalisasi dakwah bukan semata-mata urusan teknis, tetapi urusan moral dan teologis. Teknologi hanyalah sarana; tujuan akhirnya tetaplah menyebarkan nilai-nilai Islam yang membawa rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil 'alamin*). Dunia digital tidak boleh menjadi ruang yang kosong dari nilai. Justru di sanalah dakwah pesantren menemukan relevansinya yang baru: mengisi ruang maya dengan makna, menebar kedamaian di tengah konflik wacana, dan menanamkan nilai

akhlak di tengah budaya instan dan dangkal. Di sinilah letak pentingnya dakwah pesantren di abad ke-21 — bukan sekadar mempertahankan eksistensi, tetapi menghadirkan spiritualitas yang menyegarkan di dunia yang semakin bising.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Setiap upaya akademik selalu merupakan kerja terbuka yang membutuhkan masukan, kritik, dan dialog berkelanjutan. Namun kami berharap karya ini dapat menjadi pijakan awal bagi kajian-kajian berikutnya tentang dakwah digital, khususnya yang berakar pada tradisi pesantren. Masih banyak ruang untuk penelitian lanjutan, baik yang bersifat komparatif antar daerah maupun yang lebih mendalam pada aspek teologis, sosiologis, dan psikologis dari transformasi dakwah pesantren.

Ucapan terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada para kiai, ustaz, dan santri di berbagai pesantren Jawa Barat yang telah membuka ruang dialog, memberikan informasi, dan berbagi pengalaman selama proses penelitian dan penulisan buku ini. Tanpa keterbukaan dan semangat mereka, buku ini tidak akan pernah terwujud. Terima kasih juga kepada kolega akademisi di lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah memberikan masukan konseptual dan dorongan moral selama proses penyusunan naskah ini. Tak lupa kami berterima kasih kepada *Gunung Djati Publishing* yang dengan penuh dedikasi telah menerbitkan buku ini sebagai bagian dari komitmen untuk memperkaya khazanah literatur keislaman dan keilmuan di Indonesia.

Akhirnya, kami persembahkan karya ini sebagai bentuk ikhtiar kecil dalam menghidupkan semangat dakwah yang kontekstual dan transformatif. Semoga buku ini dapat menginspirasi para pendidik, peneliti, aktivis dakwah, dan pengambil kebijakan untuk terus mengembangkan dakwah yang kreatif,

berakar pada nilai, dan terbuka pada inovasi. Harapan kami sederhana: agar pesantren tetap menjadi menara cahaya di tengah dunia yang kian gelap oleh disinformasi dan krisis moral; agar dakwah pesantren tetap menjadi suara penuntun bagi generasi yang sedang mencari arah di tengah kebingungan zaman.

Dengan semangat tersebut, kami mengajak semua pihak untuk bersama-sama menguatkan dakwah pesantren sebagai kekuatan moral bangsa—sebuah dakwah yang berpijak pada ilmu, bernafas dengan keikhlasan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Semoga Allah Swt. meridai setiap langkah kecil dalam perjalanan panjang ini.

Bandung, Oktober 2025

Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAGIAN I PENDAHULUAN .....	1
BAGIAN II FONDASI TEORITIS DAKWAH DAN KOMUNIKASI.....	7
A. Teori Komunikasi Dakwah.....	7
B. Teori Pembelajaran Sosial ( <i>Social Learning Theory</i> ) .....	11
C. Teori Pendidikan Agama .....	16
BAGIAN III DAKWAH DALAM ERA DIGITAL DAN MEDIA BARU .	22
A. Teori Adopsi Teknologi.....	22
B. Teori Media Baru ( <i>New Media Theory</i> ) .....	27
C. Teori Sosialisasi Digital.....	32
D. Teori Masyarakat Informasi .....	37
BAGIAN IV DAKWAH DI TENGAH GLOBALISASI DAN TRANSFORMASI SOSIAL .....	45
A. Teori Keseimbangan Tradisi dan Modernitas.....	45
B. Teori Globalisasi dan Dakwah .....	50
BAGIAN V POTRET TIGA PESANTREN DI JAWA BARAT .....	56
A. Profil Pesantren Al-Furqon Garut .....	56
B. Profil Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya .....	58

C. Profil Pesantren Yaspida Sukabumi .....	60
<b>BAGIAN VI ADAPTASI DAN TRANSFORMASI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL.....</b>	<b>63</b>
A. Perubahan Paradigma Dakwah di Lingkungan Pesantren.....	63
B. Adaptasi Kelembagaan dan Kurikulum Digital .....	74
C. Transformasi Budaya Santri.....	85
D. Dinamika Adaptasi di Tiga Pesantren .....	91
<b>BAGIAN VII PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM DAKWAH PESANTREN .....</b>	<b>109</b>
A. Platform Digital yang Digunakan .....	109
B. Strategi Produksi dan Distribusi Konten Dakwah .....	120
C. Kreativitas Santri dalam Media Dakwah .....	131
D. Efektivitas Komunikasi Dakwah Digital.....	138
<b>BAGIAN VIII TANTANGAN DAN PELUANG DAKWAH DIGITAL PESANTREN.....</b>	<b>150</b>
A. Tantangan Internal.....	150
B. Tantangan Eksternal .....	160
C. Peluang Strategis .....	170
D. Studi Komparatif Peluang dan Tantangan.....	180
<b>BAGIAN IX DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP KEBERMAKNAAN DAKWAH.....</b>	<b>192</b>
A. Dampak terhadap Santri .....	192
B. Dampak terhadap Pesantren .....	201

C. Dampak terhadap Masyarakat .....	210
D. Dimensi Spiritual dan Sosial Dakwah Digital.....	214
<b>BAGIAN X PENUTUP .....</b>	<b>222</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>228</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<i>Figure 1 Al-Furqon Garut .....</i>	57
Figure 2 Persis 67 Benda.....	59
Figure 3 Yaspida Sukabumi.....	61
Figure 4 kanal YouTube pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut .....	64
Figure 5 Persis Benda.....	65
Figure 6 pesantren Yaspida Sukabumi .....	66
Figure 7 mengelola konten YouTube dan Instagram di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut .....	75
Figure 8 literasi digital di pesantren Persis .....	79
Figure 9 Yaspida Sukabumi mengembangkan sistem manajemen dakwah berbasis komunitas .....	84
Figure 10 Kanal Youtube Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut .....	110
Figure 11 Santri Persis tidak hanya belajar memanfaatkan media.....	117
Figure 12 Yaspida memanfaatkan media yang lebih ringan dan mudah diakses seperti Instagram, WhatsApp, dan podcast lokal .....	118

# **BAGIAN I**

## **PENDAHULUAN**

Pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam yang khas di Indonesia, telah memainkan peran penting dalam membentuk karakter bangsa sekaligus menjadi pusat penyebaran ajaran Islam. Sejak awal kemunculannya, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai tempat pembelajaran agama, tetapi juga sebagai ruang pembinaan moral dan akhlak bagi generasi muda Muslim. Dalam perkembangannya, pesantren meluas dari sekadar institusi pendidikan formal menjadi pusat dakwah yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Fiqih 2022). Melalui pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan budaya lokal, pesantren mampu menjadi garda terdepan dalam menghadapi dinamika zaman.

Namun, dalam konteks menyongsong abad baru, pengamatan seperti yang disampaikan oleh Syaikh Gazālī mengingatkan akan tantangan besar yang masih dihadapi umat Islam. Syaikh Gazālī sendiri terlibat dalam beberapa kegiatan kecil untuk menyambut datangnya era baru dan menghadiri berbagai acara perayaan yang bertujuan mensyukuri pencapaian masa lalu (Solahudin 2020). Meskipun demikian, ia merasa prihatin dengan cara sebagian umat Islam mengucapkan selamat tinggal pada abad yang akan berlalu dan menyambut abad baru. Perayaan-perayaan tersebut, menurutnya, sering kali justru mencerminkan kelemahan, keterbelakangan, dan ketidakberdayaan umat Islam di tengah laju perubahan zaman yang sangat pesat. Ia mengingatkan bahwa tanpa upaya serius untuk mengatasi kelemahan mendasar yang telah lama mengakar, umat Islam berisiko kehilangan

momentum untuk memberikan kontribusi bermakna pada abad yang akan datang (Solahudin 2020).

Dalam pandangan Syaikh Gazālī, perjalanan dakwah Islam telah memasuki abad ke-15, dihitung sejak awal kerasulan Nabi Muhammad (Baharuddin 2021). Baginya, kelahiran dakwah bertepatan dengan turunnya wahyu pertama dalam Al-Quran, sehingga usia dakwah Islam identik dengan usia kenabian dan kerasulan Nabi Muhammad. Hal ini mencerminkan kedewasaan spiritual umat Islam yang seharusnya menjadi modal besar untuk menghadapi tantangan modernitas (Daniel Rusyad, Kom, and Sos 2022). Namun, seperti pesan yang juga diusung pesantren dalam fungsinya sebagai pusat pembaruan moral dan intelektual, Syaikh Gazālī menegaskan perlunya umat Islam memperbarui visi dakwahnya. Dalam konteks milenium ketiga, pembaruan ini menjadi sangat penting agar umat Islam tidak hanya mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, tetapi juga tetap relevan dan berkontribusi signifikan dalam membangun peradaban global yang lebih baik (Solahudin 2020).

Syaikh Gazālī juga memperingatkan bahwa kegagalan da'i untuk menyampaikan ajaran Islam secara benar dan moderat dapat merusak upaya membangun Islam yang moderat. Alih-alih memberikan pelayanan yang baik (ناسحًا) bagi Islam, pendekatan yang tidak tepat justru berpotensi menampilkan wajah Islam yang keras dan menakutkan (ميد نيد هجولا). Hal ini dapat menjauhkan orang dari Islam, alih-alih menarik mereka. Sebaliknya, dakwah yang moderat adalah dakwah yang setia pada prinsip-prinsip Islam dan bergerak seiring dengan maqāṣid syariat (Solahudin 2023). Dakwah ini tidak hanya menanamkan nilai-nilai Islam, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan bangsa dengan menciptakan harmoni antara agama dan kehidupan modern.

Dalam hal ini, pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi garda terdepan dalam menyebarkan dakwah moderat. Dengan memperkuat penguasaan ilmu keislaman dan keterampilan sosial para santri, pesantren dapat melahirkan generasi da'i yang mampu menjawab tantangan zaman, menjaga nilai-nilai Islam, sekaligus mempromosikan wajah Islam yang ramah, inklusif, dan relevan dengan konteks global (Solahudin 2023).

Namun, perubahan zaman telah membawa dinamika baru yang menuntut pesantren untuk terus beradaptasi. Di era digital saat ini, penyebaran dakwah tidak lagi terbatas pada media konvensional seperti pengajian langsung, ceramah di masjid, atau kitab kuning (Raya 2024). Teknologi digital menghadirkan media baru yang menjadi sarana komunikasi utama bagi masyarakat modern, terutama generasi muda (Green 2010). Fenomena ini menuntut pesantren untuk memodifikasi strategi dakwahnya agar tetap relevan dengan kebutuhan zaman.

Era digital menawarkan peluang sekaligus tantangan bagi dakwah Islam. Di satu sisi, media digital memberikan akses yang luas dan cepat untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih besar (Tabassum and Riaz 2024). Ceramah yang sebelumnya hanya didengar oleh jemaah lokal kini dapat menjangkau audiens global melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Di sisi lain, keberadaan media digital juga membawa risiko, seperti munculnya penyebaran paham radikal, konten yang menyesatkan, atau bahkan material yang merusak moral.

Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pesantren terbanyak di Indonesia, mencapai 12.121 pesantren. Jumlah ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah peran para alumni pesantren dan keturunan kiai yang melanjutkan tradisi orang tua mereka dengan mendirikan pesantren baru (Wardana and Hasibuan 2024). Sebagai provinsi dengan populasi Muslim

yang besar, pesantren-pesantren di Jawa Barat juga mengalami dampak dari transformasi sosial dan teknologi (Kamal 2018). Hal ini menjadikan Jawa Barat sebagai laboratorium menarik untuk mengamati bagaimana lembaga-lembaga pendidikan Islam merespons perkembangan teknologi digital. Ada pesantren yang telah berhasil memanfaatkan teknologi untuk mendukung dakwah, tetapi ada pula yang masih gagap dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem pendidikan dan dakwah mereka.

Di pesantren, penggunaan teknologi digital telah dilakukan dengan berbagai cara. Sebagian pesantren menggunakan media sosial untuk menyebarkan ceramah, memberikan pelajaran daring, atau bahkan mempromosikan kegiatan-kegiatan pesantren (Mursidi et al. 2021). Beberapa pesantren telah meluncurkan aplikasi berbasis Islam yang membantu santri dan masyarakat umum mempelajari ajaran agama secara lebih interaktif (Kardi et al. 2023). Namun, tidak semua pesantren memiliki akses yang sama terhadap teknologi. Keterbatasan infrastruktur, kurangnya pelatihan teknologi, dan kesenjangan digital menjadi tantangan besar bagi sebagian pesantren, terutama yang berada di daerah terpencil.

Dalam konteks ini, transformasi strategi dakwah di era digital menjadi isu yang sangat relevan untuk dikaji. Dakwah adalah inti dari misi pesantren, dan keberhasilan atau kegagalannya sangat bergantung pada kemampuan pesantren untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman (Mubarak et al. 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana pesantren di Jawa Barat telah bertransformasi dalam strategi dakwah mereka, serta mengevaluasi dampaknya terhadap efektivitas penyebaran nilai-nilai Islam di era digital.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh kenyataan bahwa generasi muda, sebagai target utama dakwah, merupakan kelompok yang

paling terpapar oleh teknologi digital. Generasi ini tumbuh dalam budaya digital yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya (Mubarak et al. 2022). Mereka lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial, mengandalkan internet untuk mencari informasi, dan memiliki preferensi komunikasi yang sangat visual dan cepat. Dakwah yang tidak mampu berbicara dalam bahasa generasi ini berisiko kehilangan relevansi dan daya tarik (Kahfi and Mahmudi 2024).

Selain itu, munculnya dakwah digital juga menghadirkan tantangan baru dalam aspek otentisitas dan otoritas (Mannerfelt 2023). Di era digital, siapa pun dapat menjadi ustaz dengan memanfaatkan media sosial, tanpa memiliki kredibilitas atau otoritas keilmuan yang memadai. Kondisi ini menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat dan bahkan berpotensi menyebarkan ajaran yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pesantren, dengan tradisi keilmuan yang kuat, memiliki peluang besar untuk menjadi penjaga otoritas dakwah di era digital (Johnston 2001).

Namun, untuk mewujudkan hal tersebut, pesantren harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan inovasi teknologi. Misalnya, pesantren perlu mengembangkan program pelatihan digital bagi santri dan ustaz, memperkuat literasi digital, serta membangun sistem pendukung yang memungkinkan dakwah digital dilakukan secara profesional dan berkelanjutan (Yang 2021).

Pesantren-pesantren di Jawa Barat telah menunjukkan inisiatif yang menarik dalam hal ini. Pesantren Darul Hikmah di Bandung, misalnya, telah memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan ceramah dan pelajaran agama secara daring. Pesantren Al-Muhajirin di Purwakarta mengembangkan program pelatihan keterampilan berbasis teknologi bagi santri (Thohir, Mulyana, and Hermawan 2024). Sementara itu, Pesantren

Yaspida di Sukabumi memanfaatkan aplikasi mobile untuk mendukung pembelajaran agama. Studi ini akan menggali lebih dalam bagaimana pesantren-pesantren tersebut mengelola transformasi strategi dakwah mereka.

Oleh karena itu, kajian tentang transformasi strategi dakwah pesantren di era digital ini sangat penting dilakukan. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam dakwah digital, tetapi juga membantu pesantren lain yang ingin memulai perjalanan serupa. Dengan memahami tantangan dan peluang yang ada, pesantren dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam di era digital.

# **BAGIAN II**

## **FONDASI TEORITIS DAKWAH DAN**

## **KOMUNIKASI**

### **A. Teori Komunikasi Dakwah**

Teori komunikasi dakwah adalah sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana pesan agama disampaikan kepada audiens dan bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, serta memengaruhi perilaku masyarakat (Adeyemo 2014). Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya mencakup penyampaian pesan agama secara lisan melalui ceramah atau pengajian, tetapi juga melalui berbagai medium komunikasi lainnya yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, seperti media sosial, aplikasi pesan, dan platform digital. Teori komunikasi dakwah bertujuan untuk memahami mekanisme komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan agama kepada audiens yang heterogen dan beragam, baik dalam konteks sosial, budaya, maupun teknologi (Agustin et al. 2019).

Dalam teori komunikasi dakwah, sangat penting untuk memperhatikan bagaimana proses komunikasi antara pendakwah (da'i) dengan audiens berlangsung (Naqqiyah and Nurdin 2019). Pesan dakwah tidak hanya disampaikan secara satu arah, tetapi juga melibatkan interaksi dua arah antara pendakwah dan audiens. Interaksi ini penting karena dalam proses komunikasi, audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga memiliki kapasitas untuk menanggapi, memberi feedback, atau bahkan mengubah perilaku mereka sesuai dengan pesan yang diterima (Hartono,

Rosidi, and Romadi 2020). Oleh karena itu, komunikasi dakwah yang efektif harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti pemahaman budaya, kepercayaan, nilai-nilai sosial, dan konteks lokal yang memengaruhi penerimaan pesan agama.

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis proses komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks dakwah digital, adalah Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers pada tahun 2014. Teori ini menjelaskan bagaimana ide, teknologi, dan inovasi baru menyebar melalui suatu masyarakat. Dalam konteks dakwah, teknologi digital seperti media sosial, aplikasi pesan, dan situs web menjadi inovasi yang baru dalam menyampaikan pesan agama. Rogers menyatakan bahwa adopsi inovasi atau teknologi baru melalui lima tahapan, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi (Rogers, Singhal, and Quinlan 2014). Dalam konteks pesantren, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana pesantren mengadopsi teknologi digital sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah mereka kepada masyarakat luas, serta bagaimana audiens, dalam hal ini umat Islam, menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut untuk mendalami agama mereka.

Tahap pertama dalam difusi inovasi menurut Rogers adalah pengetahuan, yaitu ketika individu atau kelompok pertama kali mengetahui adanya suatu inovasi. Dalam hal dakwah digital, ini bisa berarti pertama kali mendengar tentang penggunaan media sosial untuk tujuan dakwah, seperti dakwah melalui YouTube, Instagram, atau TikTok. Pada tahap ini, audiens belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang manfaat atau cara penggunaan media tersebut. Dalam konteks pesantren, misalnya, para pengurus pesantren mungkin baru mulai mengeksplorasi potensi media digital

untuk dakwah, dan mereka harus mendapatkan pengetahuan mengenai cara-cara efektif untuk memanfaatkan teknologi tersebut (Rogers et al. 2014).

Tahap kedua adalah persuasi, yaitu proses di mana individu mulai mengevaluasi dan membentuk sikap mereka terhadap inovasi tersebut. Di sinilah pentingnya pengaruh dari pendakwah atau kelompok yang lebih berpengalaman dalam teknologi. Pendakwah yang telah lebih dahulu menggunakan media sosial, misalnya, dapat membagikan pengalamannya kepada pesantren lain, meyakinkan mereka bahwa teknologi digital bukanlah ancaman terhadap ajaran agama, melainkan alat yang dapat digunakan untuk tujuan yang lebih baik. Pada tahap ini, pesantren atau pendakwah juga perlu melihat berbagai keuntungan dan tantangan dari penggunaan teknologi digital dalam dakwah (Rogers et al. 2014).

Tahap ketiga adalah keputusan, di mana individu atau kelompok memutuskan untuk mengadopsi atau menolak inovasi tersebut. Untuk pesantren, ini bisa berarti keputusan untuk mulai menggunakan platform seperti YouTube atau Instagram sebagai sarana dakwah. Keputusan ini sangat penting karena dapat mempengaruhi keberhasilan dakwah digital di masa depan. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan ini antara lain adalah ketersediaan sumber daya (misalnya, pelatihan atau perangkat teknologi), keyakinan akan efektivitas teknologi dalam dakwah, serta adanya dukungan dari pihak-pihak terkait seperti pengurus pesantren dan komunitas (Rogers et al. 2014).

Setelah keputusan dibuat, tahap berikutnya adalah implementasi, di mana individu atau kelompok mulai menerapkan inovasi tersebut dalam kehidupan mereka (Rogers et al. 2014). Dalam konteks pesantren, tahap ini bisa berarti memulai kegiatan dakwah melalui media sosial, seperti mengupload video ceramah, mengadakan kelas online, atau berbagi artikel

keagamaan melalui platform digital (Nisa 2018). Pada tahap ini, pesantren perlu mengatasi berbagai tantangan teknis, seperti pengelolaan platform, pengeditan konten, dan pengelolaan audiens di media sosial. Di sisi lain, audiens juga akan mulai mengadaptasi cara mereka menerima dan menyebarkan informasi dakwah yang diberikan melalui media digital.

Tahap terakhir adalah konfirmasi, yaitu ketika individu atau kelompok mengevaluasi hasil dari penggunaan inovasi tersebut dan memutuskan apakah mereka akan terus menggunakannya atau tidak (Rogers et al. 2014). Dalam konteks dakwah digital, ini berarti melihat seberapa efektif penggunaan media sosial dalam menyampaikan pesan dakwah dan apakah ada dampak positif terhadap pemahaman agama dan perilaku masyarakat (Gould 2015). Jika pesantren merasa bahwa penggunaan media sosial telah memberikan dampak positif, mereka akan melanjutkan dan mungkin meningkatkan strategi dakwah digital mereka. Sebaliknya, jika hasilnya kurang memuaskan, mereka akan mengevaluasi kembali pendekatan mereka dan mencari alternatif lainnya (Makhutla 2021).

Teori difusi inovasi ini sangat relevan dalam konteks dakwah digital, karena memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana teknologi baru dapat diadopsi dan diterima dalam masyarakat (Cucu and Irfani 2024). Selain itu, teori ini juga menekankan pentingnya proses komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens, di mana umpan balik dari audiens menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dakwah digital (Ummah 2021). Oleh karena itu, dalam menganalisis dakwah digital pesantren, kita harus memperhatikan bagaimana pesantren beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital, serta bagaimana audiens (baik itu santri maupun masyarakat umum) menerima dan memanfaatkan media sosial dalam mendalami ajaran agama.

Penerapan teori difusi inovasi dalam konteks dakwah digital pesantren juga dapat menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan adopsi teknologi tersebut. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi adopsi ini antara lain adalah karakteristik pesantren itu sendiri (misalnya, ukuran pesantren, tingkat pemahaman teknologi, dan keterbukaan terhadap perubahan), karakteristik audiens (misalnya, usia, tingkat pendidikan, dan keakraban dengan teknologi), serta dukungan dari pihak eksternal seperti pemerintah atau lembaga swasta yang dapat menyediakan pelatihan atau perangkat teknologi (Apramuka and Kusuma 2020).

Teori komunikasi dakwah dalam konteks dakwah digital menunjukkan bahwa komunikasi agama tidak lagi terbatas pada ceramah atau pengajian konvensional, tetapi kini juga dapat dilakukan melalui berbagai platform digital yang lebih interaktif dan luas jangkauannya. Dengan adanya teknologi digital, dakwah dapat lebih inklusif dan dapat menjangkau audiens yang lebih beragam, baik dari segi usia, lokasi geografis, maupun latar belakang sosial (Ahmed et al. 2023). Oleh karena itu, teori komunikasi dakwah yang mengadopsi perspektif teori difusi inovasi ini memberikan wawasan yang sangat berharga dalam memahami bagaimana dakwah dapat berkembang di era digital yang serba cepat ini.

## **B. Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*)**

Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*) adalah salah satu teori psikologi yang dikembangkan oleh Albert Bandura pada awal 1980-an. Teori ini berfokus pada bagaimana individu mempelajari perilaku, nilai, dan sikap melalui pengamatan, imitasi, dan peniruan terhadap orang lain, khususnya figur atau model yang dianggap sebagai contoh (Bandura 1986). Dalam konteks dakwah pesantren di era digital, teori ini memberikan wawasan tentang bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui media digital,

seperti video, podcast, atau media sosial, dapat memengaruhi perilaku dan sikap para siswa atau masyarakat secara signifikan.

Menurut Bandura, pembelajaran sosial terjadi melalui tiga proses utama: pengamatan, perhatian, dan peniruan. Proses pertama, pengamatan, mengacu pada bagaimana individu mengamati dan memperhatikan tindakan atau perilaku orang lain yang dianggap sebagai model (Bandura 1978). Dalam konteks dakwah pesantren, ini bisa berarti bahwa masyarakat atau siswa yang menonton konten dakwah di media sosial atau platform digital lainnya mengamati bagaimana para pendakwah, yang bisa berupa kyai atau ustaz, mengungkapkan pesan-pesan agama mereka. Ketika mereka mengamati perilaku ini, mereka mulai memperhatikan nilai dan prinsip yang diajarkan dalam pesan dakwah tersebut.

Selanjutnya, proses perhatian berhubungan dengan seberapa besar perhatian yang diberikan oleh individu terhadap model atau perilaku yang diamati. Dalam konteks dakwah digital, tingkat perhatian ini sangat dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan yang dilakukan oleh pendakwah (Aditya and Deni 2024). Jika penyampaian pesan dakwah dilakukan dengan cara yang menarik, relevan, dan sesuai dengan minat audiens, maka kemungkinan besar pesan tersebut akan menarik perhatian lebih banyak orang, terutama para generasi muda yang aktif di media sosial. Penyampaian pesan yang dilakukan dengan cara yang inovatif dan menyentuh hati bisa membuat audiens merasa terhubung secara emosional dengan apa yang disampaikan, sehingga mereka lebih cenderung untuk menirunya dalam kehidupan sehari-hari (Saleh et al. 2022).

Proses ketiga adalah peniruan atau imitasi, di mana individu tidak hanya mengamati, tetapi juga meniru atau mempraktikkan perilaku yang telah diamati tersebut (Saleh et al. 2022). Pada konteks dakwah pesantren di era

digital, peniruan ini bisa dilihat ketika para siswa atau masyarakat mulai meniru perilaku positif yang diajarkan dalam dakwah digital, seperti rajin beribadah, berbagi ilmu, atau menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Misalnya, ketika seorang kyai atau ustaz menyampaikan pesan tentang pentingnya berdoa atau menjaga akhlak melalui video atau konten digital, audiens yang terpapar dengan pesan tersebut mungkin akan mulai mengadopsi perilaku serupa dalam kehidupan mereka.

Bandura juga memperkenalkan konsep penting lainnya dalam teori ini, yaitu penguatan dan hukuman, yang dapat mempengaruhi apakah suatu perilaku akan ditiru atau tidak. Jika perilaku yang diamati mendapatkan penguatan positif, seperti pujian atau penghargaan, maka individu lebih cenderung untuk meniru perilaku tersebut (Bandura and Adams 1977). Dalam hal dakwah pesantren digital, ini bisa berarti bahwa para siswa atau masyarakat yang mulai menerapkan ajaran dakwah yang mereka lihat secara digital dan mendapatkan dukungan positif, baik dari keluarga, teman, maupun komunitas pesantren, akan semakin termotivasi untuk terus melakukan perilaku tersebut. Sebaliknya, jika suatu perilaku yang diamati mendapat hukuman atau pengabaian, kemungkinan besar individu tersebut akan menghentikan atau menghindari perilaku tersebut (Bandura 2014).

Teori pembelajaran sosial juga mengemukakan bahwa individu dapat belajar tidak hanya dari pengamatan langsung terhadap perilaku orang lain, tetapi juga dari pengalaman vicarious (tidak langsung) (Pandura 1977). Ini berarti bahwa orang dapat belajar dengan mengamati akibat dari perilaku orang lain tanpa harus terlibat langsung dalam perilaku tersebut (Bandura 1969). Dalam konteks dakwah pesantren di era digital, audiens dapat belajar dari pengalaman orang lain yang mereka lihat dalam konten dakwah, seperti cerita sukses atau kisah inspiratif dari mereka yang menerapkan ajaran agama

dalam kehidupan mereka. Misalnya, seseorang yang menonton video dakwah tentang seorang santri yang berhasil mengatasi tantangan hidup dengan berpegang pada prinsip agama mungkin akan termotivasi untuk melakukan hal yang sama.

Salah satu aspek penting dalam teori pembelajaran sosial Bandura adalah konsep *self-regulation* atau pengaturan diri, di mana individu belajar untuk mengendalikan perilaku mereka sendiri berdasarkan standar yang mereka amati dari model (Bandura 1991). Dalam konteks dakwah pesantren, ini berarti bahwa para siswa atau masyarakat dapat belajar untuk mengatur diri mereka sendiri dalam menjalankan ajaran agama setelah melihat teladan yang diberikan oleh para pendakwah. Mereka tidak hanya meniru perilaku yang diamati, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai tersebut sebagai bagian dari diri mereka, sehingga dakwah yang disampaikan tidak hanya memengaruhi perilaku mereka dalam jangka pendek, tetapi juga membentuk karakter dan kebiasaan mereka dalam jangka panjang.

Selain itu, Bandura juga memperkenalkan konsep *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mencapai tujuan atau mengatasi tantangan yang ada. Dalam konteks dakwah pesantren di era digital, ketika seseorang melihat contoh dakwah yang berhasil dan inspiratif, ini dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka untuk juga menerapkan ajaran agama dalam kehidupan mereka. Dengan meningkatkan *self-efficacy*, dakwah digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk memotivasi individu dalam mengubah perilaku mereka menjadi lebih baik dan lebih dekat dengan ajaran agama (Anderson, Winett, and Wojcik 2007).

Pentingnya teori pembelajaran sosial dalam konteks dakwah pesantren digital juga dapat dilihat dari cara masyarakat atau siswa berinteraksi dengan teknologi. Media sosial dan platform digital lainnya dapat berfungsi sebagai

ruang di mana proses pembelajaran sosial berlangsung secara intensif (Lankshear and Knobel 2011). Misalnya, ketika seorang pendakwah berbagi ceramah atau pesan agama melalui video, audiens yang melihat video tersebut dapat langsung mengamati dan mempelajari bagaimana pendakwah tersebut menyampaikan ajaran agama dengan cara yang mudah dimengerti, menarik, dan relevan dengan kehidupan mereka. Dengan cara ini, dakwah digital dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih beragam, termasuk generasi muda yang lebih aktif di dunia maya (Bingham and Conner 2010).

Penggunaan teknologi digital dalam dakwah juga memungkinkan terciptanya interaksi sosial yang lebih dinamis antara pendakwah dan audiens (Hutchings 2017). Audiens tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi mereka dapat berinteraksi dengan pendakwah atau sesama audiens melalui komentar, diskusi, atau berbagi pengalaman. Interaksi semacam ini memperkuat proses pembelajaran sosial, karena individu dapat mendapatkan umpan balik langsung mengenai pemahaman mereka terhadap pesan dakwah. Selain itu, mereka juga dapat berbagi pengalaman pribadi yang berkaitan dengan penerapan ajaran agama dalam kehidupan mereka, yang pada gilirannya akan memperkaya pengalaman belajar audiens lainnya (Witte 2013).

Di sisi lain, teori pembelajaran sosial juga memperhatikan bahwa pengaruh dari model atau pendakwah tidak selalu bersifat positif (Bingham and Conner 2010). Dalam konteks dakwah digital, jika pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan nilai-nilai agama yang sah, atau jika model yang ditampilkan tidak memiliki integritas yang kuat, maka dapat terjadi pembelajaran yang salah atau bahkan merugikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi dakwah pesantren di era digital untuk menjaga kualitas dan akuntabilitas pesan yang disampaikan. Pendakwah harus memastikan bahwa

apa yang mereka ajarkan melalui media digital sesuai dengan prinsip-prinsip agama yang benar, dan dapat memberikan dampak positif bagi audiens (Witte 2013).

Dengan begitu teori pembelajaran sosial Bandura memberikan pandangan yang sangat relevan dalam melihat bagaimana dakwah pesantren di era digital dapat memengaruhi perilaku, sikap, dan nilai-nilai masyarakat atau siswa (Gardner 2020). Dengan menggabungkan elemen-elemen seperti pengamatan, perhatian, peniruan, penguatan, dan peniruan pengalaman, dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih dinamis dan efektif melalui media digital. Selain itu, dengan menggunakan konsep *self-regulation* dan *self-efficacy*, dakwah digital dapat memberikan dampak yang lebih mendalam dan berkelanjutan dalam membentuk karakter dan perilaku individu. Oleh karena itu, teori pembelajaran sosial tidak hanya memberikan kerangka teori yang kuat, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan mereka dengan cara yang lebih relevan, efektif, dan berdampak positif bagi audiens di era digital ini (Kimaru 2019).

### **C. Teori Pendidikan Agama**

Teori Pendidikan Agama memiliki peran yang sangat penting dalam memahami bagaimana dakwah pesantren berlangsung, baik melalui pengajaran langsung maupun melalui pemanfaatan media digital (Smith 2003). Pendidikan agama dalam konteks ini tidak hanya mengarah pada pengetahuan teoritis tentang agama, tetapi juga mencakup pembentukan sikap dan perilaku berdasarkan nilai-nilai agama yang diajarkan (Tuna 2020). Dalam dakwah pesantren, pendidikan agama bukan hanya sebuah transfer pengetahuan, tetapi lebih sebagai proses internalisasi nilai-nilai religius yang berakar pada ajaran Islam.

Pada dasarnya, teori pendidikan agama berfokus pada pengembangan tiga aspek utama dalam pembelajaran, yaitu aspek kognitif, afektif, dan psikomotor. Aspek kognitif berkaitan dengan pemahaman siswa terhadap pengetahuan agama, yang meliputi kajian tentang tafsir, hadis, fiqih, dan Aqidah (Solihin, Hasanah, and Fajrussalam 2020). Aspek afektif mencakup sikap, perasaan, dan keyakinan siswa terhadap ajaran agama, termasuk bagaimana mereka memandang agama dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan aspek psikomotor berhubungan dengan tindakan konkret atau praktik nyata yang dilakukan siswa dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan ajaran agama yang mereka pelajari (Sajoo 2015). Ketiga aspek ini harus berjalan seiring, terutama dalam konteks pesantren yang berfokus pada pembentukan karakter dan moral.

Pada tingkat kognitif, pendidikan agama berperan dalam memberikan pengetahuan yang mendalam tentang agama Islam. Ini termasuk pemahaman tentang Al-Qur'an, Sunnah, dan ilmu-ilmu agama lainnya (Davis and Miroshnikova 2013). Pembelajaran agama di pesantren sangat mendalam dan mengutamakan pengetahuan teoritis. Namun, yang menjadi tantangan adalah bagaimana pesantren dapat memastikan bahwa pendidikan agama ini tetap relevan dengan perkembangan zaman, terutama dengan adanya teknologi yang semakin mendominasi kehidupan masyarakat (Japhet 2020). Untuk itu, integrasi pendidikan agama dengan penggunaan teknologi menjadi penting. Media digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah pesantren dengan memanfaatkan platform online, seperti YouTube, Instagram, dan aplikasi pembelajaran.

Namun, pada saat yang sama, penggunaan teknologi dalam pendidikan agama harus dilakukan dengan hati-hati. Pesantren yang ingin memanfaatkan teknologi dalam pendidikan agama harus tetap menjaga kualitas pengajaran

agama yang diberikan. Hal ini membutuhkan pengawasan yang ketat terhadap konten dakwah dan pendidikan agama yang ada di dunia maya, agar tidak terjebak pada penyebaran informasi yang salah atau yang dapat mempengaruhi pemahaman agama siswa secara keliru (McKenzie and Harton 2002). Oleh karena itu, penerapan teori pendidikan agama dalam pesantren harus dilaksanakan dengan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan pengawasan terhadap nilai-nilai agama yang diajarkan.

Aspek afektif dalam pendidikan agama di pesantren menekankan pada pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama. Ini adalah bagian yang sangat penting, karena pendidikan agama bukan hanya tentang apa yang diketahui siswa, tetapi juga tentang bagaimana mereka menghayati dan mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan mereka (Teece 2010). Di pesantren, aspek afektif ini sering kali lebih ditekankan melalui pendekatan langsung, seperti pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari, ibadah bersama, dan kegiatan sosial yang berbasis pada nilai-nilai Islam. Pembiasaan dalam beribadah, berakhlak baik, dan berperilaku sesuai dengan ajaran agama menjadi bagian dari pendidikan agama yang dilakukan di pesantren.

Namun, dalam era digital ini, aspek afektif juga dapat dipengaruhi oleh konten yang ditemukan di media sosial. Anak-anak muda yang tumbuh di dunia digital sering kali terpapar dengan berbagai pandangan dan perilaku yang beragam, baik yang positif maupun yang negatif (Teece 2010). Dalam konteks ini, pesantren perlu memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk menanamkan nilai-nilai agama yang benar. Mereka dapat mengembangkan konten-konten yang mengedukasi dan menginspirasi, dengan pendekatan yang lebih modern, tanpa mengurangi kualitas pesan agama itu sendiri. Dalam hal ini, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai penjaga moralitas di dunia digital (McKenzie and Harton 2002).

Aspek psikomotor dalam pendidikan agama berhubungan dengan aplikasi langsung dari pengetahuan dan nilai agama dalam kehidupan nyata (Koukounaras Liagkis 2022). Di pesantren, hal ini tercermin dalam kegiatan sehari-hari, seperti pengajaran tentang tata cara beribadah, shalat berjamaah, puasa, zakat, dan kegiatan sosial yang mendukung komunitas. Pesantren tidak hanya mengajarkan teori agama, tetapi juga memberikan ruang bagi siswa untuk mengimplementasikan ajaran agama dalam kehidupan mereka (Gross 2011). Dengan demikian, dakwah yang dilakukan oleh pesantren mencakup dimensi pendidikan yang tidak hanya menekankan pada pengajaran agama, tetapi juga pada pengamalan nilai-nilai agama secara praktis.

Namun, dengan adanya kemajuan teknologi, aspek psikomotor juga bisa terpengaruh oleh cara siswa mengakses ajaran agama secara digital. Dengan adanya aplikasi seperti *Quranic Apps* dan video tutorial, siswa bisa mendapatkan informasi yang lebih praktis mengenai bagaimana cara melakukan ibadah atau kegiatan keagamaan lainnya (Koukounaras Liagkis 2022). Namun, hal ini juga memunculkan tantangan, yaitu bagaimana pesantren dapat memastikan bahwa tindakan yang dilakukan oleh siswa berdasarkan informasi digital tersebut tetap sesuai dengan ajaran agama yang sahih.

Penting untuk dicatat bahwa pesantren, dalam mengembangkan dakwah berbasis teknologi, juga perlu memperhatikan peran guru atau pengasuh pesantren. Dalam teori pendidikan agama, peran pengajar sangat penting dalam memfasilitasi dan membimbing siswa dalam memahami ajaran agama secara menyeluruh, serta mengintegrasikan pembelajaran dengan kehidupan sehari-hari (Husna and Thohir 2020). Guru yang mengajarkan agama harus memiliki kompetensi dalam bidang agama dan juga mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, termasuk penggunaan teknologi

dalam pendidikan agama (Muhaemin et al. 2023). Di sinilah teori pendidikan agama berinteraksi dengan praktik dakwah, di mana dakwah dilakukan tidak hanya melalui ceramah langsung tetapi juga melalui media digital yang kini menjadi bagian integral dari kehidupan siswa.

Tantangan besar bagi pesantren dalam menerapkan teori pendidikan agama adalah menjaga keseimbangan antara menjaga kualitas ajaran agama yang diajarkan dan menggunakan teknologi untuk memperluas jangkauan dakwah (Whitehouse 2004). Pendidikan agama di pesantren yang bersifat tradisional sering kali lebih mengutamakan pengajaran secara langsung dan pembiasaan, sementara teknologi memungkinkan informasi disebarluaskan secara luas dengan kecepatan yang lebih tinggi (Munajat, Aulia, and Nafiisah 2024). Oleh karena itu, pesantren perlu mengembangkan kurikulum yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut secara harmonis.

Di sisi lain, teori pendidikan agama juga menekankan pentingnya keterlibatan aktif siswa dalam pembelajaran agama. Siswa di pesantren tidak hanya mendengarkan ceramah atau pelajaran agama, tetapi mereka juga dilibatkan dalam proses pembelajaran yang aktif, seperti diskusi, tanya jawab, dan kajian kelompok (Anggraini et al. 2022). Pembelajaran seperti ini memungkinkan siswa untuk lebih memahami nilai-nilai agama secara mendalam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan mereka. Dengan menggunakan teknologi, pesantren bisa menciptakan ruang pembelajaran yang lebih interaktif, di mana siswa dapat berdiskusi secara online atau mengakses materi tambahan yang memperkaya pengetahuan agama mereka (Ramirez and Ramirez 2017).

Dalam konteks dakwah berbasis media digital, teori pendidikan agama juga menyoroti pentingnya pengembangan karakter melalui konten yang edukatif dan berbasis pada nilai-nilai keislaman. Di sini, dakwah digital harus

memfasilitasi siswa untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam mengenai agama dan tidak hanya menyampaikan pesan secara satu arah. Dakwah yang berbasis pada teknologi harus bersifat interaktif, memungkinkan siswa untuk bertanya, berdiskusi, dan memperdalam pemahaman mereka tentang ajaran agama (Hasan and Rozaq 2023).

Penting juga untuk memahami bahwa pendidikan agama dalam pesantren tidak hanya mencakup pengetahuan agama, tetapi juga mencakup pembentukan karakter dan moral siswa. Pembelajaran agama di pesantren haruslah mampu membentuk siswa menjadi pribadi yang memiliki akhlak yang baik, memiliki pemahaman yang mendalam tentang agama, serta mampu mengaplikasikan ajaran agama dalam kehidupan mereka sehari-hari (Munajat et al. 2024). Oleh karena itu, teori pendidikan agama dalam konteks pesantren perlu mengarah pada pembentukan karakter yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, pendidikan agama dalam dakwah pesantren tidak hanya melibatkan pengajaran pengetahuan agama tetapi juga pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Teori pendidikan agama memberikan kerangka kerja yang dapat membantu pesantren dalam mengembangkan metode dakwah yang lebih modern, tanpa meninggalkan esensi ajaran agama yang telah diajarkan selama ini.

# **BAGIAN III**

## **DAKWAH DALAM ERA DIGITAL DAN**

## **MEDIA BARU**

### **A. Teori Adopsi Teknologi**

Adopsi teknologi merupakan fenomena yang semakin penting dalam berbagai bidang, termasuk dalam dunia dakwah (Rafique et al. 2020). Dalam konteks pesantren, adopsi teknologi digital menjadi hal yang tak bisa dihindari, mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan peranannya yang semakin besar dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, memahami bagaimana pesantren dan individu di dalamnya menerima dan menggunakan teknologi digital dalam dakwah menjadi hal yang krusial. Salah satu teori yang relevan dalam menganalisis adopsi teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989. Model ini mengidentifikasi dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu perceived ease of use (kemudahan penggunaan) dan perceived usefulness (kebergunaan). Teori ini memiliki banyak relevansi dalam konteks dakwah digital, karena dapat menjelaskan bagaimana pesantren dan individu di dalamnya mengadopsi teknologi digital untuk tujuan dakwah mereka (Davis 1989).

TAM berfokus pada bagaimana persepsi individu terhadap teknologi mempengaruhi keputusan mereka untuk menerima atau menolaknya. Dalam konteks dakwah digital, dua elemen utama yang menjadi perhatian dalam teori ini adalah persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi (Rafique et

al. 2020). *Perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya atau mempermudah pekerjaan mereka (Davis 1987). Dalam hal ini, pesantren yang ingin menyebarkan dakwah melalui teknologi digital harus meyakinkan penggunanya, baik itu dai, santri, atau pengelola pesantren, bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas dakwah mereka. Misalnya, penggunaan media sosial, seperti YouTube atau Instagram, bisa memberikan jangkauan dakwah yang lebih luas, memungkinkan pesantren untuk mencapai audiens yang lebih besar dan lebih beragam.

Selain manfaat, faktor kedua dalam TAM adalah *perceived ease of use*, yaitu sejauh mana seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa kesulitan yang berarti (Davis 1987). Dalam dunia pesantren, di mana sebagian besar pengurus dan santri mungkin tidak terbiasa dengan teknologi digital, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam proses adopsi. Jika teknologi yang digunakan dalam dakwah, seperti aplikasi atau platform media sosial, terlalu rumit atau tidak *user-friendly*, maka akan ada kemungkinan besar bahwa pesantren atau individu di dalamnya akan merasa enggan untuk mengadopsinya (Wibowo 2008). Oleh karena itu, desain dan antarmuka yang sederhana, serta pelatihan yang memadai bagi pengurus pesantren, sangat diperlukan agar mereka merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan teknologi untuk tujuan dakwah.

Teori TAM juga menggambarkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya, seperti sosial dan budaya (Davis 1987). Dalam konteks dakwah digital di pesantren, budaya dan nilai-nilai keagamaan yang ada dalam pesantren harus dipertimbangkan dengan cermat. Beberapa pesantren mungkin memiliki keterbatasan atau ketidaknyamanan dengan penggunaan teknologi digital yang dianggap bisa merusak nilai-nilai

tradisional. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor sosial dan budaya yang berlaku di lingkungan pesantren sangat penting dalam mengembangkan strategi adopsi teknologi. Penyesuaian antara teknologi yang digunakan dan nilai-nilai lokal akan membantu mempercepat adopsi teknologi tanpa menimbulkan perlawanan dari pihak yang konservatif (Ibrahim et al. 2017).

Nwatu dalam penelitiannya menyebutkan bahwa adopsi teknologi sering kali tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap manfaat dan kemudahan teknologi, tetapi juga oleh faktor-faktor organisasi (Nwatu 2011). Dalam hal ini, pesantren sebagai organisasi juga harus memiliki kebijakan yang mendukung penggunaan teknologi digital dalam dakwah. Hal ini bisa berupa kebijakan internal yang mendorong pemanfaatan teknologi di berbagai lini dakwah, baik dalam pembelajaran, penyebaran materi dakwah, maupun interaksi dengan masyarakat. Selain itu, perlu adanya komitmen dari pimpinan pesantren untuk menyediakan sumber daya yang dibutuhkan, seperti anggaran untuk perangkat teknologi dan pelatihan bagi santri dan ustaz dalam menggunakan teknologi digital (Santi and Erdani 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, TAM terus berkembang dan diadaptasi untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah model yang menggabungkan beberapa teori adopsi teknologi, termasuk TAM, dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh berbagai faktor terhadap adopsi teknologi (Dwivedi et al. 2011). Dalam UTAUT, terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu performance expectancy (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), social influence (pengaruh sosial), dan facilitating conditions (kondisi yang memfasilitasi) (Dwivedi et al. 2011). Keempat faktor ini dapat

memperkaya pemahaman kita mengenai adopsi teknologi dalam dakwah, terutama dalam konteks pesantren.

Dalam hal *performance expectancy*, harapan akan kinerja yang lebih baik dengan menggunakan teknologi digital sangat penting dalam konteks dakwah (Dwivedi et al. 2019). Misalnya, jika teknologi digital dapat mempercepat proses penyebaran dakwah, seperti melalui live streaming pengajian atau penyebaran video ceramah, maka ada peluang lebih besar bagi pesantren untuk mengadopsinya (Aronson and Carlsmith 1962). Sebaliknya, jika teknologi tersebut tidak membawa manfaat yang jelas atau tidak memberikan peningkatan signifikan dalam kinerja dakwah, maka pesantren akan enggan untuk mengadopsinya.

*Effort expectancy* atau harapan usaha berkaitan dengan tingkat kemudahan penggunaan teknologi yang bersangkutan. Dalam konteks dakwah, jika teknologi yang digunakan mudah dipahami dan diterapkan oleh pengurus pesantren maupun santri, maka adopsi teknologi akan lebih cepat (Aronson and Carlsmith 1962). Hal ini penting mengingat banyak pesantren, terutama yang berada di daerah-daerah yang lebih terpencil, memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan teknologi. Oleh karena itu, penyederhanaan proses dan antarmuka teknologi menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan bahwa dakwah digital dapat diakses oleh siapa saja.

*Social influence*, yang merupakan faktor ketiga dalam UTAUT, menunjukkan bahwa individu cenderung mengikuti apa yang dilakukan oleh orang lain, terutama orang-orang yang mereka anggap memiliki otoritas atau pengaruh (Ghalandari 2012). Dalam konteks pesantren, ini berarti bahwa jika pimpinan pesantren atau ulama yang dihormati mendukung penggunaan teknologi digital untuk dakwah, maka santri dan pengurus pesantren akan lebih cenderung untuk mengadopsinya. Pengaruh sosial ini sangat penting

dalam komunitas pesantren yang sering kali sangat bergantung pada keteladanan dan ajakan dari para pemimpin.

Terakhir, *facilitating conditions*, yang berkaitan dengan kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi, juga menjadi faktor penting dalam adopsi teknologi (Venkatesh et al. 2008). Kondisi ini mencakup akses terhadap perangkat teknologi, koneksi internet, dan pelatihan yang memadai. Di banyak pesantren, terutama yang ada di daerah kurang berkembang, akses terhadap teknologi dan infrastruktur internet yang baik masih menjadi tantangan besar. Oleh karena itu, untuk memastikan adopsi teknologi yang berhasil, pesantren harus memastikan bahwa kondisi-kondisi yang mendukung penggunaan teknologi tersedia.

Selain faktor internal dalam pesantren, terdapat juga faktor eksternal yang mempengaruhi adopsi teknologi, seperti kebijakan pemerintah dan perkembangan teknologi itu sendiri (Wahono et al. 2023). Pengembangan kebijakan pemerintah yang mendukung digitalisasi pendidikan agama dan dakwah dapat mempercepat adopsi teknologi di pesantren. Misalnya, adanya program pelatihan teknologi untuk guru dan santri, serta insentif bagi pesantren yang menerapkan teknologi dalam kegiatan dakwahnya, dapat mempercepat proses adopsi (Hanafi et al. 2021).

Selain itu, kemajuan teknologi yang semakin canggih dan terjangkau juga berperan penting dalam mempercepat adopsi teknologi digital dalam dakwah. Kini, dengan semakin banyaknya perangkat yang lebih murah dan mudah digunakan, serta akses internet yang semakin luas, pesantren di berbagai daerah dapat lebih mudah untuk mengintegrasikan teknologi dalam dakwah mereka. Dengan demikian teori adopsi teknologi, khususnya TAM dan UTAUT, memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi di pesantren dalam konteks

dakwah digital (Venkatesh et al. 2008). Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan pengaruh sosial, pesantren dapat lebih mudah mengadopsi teknologi dalam kegiatan dakwah mereka, sehingga pesan dakwah dapat sampai kepada audiens yang lebih luas dan lebih beragam.

## **B. Teori Media Baru (*New Media Theory*)**

Teori Media Baru atau New Media Theory berfokus pada pengaruh revolusi digital dalam komunikasi massa dan bagaimana media baru, seperti internet dan platform digital, memengaruhi cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, serta bagaimana budaya dan masyarakat berkembang (Hrynyshyn 2017). Dalam konteks dakwah di pesantren, teori ini sangat relevan karena media baru telah mengubah cara dakwah tradisional dilakukan, memberikan peluang besar bagi pesantren untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, serta memperluas jangkauan audiens mereka. Teori ini mengkaji bagaimana teknologi baru seperti media sosial, website, aplikasi digital, dan platform komunikasi lainnya telah merubah lanskap dakwah, terutama dalam hal efisiensi dan efektivitas penyebaran pesan (Sterin and Winston 2017).

Sejak diperkenalkannya internet, dunia komunikasi telah mengalami perubahan radikal. Media baru ini tidak hanya memperkenalkan cara baru dalam berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi banyak sektor, termasuk sektor pendidikan dan dakwah (Gane and Beer 2008). Dalam konteks dakwah, teori media baru membantu menjelaskan bagaimana teknologi ini memungkinkan pesantren untuk menjangkau lebih banyak orang tanpa batasan geografis, serta bagaimana mereka mengubah cara mereka berinteraksi dengan audiens, terutama generasi muda yang lebih cenderung menggunakan teknologi (Finnemann 2011). Platform digital seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, dan Facebook telah menjadi bagian penting dalam

kehidupan sehari-hari banyak orang, termasuk dalam beragama dan mendalami ajaran agama.

Sejalan dengan perkembangan teori ini, para ahli media seperti Marshall McLuhan mengemukakan pentingnya memahami peran media dalam membentuk pola pikir dan cara berinteraksi masyarakat. McLuhan, dalam karyanya *Understanding Media: The Extensions of Man*, terkenal dengan konsep media adalah pesan (*the medium is the message*) (Wesselmann, Zompetti, and George 2021). McLuhan berpendapat bahwa medium atau saluran komunikasi tidak hanya membawa pesan, tetapi juga membentuk cara orang berpikir dan berinteraksi dengan dunia sekitar. Dalam hal ini, penggunaan media baru seperti internet dan media sosial mengubah cara pesan dakwah disampaikan dan diterima (McLuhan and Zingrone 1997). Penggunaan teknologi digital dalam dakwah tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga mempengaruhi cara umat Islam berinteraksi dengan ajaran agama mereka. Melalui media sosial, pesantren dapat lebih mudah berinteraksi dengan jamaah mereka, memberikan pengajaran agama, dan merespons perkembangan sosial yang terjadi (Saleh et al. 2022).

Manuel Castells, seorang ahli komunikasi dan sosiologi yang berfokus pada masyarakat informasi, juga berkontribusi pada teori ini dengan penjelasannya tentang jaringan komunikasi dalam masyarakat digital. Dalam bukunya *The Rise of the Network Society* (2011), Castells mengemukakan bahwa dunia telah berubah menjadi sebuah jaringan komunikasi global yang saling terhubung, dan ini telah mengubah cara orang berkomunikasi dan bekerja (Castells 2011). Castells menekankan bahwa media baru memungkinkan bentuk komunikasi yang lebih efisien dan lebih fleksibel, termasuk dalam bidang dakwah. Di dunia pesantren, penerapan media baru memberikan kemampuan untuk menyebarkan dakwah lebih cepat dan lebih

luas, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dengan demikian, teori Castells relevan dalam menggambarkan bagaimana pesantren memanfaatkan media baru untuk memperluas pengaruh dakwah mereka dan beradaptasi dengan kebutuhan zaman yang serba digital (Castells 2011).

Dalam konteks dakwah pesantren, media sosial memainkan peran yang sangat penting. Banyak pesantren yang kini memanfaatkan platform- platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp untuk berinteraksi dengan audiens mereka. Platform ini memungkinkan pesantren untuk menyampaikan ceramah, kajian agama, dan informasi terkait ajaran Islam secara langsung kepada audiens yang lebih luas. Viralitas yang dapat terjadi di media sosial memberi peluang bagi pesantren untuk lebih dikenal di kalangan audiens muda yang lebih cenderung mengakses informasi melalui platform digital ini (Haq and Syauqi 2021). Selain itu, pesantren juga dapat menggunakan media sosial untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan mereka, seperti pengajian, diskusi agama, serta program sosial dan pemberdayaan yang mereka jalankan.

Sebagai contoh, beberapa pesantren besar di Indonesia mulai membuat konten video kajian yang dapat diakses melalui YouTube, dan mengupload materi-materi dakwah mereka di platform seperti Instagram dan TikTok, yang memiliki audiens muda yang sangat besar. Konten ini tidak hanya berupa ceramah agama yang mengedukasi, tetapi juga bisa berbentuk diskusi ringan yang menghubungkan antara pesantren dan masyarakat sekitar dalam konteks sosial yang lebih relevan. Proses ini mencerminkan bagaimana teori media baru diterapkan dalam kegiatan dakwah, di mana pesan yang sebelumnya disampaikan secara tradisional sekarang bisa diterima secara lebih luas dan lebih cepat melalui berbagai saluran digital (Subchi et al. 2022).

Namun, meskipun media baru menawarkan banyak potensi, penggunaan teknologi dalam dakwah juga datang dengan tantangan tersendiri. Salah satunya adalah pengelolaan konten yang harus dilakukan dengan hati-hati agar pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran agama yang sahih dan tidak terdistorsi oleh kesalahpahaman atau hoaks yang sering beredar di dunia maya (Sukayat 2023). Sebagai contoh, banyak dakwah yang dilakukan di media sosial kadang terpengaruh oleh pembentukan opini publik yang salah atau ekstrim, yang bisa merusak citra dakwah Islam secara umum (Ullah 2018). Oleh karena itu, teori media baru juga mengingatkan pentingnya etika dalam berkomunikasi melalui media digital, serta perlunya pengawasan dan pengelolaan yang hati-hati terhadap informasi yang disebarluaskan.

Penting untuk dipahami bahwa meskipun teknologi membawa keuntungan besar bagi penyebaran dakwah, itu juga menciptakan tantangan baru terkait interaksi sosial. Dalam dunia yang semakin digital, pengaruh media sosial terhadap cara orang berinteraksi dengan ajaran agama menjadi semakin besar (Ehlebracht 2022). Penggunaan media sosial, terutama platform seperti Instagram dan Twitter, dapat menciptakan pengaruh yang besar terhadap audiens muda, yang kadang-kadang terpengaruh oleh tren dan informasi yang belum tentu akurat (Helland 2016). Dalam konteks ini, teori media baru membantu menjelaskan bagaimana media digital tidak hanya memengaruhi cara pesan dakwah disampaikan, tetapi juga memengaruhi cara audiens menginterpretasikan pesan tersebut.

Lebih jauh lagi, teori ini juga menghubungkan perkembangan media baru dengan fenomena globalisasi budaya. Dalam konteks dakwah, globalisasi ini berfungsi untuk memperkenalkan Islam ke berbagai belahan dunia dengan cara yang lebih terbuka dan inklusif (Sultana and Bukhari 2021). Seiring dengan semakin mudahnya akses ke informasi melalui media digital,

masyarakat Muslim di seluruh dunia kini lebih mudah terhubung satu sama lain dan berbagi pengalaman serta pemahaman agama (Multazam 2022). Hal ini menciptakan fenomena global ummah, di mana umat Islam dapat saling bertukar informasi dan belajar dari satu sama lain tanpa batasan waktu dan ruang.

Dalam skala lokal, seperti di pesantren, teori media baru juga memperlihatkan bagaimana pesantren mulai mengadaptasi teknologi untuk mendekatkan diri dengan masyarakat sekitar. Pesantren digital mulai bermunculan, di mana mereka tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk belajar agama tetapi juga sebagai pusat informasi dan komunikasi digital (Fealy and White 2008). Melalui aplikasi dan website yang mereka kelola, pesantren ini tidak hanya memberikan layanan pendidikan agama tetapi juga menyediakan berbagai layanan sosial, seperti konsultasi agama, diskusi tentang masalah sosial, dan program-program sosial berbasis agama yang lebih terintegrasi dengan teknologi.

Media baru juga memungkinkan pesantren untuk lebih mudah berkolaborasi dengan lembaga lain yang memiliki tujuan yang sama (Hefner 2022). Misalnya, pesantren dapat bekerja sama dengan organisasi-organisasi sosial, lembaga pendidikan, dan bahkan dengan tokoh-tokoh agama terkenal untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang dapat diterima oleh masyarakat yang lebih luas. Kerjasama ini menjadi lebih mudah dilakukan dengan adanya media sosial yang memungkinkan komunikasi antar pihak yang terlibat dalam dakwah lebih cepat dan lebih efisien.

Seiring berjalannya waktu, media baru tidak hanya menjadi sarana untuk menyebarkan pesan agama, tetapi juga menjadi alat untuk memberdayakan komunitas (Howard 2010). Banyak pesantren yang mulai melihat media sosial sebagai alat untuk memberdayakan generasi muda dalam

konteks dakwah sosial, di mana mereka dapat belajar dan berdiskusi tentang isu-isu agama, sosial, dan politik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pesantren yang mengadaptasi teknologi dengan baik dapat membentuk komunitas yang lebih kuat, lebih terhubung, dan lebih informatif (Nikmatullah, Wahyudin, and Fauzi 2023). Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya, pesantren kini memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, dengan cara yang lebih interaktif, efisien, dan relevan dengan perkembangan zaman.

### **C. Teori Sosialisasi Digital**

Teori Sosialisasi Digital merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana individu, terutama generasi muda, berinteraksi dengan teknologi digital dan bagaimana interaksi tersebut membentuk perilaku, nilai, dan identitas mereka dalam masyarakat (James 2009). Dalam era globalisasi yang didorong oleh kemajuan teknologi, proses sosialisasi yang sebelumnya hanya dilakukan melalui interaksi langsung antar individu kini dapat dilakukan melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan video streaming (Smith, Hewitt, and Skrbíš 2015). Teori ini menjelaskan bagaimana teknologi digital bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai agen sosial yang memainkan peran besar dalam membentuk cara pandang, sikap, dan norma sosial di kalangan penggunanya.

Secara umum, sosialisasi merujuk pada proses di mana individu belajar dan menginternalisasi norma serta nilai-nilai sosial yang ada dalam kelompok atau masyarakat mereka (Darmon 2023). Dalam konteks digital, proses ini berlangsung dalam dua arah: individu tidak hanya menerima nilai dan informasi yang disampaikan melalui media digital, tetapi juga ikut berperan aktif dalam menghasilkan dan menyebarkan informasi tersebut (Baym 2015).

Teknologi digital memungkinkan individu untuk tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga menjadi produsen informasi yang dapat mempengaruhi orang lain, bahkan dengan audiens yang lebih luas dari sebelumnya.

Dalam konteks pesantren, teori sosialisasi digital menjadi sangat relevan, mengingat banyak pesantren yang kini menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi. Generasi muda yang berada di bawah pengaruh pesantren, meskipun terbiasa dengan ajaran agama yang diajarkan melalui metode konvensional seperti pengajian atau halaqah, kini juga terpapar dengan teknologi digital yang mempengaruhi pandangan dan sikap mereka terhadap kehidupan sosial dan agama (Saat 2018). Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk memahami bagaimana teknologi digital berperan dalam proses sosialisasi santri agar mereka dapat mengimbangi perkembangan zaman sambil tetap mempertahankan nilai-nilai agama yang terkandung dalam ajaran Islam.

Sosialisasi digital terjadi melalui berbagai platform dan media yang melibatkan interaksi antara individu dengan konten-konten digital (Barnes 2012). Media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook memungkinkan individu untuk membagikan pemikiran, pengalaman, dan pandangan mereka dengan audiens yang lebih luas. Platform video seperti YouTube juga memberikan ruang bagi individu untuk berbagi konten video yang tidak hanya bersifat hiburan tetapi juga edukatif, termasuk konten dakwah dan agama (Jarboe 2009). Dengan adanya berbagai platform ini, generasi muda yang berada di lingkungan pesantren dapat dengan mudah mengakses informasi terkait agama, sosial, maupun budaya yang dapat mempengaruhi cara mereka memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu aspek penting dalam teori sosialisasi digital adalah bagaimana teknologi digital membentuk identitas individu. Identitas ini tidak hanya terbentuk melalui interaksi langsung dalam dunia nyata, tetapi juga melalui peran aktif individu di dunia digital (Gardner and Davis 2013). Bagi santri pesantren, identitas digital mereka dapat terbentuk melalui konten yang mereka konsumsi dan bagikan di platform digital, baik itu berkaitan dengan agama, budaya, atau bahkan politik. Dalam banyak kasus, generasi muda cenderung lebih terbuka terhadap informasi yang datang dari dunia digital, dan ini bisa menciptakan kesenjangan antara nilai-nilai yang diajarkan di pesantren dan nilai-nilai yang mereka terima dari dunia luar (Palfrey and Gasser 2011).

Lebih lanjut, teori sosialisasi digital juga membahas dampak dari interaksi ini terhadap hubungan sosial antar individu. Di dunia nyata, hubungan sosial terbentuk melalui interaksi tatap muka, sedangkan di dunia digital, hubungan ini bisa sangat terdistorsi oleh jarak, waktu, dan perbedaan budaya (Baym 2015). Pesantren, yang pada dasarnya merupakan lembaga pendidikan berbasis agama yang lebih mengedepankan pembelajaran langsung, kini harus menemukan cara untuk memfasilitasi proses sosialisasi yang lebih baik melalui media digital (Anggadwita et al. 2021). Hal ini bisa dilakukan dengan menyediakan konten-konten dakwah atau pembelajaran agama yang relevan dengan perkembangan zaman, tetapi tetap mempertahankan esensi ajaran agama itu sendiri.

Dalam perspektif pesantren, pendidikan agama melalui platform digital tidak hanya tentang penyampaian materi ajar, tetapi juga tentang pembentukan karakter dan akhlak yang baik bagi santri (Margawati and Nurcahyo 2024). Teknologi digital yang semakin canggih memberikan peluang besar bagi pesantren untuk memperluas jangkauan dakwah mereka

(Efendy, Rahman, and Karim 2023). Dengan menggunakan media sosial dan platform digital, pesantren dapat lebih mudah menyebarkan pesan-pesan agama yang bersifat positif dan moderat, sehingga santri dan masyarakat umum dapat belajar lebih banyak tentang ajaran Islam yang damai dan mengedepankan toleransi.

Namun, di sisi lain, pesantren juga dihadapkan pada tantangan besar terkait dengan kontrol kualitas informasi yang tersebar di dunia digital. Banyak informasi yang tidak terverifikasi dan bahkan bisa menyesatkan, sehingga dapat mempengaruhi cara pandang generasi muda terhadap agama. Oleh karena itu, teori sosialisasi digital juga menekankan pentingnya pembekalan literasi digital bagi generasi muda, termasuk di pesantren (Insyirah et al. 2023). Literasi digital yang baik akan membantu santri untuk lebih bijak dalam menyaring informasi, sehingga mereka tidak terpengaruh oleh konten-konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama yang diajarkan di pesantren (Nafisah, Rohaya, and Effendy 2024).

Pendidikan agama melalui media digital di pesantren juga harus melibatkan interaksi yang lebih aktif antara guru atau ustadz dengan santri. Hal ini berbeda dengan pendidikan konvensional yang lebih bersifat satu arah, di mana guru memberikan materi ajar dan santri mendengarkan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pesantren dapat membuat pembelajaran agama menjadi lebih interaktif, dengan memberikan kesempatan bagi santri untuk bertanya, berdiskusi, dan bahkan berdebat mengenai ajaran-ajaran agama yang mereka terima. Ini dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam, sekaligus memberikan mereka kesempatan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis (Nafisah et al. 2024).

Lebih jauh lagi, teori sosialisasi digital juga menjelaskan tentang bagaimana perilaku sosial individu dipengaruhi oleh media yang mereka

konsumsi. Misalnya, jika seorang santri sering terpapar oleh konten dakwah yang mengajarkan toleransi, kerukunan, dan kedamaian, maka perilaku sosial mereka di dunia nyata akan cenderung mencerminkan nilai-nilai tersebut. Sebaliknya, jika mereka terpapar oleh konten yang bersifat provokatif atau bahkan ekstrem, hal ini dapat mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain dan dengan masyarakat di sekitar mereka (Palfrey and Gasser 2011).

Teori ini juga menyarankan pentingnya adanya sinergi antara pendidikan agama yang dilakukan di pesantren dan pendidikan yang diperoleh santri melalui dunia digital. Pesantren harus dapat menjembatani kedua dunia ini dengan cara yang konstruktif, misalnya dengan mengintegrasikan materi pembelajaran agama yang diajarkan secara konvensional dengan materi yang disampaikan melalui platform digital. Pendekatan ini akan membantu santri untuk memperoleh pendidikan agama yang lebih holistik dan sesuai dengan tantangan zaman, di mana dunia digital semakin menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka (Saat 2018).

Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital di pesantren dapat meningkatkan motivasi belajar santri. Misalnya, sebuah penelitian oleh Nurazizah (2023) mengungkapkan bahwa pesantren yang memanfaatkan teknologi digital dalam proses pembelajaran agama, seperti melalui aplikasi pembelajaran agama atau platform video online, mampu menarik minat santri yang lebih besar dalam mengikuti pelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam pendidikan agama tidak hanya relevan tetapi juga efektif dalam meningkatkan kualitas pembelajaran agama (Nurazizah 2023).

Namun, tantangan utama dalam mengimplementasikan sosialisasi digital di pesantren adalah keterbatasan infrastruktur dan kemampuan sumber

daya manusia (Qizam, Berakon, and Ali 2024). Tidak semua pesantren memiliki akses yang memadai terhadap teknologi, dan tidak semua ustadz atau guru pesantren memiliki keterampilan untuk mengelola atau mengajarkan dengan menggunakan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk melakukan pelatihan bagi para pendidik mereka agar dapat mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi dengan optimal.

Dengan demikian teori sosialisasi digital dalam konteks pesantren tidak hanya berbicara tentang adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga tentang bagaimana pesantren dapat menjaga identitas dan nilai-nilai agama yang diajarkan di dalamnya (Jacobsen 2010). Teknologi harus digunakan sebagai alat untuk memperkaya pendidikan agama, bukan untuk menggantikannya. Melalui pendekatan yang bijaksana dan terarah, pesantren dapat memanfaatkan teknologi untuk mempersiapkan santri menghadapi tantangan globalisasi tanpa kehilangan esensi ajaran agama Islam yang mereka terima.

#### **D. Teori Masyarakat Informasi**

Teori Masyarakat Informasi (*Information Society Theory*) adalah salah satu teori penting dalam sosiologi yang memfokuskan pada peran teknologi informasi dalam membentuk struktur sosial dan budaya masyarakat (Ramey 2016). Seiring dengan kemajuan teknologi digital, teori ini semakin relevan untuk menggambarkan bagaimana informasi mengalir dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks pendidikan dan dakwah. Salah satu fenomena yang paling signifikan dalam perkembangan masyarakat informasi adalah kemajuan pesat dalam komunikasi digital yang memudahkan akses informasi secara cepat, global, dan tidak terbatas oleh waktu dan ruang (Tabb 2004). Dalam konteks pesantren, teori ini dapat menggali bagaimana proses dakwah yang dilakukan oleh pesantren beradaptasi dengan tuntutan zaman yang semakin bergantung pada platform digital.

Masyarakat informasi merujuk pada masyarakat yang sangat bergantung pada informasi dan komunikasi yang didukung oleh teknologi digital. Dalam masyarakat seperti ini, distribusi dan akses informasi menjadi pusat kehidupan sosial dan ekonomi (Gauthier, Martikainen, and Woodhead 2016). Menurut Manuel Castells, seorang tokoh utama dalam teori masyarakat informasi, kita memasuki era di mana jaringan komunikasi dan informasi global mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan, termasuk cara orang bekerja, belajar, berkomunikasi, bahkan beragama (Castells 2000). Castells menggambarkan bagaimana masyarakat informasi terstruktur oleh koneksi global yang memungkinkan informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat, sehingga membentuk pola pikir dan opini masyarakat secara luas (Castells and Cardoso 2006). Dalam konteks dakwah pesantren, teori ini sangat relevan untuk menggambarkan bagaimana dakwah, yang sebelumnya lebih terfokus pada metode konvensional seperti ceramah dan pengajian, kini mulai beradaptasi dengan penggunaan media digital.

Dalam teori masyarakat informasi, Pierre Lévy, seorang filsuf dan sosiolog, juga banyak menyoroti bagaimana informasi dan pengetahuan menjadi kekuatan dominan dalam masyarakat modern. Lévy berpendapat bahwa dalam masyarakat informasi, pengetahuan bukan lagi milik segelintir orang atau kelompok, melainkan milik kolektif yang terhubung melalui jaringan digital. Informasi, dalam bentuk data dan pengetahuan, menjadi daya pendorong utama dalam membentuk pola pikir dan perilaku sosial (Lévy 2013). Dalam konteks dakwah pesantren, teori ini mengisyaratkan bahwa pesantren harus mampu mengelola dan menyebarkan informasi keagamaan melalui teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam, termasuk generasi muda yang semakin terpapar oleh arus informasi global (Lévy 2011).

Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan informasi. Manual Castells dalam bukunya *The Rise of the Network Society* menjelaskan bahwa di era digital, media sosial telah menjadi salah satu ruang penting untuk pertukaran informasi, termasuk dalam hal keagamaan dan dakwah (Castells 2011). Dalam konteks pesantren, penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, dan Facebook untuk menyampaikan materi dakwah bukanlah hal yang baru. Banyak pesantren di Indonesia mulai memanfaatkan media sosial untuk menghubungkan diri dengan masyarakat luas dan memperkenalkan kegiatan dakwah mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana teknologi informasi mengubah cara pesantren berkomunikasi dengan masyarakat, bahkan membuka peluang dakwah yang lebih inklusif dan global (Castells 2011).

Teori masyarakat informasi juga menggambarkan bagaimana akses terhadap informasi mempengaruhi struktur sosial masyarakat. Dalam teori ini, Alvin Toffler, seorang futuris terkenal, memperkenalkan konsep information overload atau kelebihan informasi, yang menunjukkan dampak negatif dari maraknya informasi yang tersedia di dunia maya (Hoq 2014). Ketika informasi yang datang begitu melimpah, individu bisa merasa kewalahan dan kesulitan untuk memilih mana yang benar dan mana yang tidak (Howcroft 1998). Dalam konteks dakwah pesantren, hal ini menjadi tantangan besar. Pasalnya, banyak informasi keagamaan yang beredar di media sosial yang tidak selalu mencerminkan nilai-nilai agama yang benar. Oleh karena itu, pesantren harus bijak dalam memilih dan menyebarkan informasi dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam yang sahagar tidak terjadi penyesatan informasi yang dapat merugikan umat.

Selain itu, Teori Masyarakat Informasi juga memberikan perhatian pada fenomena digitalisasi dalam dunia pendidikan (Shah, Rajadhyaskha, and

Hasan 2022). Pesantren sebagai lembaga pendidikan berbasis agama kini mulai mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran mereka. Pemanfaatan e-learning, video konferensi, dan platform pembelajaran online adalah contoh bagaimana pesantren beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pesantren dapat memberikan akses lebih luas kepada santri untuk belajar, tidak hanya tentang ilmu agama, tetapi juga ilmu pengetahuan umum yang semakin relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Lebih jauh lagi, dakwah pesantren yang dilakukan secara online melalui media sosial tidak hanya mengubah cara pesantren menyampaikan materi, tetapi juga memperkenalkan cara baru dalam berinteraksi dengan audiens. Dakwah melalui platform digital memungkinkan pesantren menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga global (Islas, Arribas, and Gutiérrez 2018).

Teori Masyarakat Informasi juga mengungkapkan bagaimana masyarakat, yang lebih bergantung pada teknologi digital, semakin terbentuk oleh berbagai sistem jaringan informasi. Sistem ini memungkinkan adanya pertukaran informasi yang cepat dan mudah, serta mengubah cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu. Dalam hal ini, dakwah pesantren yang berbasis teknologi digital dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap agama. Dengan memanfaatkan media sosial, pesantren dapat lebih mudah mendekatkan pesan-pesan agama kepada audiens yang lebih luas dan lebih mudah diakses. Namun, hal ini juga membawa tantangan dalam hal kualitas informasi yang disampaikan. Informasi yang tidak tervalidasi dengan baik dapat memperkenalkan kesalahpahaman tentang agama dan menyebarkan ajaran yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang moderat dan damai (Dreher 2020).

Salah satu kontribusi besar dari teori masyarakat informasi adalah konsep network society, yang dikembangkan oleh Manuel Castells. Dalam konsep ini, Castells berpendapat bahwa masyarakat yang lebih terhubung melalui jaringan digital menciptakan perubahan besar dalam interaksi sosial dan budaya (Castells 2011). Melalui jaringan ini, informasi dapat tersebar dengan cepat dan menjadi alat untuk mengubah pola pikir masyarakat. Dalam konteks pesantren, hal ini menunjukkan bagaimana teknologi informasi dapat menjadi alat dakwah yang sangat efektif, dengan memanfaatkan jaringan sosial yang sudah ada untuk menyebarkan pesan agama yang benar dan moderat. Namun, seperti yang dikatakan Castells, perubahan ini juga membawa tantangan, yaitu bagaimana menjaga kontrol terhadap informasi yang tersebar di dunia maya agar tetap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam yang autentik (Castells 2007).

Dalam perspektif ini, Teori Masyarakat Informasi juga menyoroti pentingnya pendidikan digital. Dunia yang semakin bergantung pada informasi digital ini menuntut adanya pemahaman yang baik dalam mengelola informasi (Reader 2017). Oleh karena itu, pesantren tidak hanya dituntut untuk mengembangkan dakwah digital, tetapi juga untuk mendidik santri mengenai etika digital, cara memilah informasi yang benar, dan menghindari hoaks atau informasi yang menyesatkan. Pendidikan tentang literasi digital menjadi sangat penting, agar pesantren dapat menghasilkan generasi yang tidak hanya cerdas dalam ilmu agama, tetapi juga cerdas dalam mengelola informasi yang beredar di dunia maya (Goldstein 2017).

Teori Masyarakat Informasi juga mengajarkan kita untuk berpikir kritis terhadap penggunaan teknologi dalam dakwah. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, kita perlu menyadari adanya potensi penyalahgunaan teknologi dalam menyebarkan informasi yang merugikan

(Scherer 2014). Dalam konteks dakwah pesantren, penyalahgunaan teknologi dapat terjadi jika pesan yang disampaikan tidak memperhatikan keberagaman pandangan agama, atau bahkan menyebarkan ajaran yang tidak sesuai dengan ajaran Islam yang moderat dan toleran. Oleh karena itu, pesantren sebagai lembaga pendidikan agama perlu memegang teguh prinsip-prinsip keagamaan yang sahih dan menghindari penyebaran informasi yang tidak berdasar (Martikainen 2017).

Teori Masyarakat Informasi juga menggambarkan bagaimana transformasi informasi berperan penting dalam membentuk opini publik (Peters 2018). Dalam konteks dakwah pesantren, penyebaran informasi melalui media sosial dapat membentuk opini masyarakat tentang agama (Mavelli 2020). Oleh karena itu, pesantren harus mampu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan yang benar dan moderat, serta menjaga interaksi dengan audiens secara positif. Dengan cara ini, pesantren tidak hanya berperan dalam mendidik santri, tetapi juga dalam membentuk opini publik yang mendukung keharmonisan sosial dan kerukunan antar umat beragama.

Maka dapat dipahami teori Masyarakat Informasi memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana teknologi digital mengubah cara kita mengakses, menyebarkan, dan memanfaatkan informasi (Dreher 2020). Dalam konteks pesantren, teori ini menggambarkan bagaimana dakwah digital bisa menjadi salah satu cara untuk memperluas jangkauan pesan agama, namun juga menyadarkan kita akan tantangan yang terkait dengan kualitas informasi yang tersebar di dunia maya. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga untuk menyaring dan mengelola informasi dengan bijaksana, demi menjaga kualitas dakwah yang mereka sampaikan (Reader 2017).

Dalam landasan teori ini, berbagai teori tersebut saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana pesantren bertransformasi di era digital, baik dalam aspek teknologi, komunikasi, sosial, maupun pendidikan agama. Dengan menggunakan teori-teori ini, penelitian ini diharapkan dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana pesantren dapat tetap relevan dalam memberikan dakwah yang efektif di tengah perubahan zaman yang cepat (Dreher and Smith 2016).



# **BAGIAN IV**

## **DAKWAH DI TENGAH GLOBALISASI**

## **DAN TRANSFORMASI SOSIAL**

### **A. Teori Keseimbangan Tradisi dan Modernitas**

Teori keseimbangan tradisi dan modernitas dalam konteks dakwah pesantren di era digital menggambarkan upaya pesantren untuk menjaga stabilitas antara dua hal yang sering dipandang bertentangan: pelestarian tradisi agama yang sudah ada sejak lama dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan zaman yang didorong oleh teknologi (Amzat 2022). Dakwah pesantren, yang umumnya dilakukan dengan pendekatan tradisional seperti pengajian langsung, pembacaan kitab kuning, dan interaksi tatap muka, kini menghadapi tekanan untuk mengikuti perkembangan zaman, terutama dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Dalam hal ini, teori keseimbangan tradisi dan modernitas dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana pesantren menavigasi antara mempertahankan nilai-nilai tradisional yang ada dan berusaha untuk tidak tertinggal dalam hal inovasi dan pemanfaatan media digital (voor het Regeringsbeleid and Zayd 2006).

Pada dasarnya, modernitas sering diidentikkan dengan perubahan yang cepat, teknologi, rasionalitas, dan individualisme (Feenberg 2010). Sementara itu, tradisi berkaitan erat dengan praktik dan ajaran yang diwariskan turun-temurun, yang sering kali lebih mengedepankan kolektivitas, nilai-nilai religius, serta pengajaran yang bersifat lisan dan berbasis pada teks klasik

(Gyekye 1997). Dalam konteks dakwah pesantren, dua aspek ini—tradisi dan modernitas—dapat saling bertentangan, namun tidak jarang juga bisa berjalan bersamaan jika dilakukan dengan bijaksana. Oleh karena itu, teori keseimbangan tradisi dan modernitas menekankan pentingnya menemukan titik temu antara keduanya, dengan mempertimbangkan relevansi dan kemanfaatan keduanya dalam kehidupan masyarakat masa kini (voor het Regeringsbeleid and Zayd 2006).

Dalam penerapannya, pesantren sebagai lembaga pendidikan yang berbasis agama cenderung memiliki daya tahan yang kuat terhadap tekanan perubahan zaman, karena mereka sudah terbiasa dengan tradisi yang sangat mengakar. Pesantren-pesantren ini tidak hanya bertugas untuk mengajarkan ilmu agama, tetapi juga menjadi pusat penguatan budaya dan identitas masyarakat (Pohl 2006). Namun, pada saat yang sama, pesantren harus mampu mengenali kebutuhan zaman yang terus berkembang, terutama dengan kemajuan teknologi yang mempengaruhi cara orang mengakses informasi. Dalam hal ini, teori keseimbangan tradisi dan modernitas memberikan landasan yang kuat bagi pesantren untuk mempertahankan otoritas dakwah mereka, sambil tetap membuka diri terhadap perkembangan teknologi dan informasi (Machendrawaty, Shodiqin, and Effendi 2022).

Bergantung pada pendekatan yang digunakan, pesantren bisa menghadapi tantangan besar dalam menghadapi perbedaan antara prinsip tradisional dan teknologi modern (Rahman 2017). Beberapa pesantren mungkin merasa lebih nyaman dengan tetap mengandalkan metode dakwah yang sudah ada, seperti ceramah langsung, pembacaan kitab kuning, dan pengajaran tatap muka yang telah lama dikenal. Meskipun demikian, pesantren harus tetap membuka ruang untuk mengenalkan pengajaran agama melalui media digital agar tetap relevan bagi generasi muda yang sangat akrab

dengan dunia digital. Dalam hal ini, teori keseimbangan memberikan panduan bagi pesantren untuk tidak hanya berfokus pada tradisi saja, tetapi juga menjembatani kesenjangan antara dunia digital dan dunia nyata (Machendrawaty et al. 2022).

Pesantren dapat memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan dakwah mereka, seperti melalui platform media sosial, situs web, atau aplikasi mobile. Namun, pesantren harus berhati-hati dalam memilih konten yang akan disebarluaskan, agar tetap sesuai dengan prinsip ajaran Islam yang diajarkan dalam tradisi pesantren. Penggunaan media digital dalam dakwah ini tidak hanya memperluas audiens, tetapi juga meningkatkan efektivitas pesan yang ingin disampaikan (Robinson 2014). Hal ini sejalan dengan pemikiran Anthony Giddens, seorang sosiolog terkenal yang menekankan bahwa modernitas membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk memperkuat tradisi jika dilakukan dengan cara yang tepat (Giddens and Pierson 1998).

Di sisi lain, tantangan besar yang dihadapi pesantren adalah bagaimana menjaga otoritas dakwah mereka di tengah arus informasi digital yang datang dari berbagai sumber. Saat ini, hampir semua orang dapat mengakses informasi melalui internet, dan banyak informasi tersebut tidak selalu sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan di pesantren. Oleh karena itu, pesantren harus memastikan bahwa dakwah mereka tetap autentik dan tidak terkontaminasi oleh pandangan-pandangan yang tidak sesuai dengan prinsip ajaran agama yang mereka anut. Dalam hal ini, teori keseimbangan tradisi dan modernitas berfungsi sebagai pedoman untuk tetap memegang teguh otoritas agama dalam lingkungan digital yang lebih terbuka dan terfragmentasi (Tibi 2009).

Tokoh yang berpengaruh dalam pengembangan teori ini adalah Max Weber, seorang sosiolog Jerman yang mengkaji hubungan antara agama dan perubahan sosial. Weber berpendapat bahwa agama memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk struktur sosial, tetapi pada saat yang sama, agama harus dapat beradaptasi dengan kondisi sosial dan teknologi yang terus berkembang (Weber 1968). Dalam konteks dakwah pesantren, teori Weber dapat menjelaskan bagaimana pesantren harus menjaga esensi ajaran agama mereka sambil tetap merespon perkembangan zaman, terutama dalam menghadapi pengaruh budaya digital yang semakin kuat. Pesantren harus bisa menyeimbangkan antara mempertahankan nilai-nilai agama yang mendalam dan menggunakan teknologi untuk mendekatkan ajaran agama kepada audiens yang lebih luas (Sadri 1992).

Sementara itu, dalam konteks modernitas, pesantren harus memperhatikan pentingnya pendidikan yang relevan dengan kebutuhan zaman, terutama dalam hal keterampilan digital dan pengetahuan tentang teknologi. Beberapa pesantren telah mulai mengintegrasikan pelajaran teknologi informasi dalam kurikulum mereka, dengan tujuan agar santri dapat memanfaatkan teknologi untuk kebaikan dan dakwah (Sadri 1992). Pendidikan berbasis teknologi ini sejalan dengan pandangan Jürgen Habermas, seorang filsuf dan sosiolog Jerman, yang menekankan pentingnya rasionalitas dan komunikasi dalam masyarakat modern (Habermas 2014). Menurut Habermas, untuk memastikan keberhasilan adaptasi dalam masyarakat modern, institusi-institusi seperti pesantren harus mampu mengembangkan keterampilan komunikasi yang relevan dengan kondisi zaman, termasuk kemampuan menggunakan teknologi digital untuk mendukung dakwah (Habermas 1990).

Namun, keseimbangan antara tradisi dan modernitas bukan hanya tentang pemanfaatan teknologi, tetapi juga tentang menjaga hubungan yang harmonis antara masyarakat pesantren dan masyarakat luar (Purwadi and Siregar 2010). Sebagian besar pesantren memiliki masyarakat yang lebih konservatif dan berpegang pada tradisi, sementara di sisi lain, generasi muda yang lebih terpapar dunia digital membutuhkan pendekatan yang lebih terbuka dan modern. Oleh karena itu, pesantren harus dapat menjadi jembatan antara dua dunia ini, dengan tetap menghargai tradisi tetapi juga membuka diri terhadap pembaharuan yang bermanfaat (Pohl 2006).

Dalam praktiknya, pesantren yang berhasil menjaga keseimbangan antara tradisi dan modernitas adalah pesantren yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan pendekatan pendidikan yang berbasis pada nilai-nilai agama (Rahman 2017). Ini bukanlah hal yang mudah, karena dibutuhkan perubahan dalam paradigma pendidikan di pesantren itu sendiri. Sebagai contoh, pesantren yang mulai mengajarkan keterampilan digital atau menggunakan media sosial sebagai alat dakwah dapat membantu para santri untuk memahami pentingnya teknologi dalam konteks dakwah, tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional yang ada.

Sebagai tambahan, Émile Durkheim, seorang sosiolog Prancis, berpendapat bahwa tradisi dan modernitas sebenarnya dapat saling melengkapi jika dijalankan dengan cara yang benar. Durkheim melihat bahwa masyarakat yang modern pun memerlukan nilai-nilai dasar yang mendalam, yang dalam konteks pesantren adalah ajaran agama Islam (Cohen 2008). Dengan kata lain, meskipun teknologi dan globalisasi membawa perubahan besar, pesantren tetap memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga nilai-nilai agama dan moral, yang merupakan landasan utama bagi kehidupan masyarakat.

Dalam konteks dakwah pesantren di era digital, teori keseimbangan ini dapat diterapkan untuk menjaga agar pesantren tidak kehilangan relevansinya dalam dunia yang semakin terhubung secara digital (Hasan 2009). Namun, untuk mencapainya, pesantren perlu mempersiapkan diri dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, agar tetap dapat memainkan peran penting dalam membentuk karakter dan memberikan pendidikan agama yang berkualitas di tengah derasnya arus informasi digital yang ada. Maka dapat dipahami bahwa, teori keseimbangan tradisi dan modernitas menjelaskan pentingnya integrasi antara dua dunia yang tampaknya bertentangan namun saling melengkapi. Bagi pesantren, tantangannya adalah menemukan cara untuk memanfaatkan teknologi tanpa kehilangan esensi ajaran agama yang sudah ada. Teori ini memberikan panduan bagi pesantren untuk tetap relevan dan efektif dalam dakwah mereka, sambil mempertahankan otoritas agama yang sudah terbentuk sejak lama.

## **B. Teori Globalisasi dan Dakwah**

Teori globalisasi adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami proses perubahan besar dalam masyarakat dunia yang disebabkan oleh interaksi sosial, budaya, ekonomi, dan politik yang melibatkan hampir seluruh penjuru dunia (Eriksen 2020). Dalam konteks dakwah, teori ini memberikan perspektif penting untuk menganalisis bagaimana pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, berinteraksi dengan fenomena global yang semakin mendalam, terutama yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media digital. Globalisasi tidak hanya membawa peluang baru dalam hal penyebaran pesan dakwah, tetapi juga memunculkan tantangan yang signifikan, terutama dalam menjaga kesesuaian ajaran agama yang disampaikan oleh pesantren dengan nilai-nilai yang berkembang pesat di tingkat global (Held and McGrew 2003).

Salah satu aspek penting dari teori globalisasi adalah bagaimana proses ini mempengaruhi dinamika komunikasi. Media digital, seperti internet, televisi, dan media sosial, telah mempersingkat jarak dan waktu dalam proses penyebaran informasi (White 2011). Hal ini mempercepat arus ide dan gagasan yang datang dari berbagai belahan dunia, memungkinkan pertukaran budaya yang sangat cepat dan intens. Dalam konteks dakwah, ini berarti bahwa pesan-pesan Islam yang disampaikan melalui pesantren kini bisa diakses oleh audiens yang lebih luas, bahkan melampaui batas geografis dan budaya (Cunningham and Training 1998). Namun, di sisi lain, globalisasi ini juga membawa tantangan bagi pesantren untuk tetap mempertahankan tradisi dan ajaran Islam yang sudah ada, yang mungkin bertentangan dengan gagasan atau praktik global yang lebih liberal atau sekuler.

Dalam memahami dampak globalisasi terhadap dakwah pesantren, perlu dipahami bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran penting. Dengan adanya internet dan media sosial, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah langsung di masjid atau mushola, tetapi dapat dilakukan melalui platform-platform digital yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Fenomena ini memaksa pesantren untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih inovatif agar tetap relevan dengan perkembangan zaman (Medoff and Kaye 2016). Pesantren yang dulunya lebih berfokus pada pembelajaran agama secara konvensional kini mulai mengadopsi penggunaan teknologi untuk menyebarkan ajaran Islam, baik melalui website, aplikasi, hingga media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Twitter (Held and McGrew 2003). Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana pesantren bisa tetap menjaga kualitas dan substansi dakwah mereka di tengah gempuran informasi dari berbagai sumber yang tidak selalu sesuai dengan ajaran agama.

Teori globalisasi juga menggarisbawahi pentingnya identitas budaya dan agama dalam menghadapi homogenisasi budaya yang sering terjadi akibat penyebaran informasi global. Dalam konteks dakwah, pesantren harus mampu menjaga dan memperkuat identitas Islam yang moderat dan sesuai dengan ajaran Al-Qur'an serta hadis, meskipun berada dalam arus globalisasi yang menawarkan beragam pilihan ideologi dan pandangan hidup (Wahab and Umar 2024). Oleh karena itu, strategi dakwah pesantren harus mencerminkan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan masyarakat lokal, sambil tetap terbuka terhadap perkembangan global yang terjadi (Dumiyati et al. 2023). Dalam hal ini, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga sebagai agen pembentuk karakter dan identitas sosial yang mampu mengimbangi pengaruh globalisasi.

Globalisasi juga memperkenalkan pluralisme dalam masyarakat, yang dapat mempengaruhi cara pesantren menyampaikan dakwah mereka. Dengan keberagaman budaya, agama, dan nilai-nilai yang semakin berkembang di dunia modern, dakwah yang dilakukan oleh pesantren harus lebih inklusif dan terbuka terhadap perbedaan (Nasir and Rijal 2021). Di sisi lain, hal ini juga dapat memunculkan ketegangan antara nilai-nilai tradisional Islam dan ideologi global yang lebih liberal. Sebagai contoh, nilai-nilai kesetaraan gender dan hak asasi manusia yang semakin digalakkan di tingkat global mungkin bertentangan dengan pandangan konservatif yang dianut oleh beberapa pesantren (Asy'arie, Muttaqin, and Mustofa 2024). Oleh karena itu, pesantren perlu merumuskan pendekatan dakwah yang bisa menjaga keseimbangan antara tetap memelihara ajaran agama yang autentik dan responsif terhadap perubahan sosial yang terjadi di tingkat global.

Teori globalisasi menekankan bahwa dalam menghadapi tantangan ini, pesantren harus mampu mengembangkan pendekatan dakwah yang lebih

kreatif dan berbasis pada pemanfaatan teknologi (Masturin 2022). Dengan kemampuan untuk mengakses informasi dengan cepat, pesantren dapat memperkenalkan program-program dakwah yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda, yang sangat terhubung dengan dunia digital (Idris et al. 2021). Misalnya, dengan memanfaatkan platform media sosial, pesantren dapat menyebarkan pesan-pesan Islam melalui konten yang lebih menarik, seperti video ceramah, infografis, dan artikel, yang lebih mudah diterima oleh audiens digital. Penggunaan media sosial juga memungkinkan pesantren untuk lebih mudah berinteraksi dengan audiens global, serta membangun jaringan dakwah yang lebih luas.

Namun, penggunaan teknologi dalam dakwah juga menuntut pesantren untuk lebih berhati-hati dalam memilih dan menyaring informasi yang disebarluaskan. Tidak semua informasi yang beredar di dunia maya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang moderat dan progresif (Sah and Fuad 2024). Oleh karena itu, pesantren harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi konten yang berkualitas dan dapat dipercaya, serta menghindari informasi yang bisa menyesatkan atau mengandung ajaran yang tidak sesuai dengan ajaran Islam yang sahih. Hal ini menuntut pesantren untuk tidak hanya mengembangkan keterampilan dalam bidang agama, tetapi juga keterampilan dalam dunia digital agar dapat mengelola dan memfilter informasi dengan lebih efektif (Mujahid 2021).

Selain itu, teori globalisasi juga menyoroti pentingnya mobilitas manusia dalam konteks dakwah. Globalisasi telah mempermudah pergerakan manusia dari satu negara ke negara lain, serta mempertemukan individu dari berbagai latar belakang budaya dan agama (Chuanchen and Zaini 2023). Fenomena ini membuka peluang bagi pesantren untuk menyebarkan ajaran Islam lebih luas lagi, tidak hanya di Indonesia, tetapi juga ke negara-negara

lain, terutama yang memiliki populasi Muslim yang besar. Melalui pertukaran budaya ini, dakwah pesantren dapat lebih terbuka dan beragam, serta mampu menjangkau audiens internasional yang lebih luas (Mujahid 2021).

Seiring dengan berkembangnya fenomena globalisasi, ada kebutuhan untuk merumuskan strategi dakwah yang tidak hanya berbasis pada aspek agama, tetapi juga menyentuh aspek sosial, ekonomi, dan politik (Learman 2004). Dalam banyak hal, globalisasi mempengaruhi ketimpangan sosial dan ekonomi, yang dapat berpengaruh pada pola pikir dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, pesantren perlu mengembangkan dakwah yang tidak hanya berbicara tentang ibadah dan akhlak, tetapi juga mengatasi isu-isu sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat (Ott and Netland 2006). Dakwah yang holistik ini akan membantu pesantren untuk lebih relevan dalam konteks global yang semakin kompleks dan dinamis.

Dalam kajian globalisasi, penting untuk mempertimbangkan bagaimana dakwah pesantren dapat beradaptasi dengan fenomena perubahan yang sangat cepat ini, tanpa kehilangan esensi ajaran Islam. Oleh karena itu, pesantren harus mampu mengelola transformasi sosial dan budaya yang terjadi di sekitar mereka, dan merumuskan strategi dakwah yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Reader 2017). Pesantren yang mampu melakukannya akan lebih berhasil dalam menghadapi tantangan globalisasi, serta mampu mempertahankan peran penting mereka dalam membimbing umat Islam di tengah perubahan dunia yang semakin cepat (Lechner and Boli 2020).

Selain itu, teori globalisasi menunjukkan bahwa pendidikan Islam yang diberikan oleh pesantren harus terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan zaman. Pesantren tidak bisa lagi hanya mengandalkan metode konvensional dalam menyampaikan dakwah, tetapi juga harus

mengembangkan kurikulum yang relevan dengan perubahan sosial, ekonomi, dan politik (Gauthier 2016). Oleh karena itu, pesantren perlu membuka ruang untuk pendidikan berbasis teknologi yang dapat meningkatkan pemahaman agama, serta memberikan keterampilan kepada santri untuk bisa bersaing di era globalisasi (Ott, Strauss, and Tennent 2010).

Dalam konteks ini, teori globalisasi memberikan gambaran yang jelas mengenai peran pesantren dalam menjaga kelestarian ajaran Islam di tengah perkembangan dunia yang terus berubah. Dengan mengadopsi teknologi dan media sosial sebagai alat dakwah, pesantren tidak hanya memperluas jangkauan audiens mereka, tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah yang relevan dengan kebutuhan sosial saat ini (Keane 2007). Namun, hal ini juga menuntut pesantren untuk berhati-hati dalam memilih dan menyaring informasi, serta memastikan bahwa dakwah yang disampaikan tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam yang moderat dan progresif. Dengan demikian, teori globalisasi memberikan perspektif yang sangat penting dalam memahami bagaimana dakwah pesantren berinteraksi dengan perubahan global. Pesantren harus beradaptasi dengan cepat, mengembangkan metode dakwah yang inovatif, dan menjaga esensi ajaran Islam agar tetap relevan di tengah dinamika global yang terus berkembang (Reader 2017).

# **BAGIAN V**

## **POTRET TIGA PESANTREN DI JAWA**

### **BARAT**

#### **A. Profil Pesantren Al-Furqon Garut**

Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Cibiuk Garut merupakan lembaga pendidikan Islam yang menekankan integrasi antara keilmuan agama klasik dengan pendekatan modern yang relevan. Sejak didirikan oleh Persyarikatan Muhammadiyah, Al-Furqon menerapkan kurikulum agama dan pendidikan umum secara seimbang, termasuk pengembangan kemampuan bahasa, tahlidz Al-Qur'an, jurnalistik, multimedia, dan public speaking untuk santri (Saad M 2022). Fasilitas seperti laboratorium, perpustakaan, studio multimedia memastikan pesantren ini mendukung produksi konten yang kreatif oleh santri.

Dalam konteks dakwah digital, ilustrasi terbaik terlihat pada studi kasus Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah di Garut yang telah mengelola situs web dakwah dengan konten terjadwal, video ceramah, kajian, serta evaluasi audiens yang terstruktur dan berbasis kalender editorial digital (Fauzi 2024). Model pengelolaan media digital ini juga mencerminkan strategi yang kemungkinan besar diadopsi oleh Al-Furqon mengembangkan kanal dakwah online yang profesional sambil melibatkan santri dan tim humas secara kolaboratif.

*Figure 1 Al-Furqon Garut*



*(Sumber: Al-Furqon MBS Cibiuk, 2025)*

Tradisi keilmuan dan kedisiplinan pesantren juga tercermin dalam praktik membaca Surah Al-Kahfi setiap Jumat untuk membangun disiplin spiritual santri (Saad M 2022). Tradisi tersebut menunjukkan bagaimana Al-Furqon memadukan spiritualitas dengan kebiasaan kolektif yang memperkuat budaya pesantren. Di era digital, nilai kebiasaan ini bisa tersublimasi dalam produksi konten dakwah berbasis ritual keagamaan yang otentik.

Secara kelembagaan, Al-Furqon menunjukkan fokus Muhammadiyah pada literasi, rasionalitas, dan pendekatan ilmiah. Di dalamnya, santri tidak hanya belajar fiqh dan nahwu-sharof, tetapi juga praktik komunikasi visual dan digital. Hal ini memungkinkan pesantren memanfaatkan media sosial, situs web, serta multimedia untuk menyebarkan pesan keagamaan dengan daya jangkau lebih luas. Santri dilatih untuk menciptakan artikel keislaman, video kajian, dan konten kreatif lain yang sesuai kaidah dakwah modern (Saad M 2022).

Dengan antisipasi terhadap tantangan seperti kurangnya sumber daya manusia teknis atau keterbatasan perencanaan konten, strategi digital di Al-Furqon lebih mengarah ke pendidikan literasi media yang sistematis.

Pendekatan ini menjadikan pesantren tidak hanya lembaga tradisi, tetapi juga ruang kreatif yang adaptif terhadap zaman. Oleh karena itu, Al-Furqon menjadi representasi Muhammadiyah dalam rekonstruksi pesantren berbasis digital yang ilmu-sentris dan adaptif.

## **B. Profil Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya**

Pesantren Persis 67 Benda di Tasikmalaya didirikan pada tanggal 4 Mei 1970 sebagai respon terhadap praktek sinkretis masyarakat lokal yang dianggap menyimpang dari Qur'an dan Sunnah. Pesantren ini menerapkan sistem pendidikan Full Day Boarding School sejak 2003–2004 dengan jenjang madrasah diniyyah, tsanawiyah, aliyah terakreditasi A, serta penekanan pada penguatan karakter santri melalui kedisiplinan, tanggung jawab, dan literasi (Admin 2016).

Dalam transformasi digital, Persis 67 Benda telah mengembangkan konsep "pesantren digital" melalui sosialisasi penggunaan aplikasi digitalisasi muroja'ah dan raport digital bagi asatidz dan santri (Hilmiati 2019). Program ini mencerminkan orientasi pesantren terhadap integrasi teknologi dalam administrasi dan dakwah, serta upaya meningkatkan kompetensi literasi digital komunitas pesantren.

Selain itu, kegiatan pelatihan dakwah bil-kitabah (berbasis tulisan) menunjukkan bahwa Persis mengedepankan kemampuan santri untuk berdakwah lewat tulisan ilmiah. Pelatihan hybrid (tatap muka dan daring), kolaborasi dengan universitas, serta publikasi artikel santri di jurnal SINTA adalah bukti nyata komitmen pesantren terhadap literasi dakwah berbasis ilmu. Pesantren ini menjadikan keterampilan menulis sebagai strategi dakwah yang dianggap lebih tahan masa dan efektif menjangkau audiens luas (Ismail 2025).

Figure 2 Persis 67 Benda



(Sumber: [persis67benda.com](http://persis67benda.com), 2025)

Penguatan karakter santri di Persis juga relevan dalam konteks media digital. (Risdiana 2016) mencatat bahwa nilai-nilai organisasi Persis seperti disiplin, komitmen organisasi, anti-bid'ah terinternalisasi dalam struktur pesantren dan mempengaruhi cara dakwah mereka diprogram dan diproduksi. Ini menjadi basis kuat ketika pesantren mengarahkan literasi digital santri ke arah dakwah visual maupun tulisan yang tegas, rasional, dan konsisten dengan prinsip Islam Persis.

Secara kelembagaan, Persis 67 Benda menempatkan teknologi sebagai alat utama pendidikan dan dakwah. Santri bukan sekadar konsumen informasi, tetapi juga produsen konten dakwah yang berbentuk artikel, postingan media sosial, materi video, dan konten multimedia lainnya. Dengan dukungan aplikasi wali santri, studio komputer, laboratorium TI, pesantren ini memungkinkan interaksi digital antara warga, orang tua, dan pengelola, meningkatkan transparansi dan keterlibatan langsung dalam proses dakwah dan pendidikan (Risdiana 2016).

### **C. Profil Pesantren Yaspida Sukabumi**

Pesantren Darussyifa Al-Fitroh Sukabumi, yang dikelola oleh Yayasan Sosial dan Pendidikan Islam Darussyifa Al-Fitrat (YASPIDA), merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berkembang pesat di wilayah Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Lahir dari tradisi keilmuan Islam klasik, pesantren ini memadukan pendidikan salafiyah dengan sistem pendidikan formal modern yang mencakup jenjang sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Pesantren ini dikenal sebagai institusi yang terbuka terhadap inovasi pendidikan, namun tetap berpegang pada prinsip dasar keilmuan Islam yang menekankan pembinaan akhlak, kedalaman ilmu, dan spiritualitas (Oktarian 2022).

Sebagai pesantren terpadu, Yaspida menampung lebih dari dua ribu santri dari berbagai daerah. Kurikulum yang dijalankan tidak hanya mencakup kajian kitab kuning, tahfidz Al-Qur'an, dan penguatan bahasa Arab, tetapi juga mata pelajaran umum yang mengikuti standar nasional. Di sisi lain, kegiatan ekstra seperti pelatihan jurnalistik, digital broadcasting, dan kelas desain konten menjadi bagian dari program pemberdayaan santri untuk menghadapi tantangan zaman, termasuk era digital (Melani, Hafidhuddin, and Syafri 2017). Dengan perpaduan ini, Yaspida menempatkan dirinya sebagai pesantren modern yang tetap berakar kuat pada nilai-nilai tradisional.

Dalam konteks dakwah digital, Yaspida mulai mengembangkan pendekatan yang berbasis pada kreativitas dan partisipasi santri. Meskipun belum memiliki sistem media dakwah daring yang terstruktur seperti beberapa pesantren besar lainnya, pesantren ini secara bertahap membangun kapasitas digital melalui pelatihan dasar media sosial, konten dakwah visual, serta penguatan literasi digital di kalangan santri dan ustadz. Pendekatan ini selaras dengan semangat pembaruan pendidikan Islam yang tidak memutus hubungan

dengan akar tradisi, tetapi justru memperluas peran dakwah melalui medium yang lebih akrab dengan generasi muda saat ini (Negara 2023).

Perlu dicatat bahwa Yaspida bukanlah pesantren yang berafiliasi formal dengan organisasi keagamaan tertentu, namun secara historis dan kultural lahir dari lingkungan masyarakat pesantren yang dekat dengan tradisi keagamaan khas Islam Nusantara. Karena itu, dalam banyak kegiatan dakwah dan pendidikan, pesantren ini menampilkan nilai-nilai yang mengedepankan toleransi, moderasi, dan kearifan lokal. Hal ini tampak dari gaya dakwah yang tidak frontal, lebih persuasif, serta melibatkan elemen seni, budaya lokal, dan dialog sosial sebagai medium penyampaian nilai-nilai Islam.

Figure 3 Yaspida Sukabumi



(Sumber: Verval Yayasan, 2025)

Dalam menghadapi era digital, tantangan utama yang dihadapi Yaspida adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang teknologi dan penguatan infrastruktur digital. Meski begitu, pesantren ini mulai menunjukkan kesadaran strategis terhadap pentingnya peran media digital dalam menyampaikan nilai keislaman secara lebih luas. Beberapa inisiatif awal seperti dokumentasi kajian, video pengajian internal, dan partisipasi dalam kegiatan virtual tingkat regional menjadi langkah awal menuju transformasi dakwah digital yang lebih sistematis.

Dengan kekhasan yang dimilikinya, Yaspida memposisikan diri sebagai pesantren yang tumbuh dari akar tradisi keilmuan Islam, namun secara sadar mengadopsi pendekatan baru dalam dakwah. Upaya ini merupakan bentuk respon terhadap realitas sosial keagamaan kontemporer yang semakin didominasi oleh ruang-ruang digital. Meskipun belum seintensif pesantren besar yang telah mapan dalam penggunaan media, keberanian untuk memulai dan berinovasi menunjukkan bahwa Yaspida sedang menapaki proses penting dalam penguatan strategi dakwah digital berbasis nilai, pengalaman lokal, dan aspirasi santri.

# **BAGIAN VI**

## **ADAPTASI DAN TRANSFORMASI**

### **STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL**

#### **A. Perubahan Paradigma Dakwah di Lingkungan Pesantren**

Selama puluhan tahun, dakwah pesantren dikenal sebagai kegiatan yang berakar kuat pada tradisi lisan dan tatap muka. Kyai berbicara dari mimbar, para santri duduk bersila mendengarkan, dan masyarakat berkumpul dalam pengajian rutin. Pola komunikasi keagamaan ini telah menjadi ciri khas pesantren dalam menjaga kesinambungan ilmu, adab, dan tradisi keislaman (Azra 2020). Namun, dalam dua dekade terakhir, terutama setelah masuknya era digital, terjadi perubahan besar dalam cara pesantren berinteraksi dengan jamaah dan masyarakat luas. Arus teknologi informasi menggeser orientasi dakwah dari ruang fisik menuju ruang virtual yang terbuka, cepat, dan interaktif. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek teknis, tetapi juga mempengaruhi paradigma dakwah, pola relasi antara kyai dan santri, serta makna keberagamaan di era baru (Saputra and Sirozi 2025).

Di Jawa Barat, tiga pesantren besar yang menjadi lokasi penelitian—Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi—menggambarkan dinamika perubahan tersebut dengan sangat jelas. Ketiganya menghadapi situasi yang serupa: audiens dakwah mulai beralih dari majelis taklim ke layar ponsel. KH. YS dari Pesantren Al-Furqon menjelaskan, “*Sekarang santri dan jamaah banyak belajar lewat YouTube. Kalau pesantren tidak hadir di sana, kita kehilangan kesempatan berdakwah di ruang baru itu.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini memperlihatkan kesadaran baru bahwa dakwah tidak bisa lagi dipahami

sebagai aktivitas satu arah, melainkan proses dialogis yang melibatkan publik digital.

Figure 4 kanal YouTube pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut



(Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2025)

Momentum percepatan perubahan ini terjadi terutama setelah pandemi COVID-19. Saat pembatasan sosial diberlakukan, hampir seluruh kegiatan dakwah pesantren beralih ke format daring. Dari situ, banyak pesantren menyadari potensi besar media digital sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman (Fatmawati 2025). Di Al-Furqon, misalnya, kegiatan pengajian kitab mingguan mulai disiarkan secara langsung melalui kanal YouTube pesantren. DS, pengelola IT di pesantren tersebut, mengenang masa itu, *“Awalnya kami hanya coba-coba siaran lewat ponsel. Tapi setelah kami lihat, banyak alumni yang menonton dari luar Garut. Akhirnya kami jadikan kegiatan rutin setiap Jumat malam.”* (Wawancara, September 2025). Dakwah digital kemudian tidak lagi dipandang sebagai bentuk darurat, melainkan sebagai strategi permanen yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah pesantren telah memasuki ruang baru yang bersifat lintas batas dan tanpa sekat geografis. Media digital memungkinkan pesantren untuk menyapa jamaah di luar lingkup lokal,

bahkan lintas negara. Seperti dijelaskan oleh Castells (2009), media digital bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga struktur sosial baru yang memungkinkan interaksi horizontal antara produsen dan konsumen pesan (Castells 2009b). Dalam konteks pesantren, hal ini berarti perubahan besar terhadap pola relasi antara kyai, santri, dan jamaah. Jika sebelumnya otoritas dakwah bersifat hierarkis—kyai sebagai sumber tunggal pengetahuan—maka kini audiens dapat berpartisipasi aktif melalui komentar, diskusi, bahkan produksi konten dakwah sendiri.

*Figure 5 Persis Benda*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Namun, pergeseran ini juga melahirkan kegelisahan di kalangan pesantren tradisional. Beberapa kyai khawatir bahwa digitalisasi dakwah akan mengikis kedalaman ilmu dan adab yang selama ini dijaga dalam tradisi pesantren. KH. HR dari Persis Benda mengakui, *“Kita tidak bisa menolak perubahan, tapi dakwah digital harus tetap punya ruh. Kalau hanya mengejar viewer, nanti dakwah jadi hiburan, bukan pembinaan.”* (Wawancara, Agustus 2025). Kekhawatiran ini menunjukkan ketegangan antara nilai spiritual pesantren dan logika algoritma media sosial yang menuntut kecepatan serta popularitas. Dakwah digital berisiko kehilangan esensi jika tidak disertai prinsip etik dan keilmuan yang kuat (Al ihsan Huda and Obianto 2025).

Bagi pesantren yang berafiliasi dengan Muhammadiyah, perubahan ini dipahami sebagai bagian dari tanggung jawab intelektual dan sosial. Dakwah digital dianggap sebagai bentuk *tajdid* atau pembaruan dakwah agar selaras dengan konteks masyarakat modern (Faridah 2025). Sebaliknya, pesantren Persis melihatnya sebagai tantangan untuk menjaga kemurnian dakwah berbasis ilmu di tengah derasnya konten agama yang tidak terverifikasi. Sementara itu, pesantren Yaspida Sukabumi—yang berafiliasi dengan tradisi Nahdlatul Ulama—melihat media digital sebagai ruang baru untuk memperluas dakwah kultural berbasis lokal. Pendekatan mereka lebih partisipatif, mengajak masyarakat sekitar untuk terlibat dalam pembuatan konten dakwah yang ringan, kontekstual, dan membumi.

*Figure 6 pesantren Yaspida Sukabumi*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Pergeseran dakwah ini juga berdampak langsung pada peran santri. Jika dulu santri hanya menjadi pendengar pasif, kini mereka didorong menjadi pelaku aktif dalam penyebaran dakwah digital. Santri mulai belajar membuat video, menulis artikel, dan mengelola akun media sosial pesantren. MY, seorang santri Al-Furqon, mengatakan, “*Dulu dakwah itu milik kyai saja. Sekarang kami ikut terlibat. Saya membuat video pendek tafsir ayat dan ternyata banyak yang nonton. Rasanya seperti ikut menyampaikan kebaikan*

*meski lewat layar.”* (Wawancara, September 2025). Testimoni ini memperlihatkan bagaimana transformasi digital melahirkan semangat baru di kalangan santri untuk berperan sebagai *digital preachers* yang menyebarkan nilai-nilai pesantren dengan gaya kekinian (Wardani et al. 2022).

Melihat dinamika ini, jelas bahwa pesantren saat ini sedang berada pada tahap awal transformasi digital yang signifikan. Berdasarkan kerangka teori *Diffusion of Innovation*, proses perubahan ini menggambarkan fase “knowledge” dan “persuasion,” di mana pesantren mulai memahami manfaat media digital dan membentuk sikap positif terhadapnya (Rogers 2003). Namun, kecepatan adaptasi ini berbeda-beda. Pesantren yang memiliki struktur organisasi terbuka dan dukungan sumber daya manusia cenderung lebih cepat melakukan inovasi dibanding pesantren tradisional yang masih berhati-hati dalam menafsirkan teknologi sebagai alat dakwah (Saputra and Sirozi 2025).

Pergeseran dakwah dari tradisional ke digital menandai perubahan paradigma besar dalam sejarah pesantren di Jawa Barat. Dakwah kini tidak lagi semata-mata tentang penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga tentang bagaimana pesan itu dikemas, didistribusikan, dan dipahami oleh publik digital. Perubahan ini menuntut pesantren untuk mengembangkan kompetensi baru tanpa meninggalkan akar tradisinya. Seperti yang diungkapkan KH. YS, “*Kita bukan sedang meninggalkan tradisi, tapi sedang menulis bab baru tradisi itu dengan bahasa digital.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menjadi refleksi penting bahwa transformasi dakwah digital bukan bentuk pemutusan dari masa lalu, melainkan kesinambungan antara nilai klasik dan teknologi modern yang disatukan dalam semangat dakwah yang kontekstual.

Transformasi digital di lingkungan pesantren tidak hanya mengubah media dakwah, tetapi juga memengaruhi orientasi dan nilai yang terkandung

di dalamnya. Dakwah yang sebelumnya dipahami sebagai proses penyampaian pesan keagamaan secara satu arah, kini berkembang menjadi ruang dialog yang interaktif dan partisipatif. Di era digital, dakwah bukan lagi semata-mata kegiatan ceramah, melainkan proses komunikasi sosial yang melibatkan nilai, estetika, dan strategi komunikasi publik (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025). Pergeseran orientasi ini membuat pesantren perlu menyesuaikan nilai-nilai dakwahnya agar tetap otentik di tengah logika media yang cepat dan kompetitif.

Pesantren sebagai institusi pendidikan keagamaan selama ini menempatkan dakwah sebagai sarana *tabligh* dan pembinaan moral. Namun, di tengah arus media digital, makna *tabligh* itu sendiri mengalami perluasan. KH. HR dari Persis 67 Benda menegaskan, “*Dulu tabligh berarti menyampaikan secara langsung. Sekarang tabligh juga bisa berarti menyampaikan dengan cara kreatif, tapi harus tetap berpijak pada kebenaran ilmu.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ungkapan ini menunjukkan upaya reinterpretasi nilai dakwah di tengah perubahan zaman. Dakwah digital bukan sekadar medium baru, melainkan perluasan makna dari ajaran dakwah yang menuntut pemahaman ulang tentang cara menyampaikan kebenaran dengan relevansi sosial dan budaya kontemporer (Faridah 2025).

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, transformasi nilai ini terlihat jelas pada pendekatan mereka yang lebih rasional dan berbasis literasi. Kyai YS menegaskan bahwa dakwah digital harus menjadi wadah untuk *pencerahan akal dan pembersihan jiwa*, bukan sekadar hiburan. “*Kami menekankan isi dakwah berbasis ilmu dan data. Santri tidak boleh asal bicara di media, karena setiap kata yang diunggah bisa menjadi sumber pahala atau fitnah,*” ujarnya (Wawancara, September 2025). Pandangan ini menunjukkan bahwa nilai dasar dakwah pesantren tetap berakar pada prinsip keilmuan dan

tanggung jawab moral, meskipun medium penyampaiannya telah berubah (Saputra and Sirozi 2025).

Sementara itu, Pesantren Yaspida Sukabumi yang berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama menunjukkan pola yang lebih kultural dan sosial. Dakwah digital mereka banyak berisi konten ringan seperti doa harian, kisah hikmah, dan video kegiatan sosial pesantren. Tujuannya bukan hanya menyampaikan ilmu, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Menurut KH. MA, “*Bagi kami, dakwah digital bukan sekadar menyampaikan ilmu agama, tapi juga menebar kehangatan dan kasih sayang Islam yang rahmatan lil ‘alamin.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini menegaskan bahwa orientasi dakwah digital pesantren NU lebih menekankan aspek *irsyād*—bimbingan dan pembentukan karakter—daripada sekadar penyebaran pengetahuan (Wardani et al. 2022).

Di sisi lain, Pesantren Persis Benda Tasikmalaya menempuh pendekatan yang lebih akademik dan sistematis. Para santrinya aktif menulis artikel dakwah di blog dan buletin digital pesantren. Mereka mengembangkan gaya dakwah yang argumentatif dengan mengutip dalil dan data ilmiah untuk memperkuat pesan. Seorang santri, FS, menuturkan, “*Kami tidak ingin dakwah hanya viral, tapi juga valid. Karena kalau tidak berdasar ilmu, itu bukan dakwah tapi opini.*” (Wawancara, September 2025). Sikap ini menggambarkan internalisasi nilai *burhāni* (rasional-ilmiah) yang menjadi ciri khas dakwah Persis, bahkan ketika dibawa ke ruang digital (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

Perubahan orientasi dakwah ini sejalan dengan teori *New Media Theology* (Campbell 2012b), yang menjelaskan bahwa media baru bukan hanya alat penyampai pesan, melainkan juga ruang negosiasi makna religius. Melalui media digital, pesantren tidak hanya mentransfer ajaran Islam, tetapi

juga menegosiasikan nilai-nilai etika, kebenaran, dan identitas keagamaan di ruang publik yang plural. Di sinilah dakwah digital menjadi bentuk baru dari praksis religius, di mana nilai spiritual disampaikan dalam format yang sesuai dengan logika komunikasi masa kini.

Selain itu, transformasi nilai dakwah juga terlihat dalam cara pesantren memaknai *niat* dan *adab berdakwah* di ruang digital. Kyai YS menekankan pentingnya *niat lillāh* dalam setiap aktivitas digital. ‘*Kalau dakwah sudah mengejar popularitas, berarti ada yang bergeser dari niat awal. Kita ingin santri sadar bahwa media hanyalah alat, bukan tujuan,*’ ujarnya (Wawancara, September 2025). Peringatan ini menjadi bentuk refleksi kritis terhadap fenomena banalitas dakwah digital, di mana pesan keagamaan sering kali dikomodifikasi demi jumlah penonton. Karena itu, pesantren berupaya menanamkan nilai etika komunikasi digital berbasis akhlak dan tanggung jawab sosial agar dakwah tetap menjadi jalan pembinaan, bukan sekadar tontonan (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

Dengan demikian, transformasi nilai dan orientasi dakwah di era digital tidak menghapus esensi tradisional pesantren, melainkan menyesuaikannya dengan konteks baru. Dakwah kini tidak lagi hanya berbicara tentang penyampaian kebenaran, tetapi juga tentang cara menjaga kemurnian niat dan kedalaman makna di tengah banjir informasi. Nilai-nilai seperti keilmuan, keikhlasan, adab, dan tanggung jawab menjadi fondasi utama yang membedakan dakwah digital pesantren dari bentuk dakwah populer lainnya. Dalam konteks ini, pesantren tidak sedang kehilangan tradisinya, tetapi sedang memperluasnya—membawa semangat *tabligh*, *irsyād*, dan *tanwīr* ke dalam ekosistem digital yang menuntut inovasi sekaligus ketulusan.

Transformasi dakwah pesantren ke ruang digital membawa dampak sosial dan kultural yang cukup besar, tidak hanya bagi santri dan kyai, tetapi juga bagi masyarakat sekitar pesantren. Pada awalnya, tidak semua pihak menyambut perubahan ini dengan antusias. Sebagian masyarakat, terutama kalangan orang tua dan tokoh tradisional, merasa canggung dengan perubahan bentuk dakwah yang tidak lagi sepenuhnya dilakukan secara langsung. Mereka menganggap dakwah daring berpotensi mengurangi nilai kebersamaan dan spiritualitas yang selama ini melekat pada majelis taklim tradisional (Azra 2020). Namun, seiring berjalannya waktu, sikap ini mulai berubah. Masyarakat mulai menyadari bahwa media digital bukan pengganti interaksi sosial, tetapi perluasan ruang dakwah yang bisa menjangkau lebih banyak orang.

Hal ini terlihat jelas di Pesantren Yaspida Sukabumi, di mana perubahan sikap masyarakat berlangsung cukup dinamis. Menurut KH. MA, *“Awalnya banyak warga yang ragu. Mereka bilang dakwah kok lewat HP, apa bisa sampai ke hati? Tapi setelah melihat konten santri yang sederhana tapi menyentuh, mereka justru ikut menyebarkan videonya.”* (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat ini mencerminkan proses adaptasi sosial yang alami, di mana penerimaan terhadap dakwah digital berawal dari keakraban dan relevansi pesan. Yaspida berhasil menunjukkan bahwa teknologi bisa menjadi alat penguat solidaritas sosial, bukan ancaman terhadap nilai-nilai tradisional.

Respon masyarakat terhadap dakwah digital di Al-Furqon Muhammadiyah Garut juga menunjukkan hal serupa. Sebagian jamaah merasa dakwah digital membantu mereka tetap terhubung dengan pesantren meskipun tinggal jauh dari lokasi. Salah satu wali santri, NY, mengungkapkan, *“Saya kerja di Jakarta, tapi tetap bisa ikut kajian Jumat malam lewat YouTube pesantren. Rasanya dekat, padahal jauh.”* (Wawancara, September 2025).

Pengalaman semacam ini menegaskan bahwa dakwah digital bukan sekadar media penyiaran, melainkan juga ruang emosional yang menjaga hubungan spiritual antara pesantren dan jamaah. Dalam perspektif komunikasi keagamaan, ini menunjukkan terbentuknya bentuk baru dari *religious intimacy*, yaitu kedekatan religius yang dimediasi oleh teknologi (Wardani et al. 2022).

Meski begitu, sebagian masyarakat tradisional masih menunjukkan resistensi terhadap media digital. Di lingkungan Pesantren Persis Benda Tasikmalaya, beberapa tokoh sepuh menganggap media sosial dapat mengaburkan batas antara ilmu dan hiburan. KH. HR mengakui, “*Ada kekhawatiran kalau dakwah di media sosial itu jadi pamer atau malah kehilangan adab. Tapi kita terus mengingatkan santri agar tetap menjaga niat dan sopan santun dalam menyampaikan dakwah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kekhawatiran semacam ini mencerminkan benturan nilai antara tradisi pesantren yang menjunjung adab dan logika media digital yang sering kali menuntut kecepatan, ekspresi, dan sensasi.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori *Diffusion of Innovation* (Rogers 2003), khususnya pada tahap “persuasion” di mana masyarakat mulai menimbang manfaat dan risiko suatu inovasi sebelum menerimanya. Di tahap ini, proses adopsi dakwah digital di pesantren sangat dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap otoritas kyai. Ketika kyai dan pengelola pesantren menunjukkan sikap positif terhadap digitalisasi, maka masyarakat pun mengikuti. Namun jika kyai bersikap hati-hati atau skeptis, proses penerimaan berlangsung lebih lambat. Dengan demikian, posisi kyai tidak hanya sebagai komunikator agama, tetapi juga sebagai *opinion leader* dalam adopsi inovasi sosial-keagamaan (Saputra and Sirozi 2025).

Selain itu, perubahan kultural yang muncul dari dakwah digital juga tampak pada cara masyarakat mengonsumsi dan menyebarluaskan pesan keagamaan. Jika dulu mereka hanya menjadi pendengar pasif di pengajian, kini banyak yang ikut aktif membagikan video, kutipan ayat, atau potongan ceramah melalui grup WhatsApp dan media sosial lainnya. Fenomena ini memperlihatkan terbentuknya budaya partisipatif (*participatory culture*) dalam dakwah (Jenkins 2006), di mana masyarakat tidak lagi hanya menerima pesan, tetapi ikut berperan sebagai penyebar dan penafsir makna. Seorang santri Yaspida mengatakan, *“Kadang yang share video dakwah kami bukan santri, tapi ibu-ibu pengajian yang merasa isinya cocok dengan kehidupannya.”* (Wawancara, September 2025).

Namun, perlu dicatat bahwa partisipasi masyarakat dalam dakwah digital juga membawa tantangan baru. Banyaknya konten agama yang beredar tanpa pengawasan kadang menimbulkan kebingungan antara mana yang ilmiah dan mana yang sekadar opini. Di sinilah pesantren memiliki peran penting untuk menjaga kualitas dan kredibilitas dakwah di dunia maya (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025). Pesantren harus menjadi penyeimbang antara tradisi keilmuan dan dinamika teknologi, sehingga masyarakat tidak terseret dalam arus informasi yang dangkal.

Respon sosial dan kultural masyarakat terhadap dakwah digital di Jawa Barat menunjukkan proses adaptasi yang kompleks namun konstruktif. Awalnya ditandai oleh keraguan dan resistensi, namun perlahan bergeser menjadi penerimaan dan partisipasi aktif. Perubahan ini terjadi karena adanya peran kuat dari kyai dan pesantren dalam menafsirkan ulang fungsi teknologi sebagai sarana pengabdian dan penyebaran nilai keislaman. Dakwah digital akhirnya menjadi medium baru bagi masyarakat pesantren untuk memperluas makna kehadiran spiritual di tengah dunia yang semakin terhubung.

## **B. Adaptasi Kelembagaan dan Kurikulum Digital**

Transformasi dakwah digital di pesantren tidak mungkin berjalan tanpa dukungan kelembagaan yang solid. Perubahan paradigma dakwah memerlukan sistem manajemen baru yang mampu mengintegrasikan fungsi keagamaan, pendidikan, dan teknologi. Karena itu, banyak pesantren di Jawa Barat mulai melakukan restrukturisasi organisasi untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan era digital. Langkah ini menjadi bagian dari adaptasi kelembagaan yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga ideologis—yakni perubahan cara pandang terhadap teknologi sebagai alat dakwah dan pendidikan (Saputra and Sirozi 2025).

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, restrukturisasi ini dilakukan dengan membentuk Divisi Dakwah Digital di bawah Bidang Humas dan Pengembangan Media. Divisi ini beranggotakan santri senior dan beberapa guru muda yang memiliki kemampuan dalam desain grafis, editing video, dan penulisan konten. Menurut DS, salah satu pengelola bidang IT, *“Kami dulu cuma punya satu orang yang bisa ngedit video, sekarang sudah ada tim kecil berisi delapan santri yang rutin mengelola konten YouTube dan Instagram.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pembentukan tim ini menandai perubahan signifikan dalam pola manajemen pesantren: dari sistem yang sentralistik di bawah kendali kyai, menjadi lebih kolaboratif dan berbasis kompetensi.

Figure 7 mengelola konten YouTube dan Instagram di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Kyai YS sebagai pimpinan pesantren menyebut bahwa perubahan struktur ini bukan sekadar penyesuaian teknis, melainkan bagian dari visi dakwah yang berkelanjutan. *“Kalau pesantren ingin tetap hidup di tengah zaman digital, harus punya organisasi yang siap melayani jamaah lintas ruang. Media sekarang itu bagian dari ladang dakwah,”* ujarnya (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini mencerminkan pemahaman strategis bahwa keberlangsungan dakwah tidak cukup hanya dengan kekuatan spiritual dan intelektual, tetapi juga dengan pengelolaan informasi yang profesional. Dakwah digital, dalam konteks ini, menjadi instrumen penting bagi pesantren untuk memperluas jangkauan nilai-nilai keislaman.

Fenomena restrukturisasi ini juga ditemukan di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya. Pesantren ini membentuk Tim Literasi Digital Persis Benda yang berfungsi untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan kegiatan dakwah, pengajian, serta diskusi ilmiah pesantren. Tim tersebut terdiri dari santri tingkat akhir dan alumni muda yang memiliki pengalaman jurnalistik. KH. HR menjelaskan, *“Kami sadar bahwa dakwah lewat tulisan*

*harus dikelola secara sistematis. Santri kami yang aktif di media harus punya tanggung jawab moral dan kemampuan literasi tinggi.*” (Wawancara, Agustus 2025). Di bawah kepemimpinan kyai, tim ini bekerja layaknya redaksi mini dengan pembagian tugas yang jelas: penulis, editor, fotografer, dan admin media sosial.

Berbeda dengan dua pesantren sebelumnya, Yaspida Sukabumi mengambil pendekatan yang lebih sederhana namun partisipatif. Mereka tidak membentuk unit formal seperti divisi media, tetapi mengintegrasikan kegiatan dokumentasi dan dakwah digital ke dalam aktivitas keseharian santri. Setiap acara pesantren, mulai dari pengajian, kegiatan sosial, hingga pentas seni, direkam dan dibagikan melalui akun media sosial pesantren. Menurut KH. MA, “*Kami tidak ingin terlalu birokratis. Yang penting semangat dakwahnya jalan. Santri yang punya minat di media, kami beri ruang untuk berkreasi.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa adaptasi kelembagaan di Yaspida lebih bersifat kultural dan berbasis kepercayaan, bukan struktural formal seperti di Al-Furqon atau Persis.

Restrukturisasi organisasi di ketiga pesantren ini menunjukkan pola yang berbeda sesuai dengan karakter dan orientasi ideologis masing-masing lembaga. Pesantren Muhammadiyah lebih cepat melakukan modernisasi struktur dengan menekankan profesionalitas kerja dan manajemen media (Faridah 2025). Pesantren Persis cenderung menekankan sistem kerja berbasis literasi dan validitas keilmuan, sedangkan pesantren NU seperti Yaspida lebih mengutamakan fleksibilitas dan budaya partisipatif. Ketiga model ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dakwah di pesantren tidak bersifat seragam, melainkan kontekstual—dipengaruhi oleh sejarah, nilai, dan budaya organisasi yang melatarbelakanginya.

Dari perspektif teori *organizational change* (Kotter 1996), proses restrukturisasi pesantren ini dapat dipahami sebagai bentuk *adaptive leadership* yang dilakukan oleh kyai dan pimpinan lembaga. Tahapannya meliputi kesadaran akan perubahan lingkungan, pembentukan tim transformasi, dan penguatan visi bersama di antara santri dan guru. Pada tahap ini, kyai berperan ganda sebagai pemimpin spiritual dan manajer perubahan. KH. YS misalnya, sering terlibat langsung dalam rapat redaksi media dakwah pesantren. “*Saya ikut rapat supaya arah dakwahnya tetap lurus, bukan sekadar viral,*” ujarnya (Wawancara, Agustus 2025).

Adaptasi kelembagaan seperti ini juga memperkuat legitimasi pesantren di mata masyarakat. Dengan memiliki sistem media yang rapi, pesantren dapat mengelola citra publik secara lebih positif dan transparan. Publik kini tidak hanya melihat pesantren sebagai tempat pendidikan agama, tetapi juga sebagai pusat produksi pengetahuan dan informasi keislaman. Dalam konteks inilah, restrukturisasi organisasi pesantren bukan sekadar pembentukan unit media, tetapi simbol dari perubahan paradigma kepemimpinan dakwah: dari yang tertutup dan lokal menjadi terbuka, kreatif, dan komunikatif (Castells 2009a).

Perubahan struktur kelembagaan pesantren di era digital membawa konsekuensi pada sistem pembelajaran dan kurikulum. Adaptasi tidak bisa berhenti pada level organisasi, tetapi harus menyentuh inti fungsi pesantren sebagai lembaga pendidikan. Oleh karena itu, banyak pesantren mulai mengintegrasikan literasi digital ke dalam kurikulum dan kegiatan pembelajaran santri. Literasi digital di sini tidak sekadar kemampuan teknis mengoperasikan perangkat, tetapi kemampuan memahami, memproduksi, dan menyebarkan pesan keagamaan dengan etika dan tanggung jawab sosial (Livingstone 2008b).

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, integrasi literasi digital dilakukan secara bertahap sejak 2023. Kegiatan pelatihan media diperkenalkan sebagai bagian dari program ekstrakurikuler “Santri Kreatif Digital.” DS, pengelola IT pesantren, menjelaskan, “*Kami adakan pelatihan membuat video dakwah, desain grafis, dan menulis artikel singkat untuk santri. Setiap minggu ada kelas praktik, lalu hasilnya diunggah ke media sosial pesantren.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pelatihan ini kemudian menjadi kegiatan wajib bagi santri tingkat akhir. Mereka tidak hanya diajarkan ilmu agama, tetapi juga bagaimana menyampaikan pesan keagamaan dalam bahasa yang sesuai dengan dunia digital.

Kyai YS menegaskan bahwa penguasaan literasi digital merupakan bentuk *amal jariyah intelektual* yang sangat penting di era ini. “*Dakwah di zaman ini tidak cukup dengan lisan. Santri harus bisa berdakwah lewat tulisan, gambar, dan video. Itu bagian dari jihad ilmu,*” ujarnya (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini sejalan dengan semangat Muhammadiyah yang menekankan rasionalitas, pembaruan, dan pemanfaatan teknologi untuk kemaslahatan publik (Faridah 2025). Dengan cara ini, Al-Furqon menjadikan literasi digital bukan sekadar keterampilan tambahan, tetapi bagian dari misi ideologis dakwah modern.

Sementara itu, Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menerapkan pendekatan yang lebih akademik dalam mengintegrasikan literasi digital. Mereka memasukkan materi *Jurnalistik Dakwah* dan *Teknologi Komunikasi Islam* ke dalam kurikulum kelas akhir. Materi ini diajarkan oleh dosen tamu dari perguruan tinggi Islam dan jurnalis muda alumni pesantren. Santri belajar menulis artikel keislaman, mengelola blog, dan melakukan riset sederhana sebelum memproduksi konten dakwah. KH. HR menjelaskan, “*Kami ingin*

*santri punya dasar literasi yang kuat. Dakwah di media itu bukan hanya soal gaya, tapi soal substansi dan kredibilitas.”* (Wawancara, Agustus 2025).

FS, salah satu santri tingkat akhir di Persis Benda, mengatakan bahwa pelatihan tersebut membuka pandangannya terhadap dunia dakwah yang lebih luas. *“Sekarang saya paham bagaimana menulis dakwah yang argumentatif, bukan hanya mengutip ayat tanpa konteks. Kami juga belajar cara menghindari plagiarisme dan menyebut sumber.”* (Wawancara, September 2025). Pengalaman ini menunjukkan bahwa literasi digital di pesantren Persis tidak berhenti pada keterampilan teknis, tetapi juga mencakup etika dan metodologi ilmiah. Hal ini sejalan dengan nilai *burhāni*—pendekatan rasional dan ilmiah dalam memahami agama—yang menjadi ciri khas dakwah Persis (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

*Figure 8 literasi digital di pesantren Persis*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berbeda dari dua pesantren tersebut, Yaspida Sukabumi mengembangkan pendekatan literasi digital yang berbasis pengalaman sosial santri. Mereka tidak mengajarkan teori secara formal, tetapi memberikan ruang bagi santri untuk belajar langsung melalui praktik dakwah digital di

lapangan. Setiap kegiatan pesantren, seperti bakti sosial, pengajian akbar, atau kegiatan seni, dijadikan bahan untuk membuat konten video dan dokumentasi. KH. MA menjelaskan, “*Kami ajarkan santri untuk bercerita, bukan hanya menyampaikan ayat. Dakwah itu harus bisa menyentuh perasaan masyarakat, dan media adalah jembatan yang efektif.*” (Wawancara, September 2025). Dengan pendekatan ini, santri belajar menghubungkan nilai keagamaan dengan konteks sosial secara alami.

Integrasi literasi digital di tiga pesantren ini menggambarkan variasi yang menarik. Al-Furqon menekankan profesionalitas dan inovasi, Persis fokus pada rasionalitas dan keilmuan, sedangkan Yaspida menonjolkan pendekatan humanis dan kultural. Ketiganya memperlihatkan bahwa literasi digital tidak dapat dipisahkan dari ideologi dan kultur masing-masing lembaga. Dalam konteks teori *organizational learning* (Senge 1990), hal ini menunjukkan bahwa setiap pesantren sedang berada pada tahap “pembelajaran adaptif”—yakni proses menyesuaikan nilai lama dengan pengetahuan baru tanpa kehilangan identitas dasarnya.

Namun, integrasi literasi digital juga menghadapi beberapa kendala. Di banyak pesantren, masih terdapat kesenjangan kemampuan antara santri dan ustaz senior. Beberapa guru mengaku kesulitan menyesuaikan diri dengan teknologi, baik karena faktor usia maupun keterbatasan waktu. Seorang guru di Al-Furqon, berinisial HR, mengatakan, “*Kami sering minta bantuan santri untuk hal-hal teknis. Tapi kami tetap mengawasi isi dakwahnya agar tidak keluar dari nilai pesantren.*” (Wawancara, Agustus 2025). Situasi ini memperlihatkan adanya *generational gap* dalam adopsi digital, tetapi juga menunjukkan sinergi antara pengalaman dan energi muda yang menjadi kekuatan khas pesantren.

Integrasi literasi digital ke dalam kurikulum pesantren menandai perubahan orientasi pendidikan dari sekadar transfer ilmu menjadi transformasi kompetensi. Santri tidak hanya dibekali pemahaman agama, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan komunikatif di dunia digital. Dakwah bukan lagi aktivitas sepihak, melainkan bentuk kolaborasi antara ilmu, teknologi, dan kesadaran moral. Dengan begitu, pesantren mampu memainkan peran ganda: menjaga tradisi keilmuan Islam sekaligus menjadi pelopor inovasi dakwah di era digital yang serba cepat dan terbuka.

Adaptasi kelembagaan di era digital menuntut pesantren untuk tidak hanya berinovasi pada struktur dan kurikulum, tetapi juga pada sistem manajemen pendidikan dan dakwah secara keseluruhan. Perubahan teknologi membawa konsekuensi terhadap cara pengelolaan, penilaian, dan penyebaran aktivitas keagamaan. Jika sebelumnya dakwah berjalan secara spontan dan terpusat pada figur kyai, kini pesantren mulai menerapkan sistem yang lebih terencana, terukur, dan berorientasi hasil (Saputra and Sirozi 2025). Pergeseran ini mencerminkan upaya pesantren untuk menjadikan dakwah digital bukan sekadar inisiatif individu, melainkan bagian dari sistem pendidikan terpadu yang melibatkan seluruh komponen pesantren.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, sistem dakwah kini diatur dengan mekanisme yang menyerupai manajemen redaksi. Setiap pekan, tim dakwah digital mengadakan rapat untuk menentukan tema, jadwal produksi, dan format konten. Hasil kegiatan kemudian dievaluasi berdasarkan jumlah penonton, komentar positif, dan tingkat partisipasi audiens. DS, pengelola IT pesantren, menjelaskan, *“Kami buat kalender editorial dakwah. Setiap minggu ada tema, misalnya akhlak, sosial, atau kajian tafsir. Santri bergiliran jadi pembicara, lalu video disunting sebelum diunggah.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pola ini mencerminkan profesionalisme baru

dalam pengelolaan dakwah yang tidak hanya berorientasi pada isi, tetapi juga strategi komunikasi dan efektivitas penyampaian pesan.

Kyai YS sebagai pimpinan pesantren menilai pendekatan sistematis ini tidak mengurangi ruh spiritual dakwah, justru memperkuatnya. *“Kalau dakwah diatur dengan baik, maka setiap konten bisa lebih bermanfaat dan terarah. Yang penting tetap niatnya lillāh,”* ujarnya (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini menegaskan bahwa efisiensi manajerial dalam konteks pesantren tidak bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan, selama prinsip keikhlasan dan tanggung jawab sosial tetap dijaga (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

Sementara itu, Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menerapkan sistem evaluasi dakwah digital berbasis rubrik keilmuan. Setiap konten dakwah yang akan dipublikasikan harus melalui tahap verifikasi substansi oleh dewan ustadz. Mereka menilai keaslian sumber, validitas dalil, dan kesesuaian dengan nilai ajaran Persis. KH. HR menjelaskan, *“Kami ingin memastikan bahwa apa pun yang diunggah oleh santri mencerminkan prinsip dakwah bilm ‘ilm, bukan sekadar semangat.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini sejalan dengan karakter Persis yang menekankan integrasi antara rasionalitas dan ketaatan tekstual.

Selain evaluasi internal, pesantren ini juga menggunakan forum diskusi daring sebagai sarana pembinaan. Para santri diminta untuk menulis refleksi pribadi setelah mempublikasikan konten dakwah di blog atau media sosial pesantren. *“Kami belajar dari audiens. Kalau ada kritik, kami bahas dalam forum. Dari situ, santri memahami pentingnya mendengar umpan balik publik,”* tutur FS, santri tingkat akhir (Wawancara, September 2025). Praktik ini memperlihatkan proses pembelajaran berbasis refleksi, di mana santri tidak

hanya menjadi penyampai pesan tetapi juga pembelajar aktif dalam dunia komunikasi digital.

Sementara itu, Yaspida Sukabumi mengembangkan sistem manajemen dakwah berbasis komunitas. Mereka tidak menggunakan struktur formal seperti redaksi atau kurikulum tetap, melainkan membangun jaringan kolaboratif antara santri, guru, dan masyarakat. KH. MA menjelaskan, “*Kami ingin dakwah digital tumbuh alami. Santri bisa berkolaborasi dengan warga sekitar, bikin konten sederhana tapi relevan.*” (Wawancara, September 2025). Dengan sistem ini, dakwah digital menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di pesantren. Santri belajar berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan memahami konteks sosial tempat dakwah dijalankan.

Perbedaan sistem manajemen dakwah di tiga pesantren tersebut mencerminkan variasi pendekatan terhadap inovasi pendidikan. Al-Furqon mengadopsi model profesional berbasis target dan efisiensi; Persis mengedepankan ketepatan substansi dan verifikasi ilmiah; sedangkan Yaspida menekankan spontanitas sosial dan nilai kebersamaan. Jika dilihat melalui perspektif *Diffusion of Innovation* (Rogers 2003), ketiga pesantren ini berada pada tahap “decision–implementation,” di mana inovasi digital telah diterima dan mulai diterapkan dengan pola khas masing-masing.

*Figure 9 Yaspida Sukabumi mengembangkan sistem manajemen dakwah berbasis komunitas*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Adaptasi sistem pendidikan ini juga membawa implikasi pada hubungan antara kyai, santri, dan masyarakat. Peran kyai tidak lagi semata sebagai pemberi ilmu, tetapi juga sebagai fasilitator yang mengarahkan potensi santri untuk berinovasi. Santri menjadi aktor kreatif yang mampu menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan teknologi. Sedangkan masyarakat berperan sebagai audiens sekaligus pengawas moral terhadap isi dakwah pesantren. Dalam konteks ini, sistem manajemen dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai alat koordinasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan karakter dan tanggung jawab kolektif (Castells 2009b).

Kendati demikian, perubahan sistem ini tidak selalu berjalan mulus. Di beberapa pesantren, muncul kekhawatiran bahwa penerapan sistem manajemen yang terlalu teknis dapat menggeser nilai keikhlasan dakwah. Seorang ustadz di Persis Benda menyampaikan, “*Kalau semua diukur dari like dan view, takutnya dakwah jadi kompetisi, bukan ibadah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kekhawatiran ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara profesionalitas dan spiritualitas dalam manajemen dakwah digital.

Adaptasi sistem pendidikan dan manajemen dakwah di pesantren Jawa Barat memperlihatkan proses transformasi yang matang. Pesantren tidak hanya berupaya mengikuti arus digital, tetapi juga membangun mekanisme internal untuk menjaga substansi dakwah. Melalui kombinasi antara manajemen modern, etika keilmuan, dan nilai spiritual, pesantren berhasil menunjukkan bahwa dakwah digital bukan ancaman bagi tradisi, melainkan evolusi alami dari sistem pendidikan Islam yang terus hidup dan berkembang seiring zaman.

### **C. Transformasi Budaya Santri**

Transformasi digital di pesantren bukan hanya tentang teknologi dan kelembagaan, tetapi juga tentang perubahan pola pikir santri. Selama berabad-abad, posisi santri dalam sistem pesantren lebih banyak dipahami sebagai penerima ilmu. Mereka duduk, mendengarkan, mencatat, dan menaati arahan kyai. Struktur hubungan ini bersifat hierarkis dan menekankan adab serta kepatuhan. Namun, di era digital, peran santri mengalami pergeseran mendasar. Santri tidak lagi sekadar penerima ajaran, tetapi juga menjadi produsen pengetahuan dan pelaku aktif dalam penyebaran nilai keagamaan. Pergeseran ini menandai lahirnya *budaya kreatif santri* yang menggabungkan nilai tradisi dengan kemampuan inovatif di dunia digital (Wardani et al. 2022).

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, misalnya, banyak santri yang kini terlibat dalam produksi konten dakwah. Mereka membuat video kajian singkat, menulis artikel reflektif, dan mendesain poster digital bertema moralitas Islam. DS, pengelola media pesantren, mengatakan, “*Dulu kami hanya mengandalkan ustaz untuk ceramah. Sekarang santri ikut berkontribusi. Mereka belajar editing, voice-over, bahkan bikin narasi dakwah sendiri.*” (Wawancara, Agustus 2025). Perubahan ini bukan semata

akibat kemajuan teknologi, melainkan hasil dari proses pembinaan yang menanamkan kesadaran bahwa dakwah adalah tanggung jawab bersama.

Peran aktif santri ini menunjukkan munculnya paradigma baru dalam pendidikan pesantren. Santri tidak hanya dianggap sebagai subjek pembelajaran, tetapi juga mitra dalam pengembangan dakwah. Kyai YS menegaskan, *“Kami ingin santri menjadi agen dakwah yang kreatif. Mereka boleh berinovasi, asal tidak keluar dari nilai-nilai akhlak dan kebenaran ilmu.”* (Wawancara, September 2025). Pernyataan tersebut mencerminkan pergeseran otoritas yang lebih partisipatif. Dakwah digital memberi ruang bagi santri untuk mengekspresikan gagasan religius tanpa harus menunggu instruksi dari atas.

Salah satu contoh nyata transformasi ini terlihat dalam proyek *Santri Bicara Digital* di Al-Furqon. Program ini melatih santri untuk membuat video pendek berdurasi satu hingga dua menit berisi pesan moral dan ajaran Islam kontekstual. Konten yang dihasilkan kemudian dipublikasikan melalui media sosial pesantren dan ditinjau oleh tim pengajar. MY, santri yang aktif dalam program tersebut, menjelaskan, *“Awalnya kami gugup tampil di depan kamera, tapi lama-lama terbiasa. Sekarang saya merasa dakwah itu bukan hanya kewajiban ustadz, tapi juga kesempatan bagi kami untuk belajar menyampaikan kebaikan.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, semangat kreatif santri diarahkan melalui kegiatan literasi digital. Santri menulis artikel ilmiah dan opini keislaman di buletin pesantren. Mereka belajar menulis secara argumentatif dan faktual dengan tetap mengedepankan etika dakwah. KH. HR menuturkan, *“Kami tidak ingin santri hanya pandai bicara, tapi juga mampu menulis. Dakwah tulisan bisa lebih tahan lama daripada ceramah yang hilang begitu saja.”* (Wawancara, September 2025). Dengan pendekatan ini, dakwah

tidak hanya berkembang di ruang visual, tetapi juga dalam bentuk wacana intelektual yang bisa dikaji ulang.

Sementara itu, di Pesantren Yaspida Sukabumi, budaya kreatif santri tumbuh dari interaksi sosial yang akrab. Santri dilatih untuk membuat konten sederhana dari kegiatan sehari-hari—seperti gotong royong, belajar mengaji, atau membantu masyarakat sekitar. KH. MA mengatakan, “*Kami tidak menuntut hasil yang mewah. Yang penting, dakwah mereka tulus dan relevan. Kalau santri bisa membuat video tentang kepedulian sosial, itu juga bagian dari dakwah.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa kreativitas santri tidak selalu bergantung pada fasilitas modern, tetapi pada kemampuan untuk mengolah realitas sosial menjadi pesan moral yang menyentuh.

Fenomena “santri kreatif” ini memperlihatkan adanya *cultural shift* dalam ekosistem pesantren. Menurut teori *digital habitus* (Couldry 2012), keterlibatan individu dalam dunia digital membentuk pola baru dalam cara berpikir, berinteraksi, dan berekspresi. Santri yang terbiasa menggunakan teknologi kini mengembangkan gaya komunikasi religius yang lebih personal, visual, dan adaptif terhadap audiens muda. Mereka tidak lagi berbicara dengan bahasa dakwah klasik, melainkan dengan gaya yang dekat dengan keseharian masyarakat. Hal ini menandai pergeseran dari dakwah instruktif menjadi dakwah komunikatif—sebuah bentuk dakwah yang tumbuh dari partisipasi, bukan hierarki (Rogers 2003).

Namun, perubahan ini tidak bebas dari tantangan. Sebagian ustadz senior masih khawatir bahwa kebebasan berkreasi bisa membuat santri keluar dari disiplin keilmuan pesantren. Seorang guru Persis Benda mengaku, “*Kami tetap mengawasi isi konten santri, supaya jangan sampai salah tafsir atau menimbulkan kesalahpahaman.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kekhawatiran

ini wajar, mengingat pesantren selalu menjunjung ketelitian dalam memahami teks agama. Oleh karena itu, kreativitas santri diarahkan agar tetap selaras dengan adab keilmuan dan pengawasan kyai.

Transformasi dari santri pasif menjadi santri kreatif pada akhirnya memperlihatkan keseimbangan antara tradisi dan inovasi. Pesantren tidak kehilangan karakternya sebagai lembaga pengawal ilmu dan akhlak, tetapi juga membuka ruang bagi lahirnya generasi muda yang berani berinovasi dan beradaptasi dengan zaman. Dakwah digital memberi mereka ruang ekspresi yang luas sekaligus tanggung jawab moral yang besar. Di tangan para santri kreatif ini, nilai-nilai klasik pesantren tidak pudar, tetapi hidup kembali dengan wajah baru yang segar dan relevan bagi masyarakat digital.

Perubahan peran santri menjadi kreator dakwah digital membawa dampak besar terhadap cara mereka memahami etika dan spiritualitas. Dunia digital memberi ruang kebebasan berekspresi yang luas, namun juga menghadirkan tantangan moral yang tidak kecil. Santri dihadapkan pada situasi baru di mana setiap kata, gambar, dan video yang mereka unggah berpotensi menjadi dakwah—atau sebaliknya, justru menimbulkan fitnah. Dalam konteks ini, pesantren tidak hanya menekankan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran etis agar santri mampu berdakwah dengan tanggung jawab spiritual (M. Huda and Obianto 2025).

Kyai YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menegaskan, *“Kita boleh pakai teknologi apa pun untuk dakwah, tapi niatnya jangan berubah. Dakwah itu bukan untuk populer, tapi untuk menebar manfaat.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pandangan ini memperlihatkan bahwa spiritualitas dakwah digital harus berakar pada nilai *ikhlas lillāh*—niat murni karena Allah semata. Dalam sistem pendidikan pesantren, niat menjadi dasar setiap amal, dan nilai itu kini diterjemahkan dalam konteks digital:

menggunakan media bukan untuk mengejar jumlah penonton, tetapi untuk menyebarkan kebenaran dengan adab.

Kesadaran ini ditanamkan melalui pembinaan rutin di pesantren. Di Al-Furqon, setiap kali santri akan mempublikasikan konten, mereka diminta untuk membaca doa dan muhasabah singkat. DS, pengelola IT pesantren, menjelaskan, *“Kami biasakan santri berdoa sebelum upload, supaya mereka ingat bahwa apa yang diunggah akan dipertanggungjawabkan.”* (Wawancara, September 2025). Pembiasaan sederhana ini menjadi bentuk kontrol moral yang efektif. Ia mengingatkan santri bahwa aktivitas digital pun merupakan bagian dari amal yang dinilai secara spiritual.

Sementara itu, di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, etika dakwah digital dirumuskan dalam pedoman tertulis. Tim literasi pesantren membuat *kode etik santri digital* yang berisi prinsip kejujuran, kehati-hatian dalam menulis dalil, dan larangan menyebarkan informasi yang belum diverifikasi. KH. HR menjelaskan, *“Kami ingin santri sadar bahwa setiap unggahan adalah tanggung jawab ilmiah. Kalau salah menafsirkan ayat, bisa menyesatkan orang.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini mencerminkan warisan intelektual Persis yang menekankan dakwah berbasis ilmu dan akurasi. Dalam konteks dunia digital yang penuh disinformasi, kode etik semacam ini menjadi bentuk *spiritual discipline* yang melatih santri untuk berhati-hati dalam berdakwah.

Berbeda dengan dua pesantren di atas, Yaspida Sukabumi mengembangkan pembinaan etika dan spiritualitas digital melalui pendekatan kultural. KH. MA menjelaskan, *“Kami ajarkan santri untuk menanamkan rasa malu dan tanggung jawab. Dunia maya itu seperti pasar besar—kalau tidak jaga adab, bisa tersesat.”* (Wawancara, September 2025). Setiap pekan, para santri mengikuti forum *halaqah adab digital*, di mana mereka berdiskusi

tentang kasus nyata, seperti ujaran kebencian, hoaks, atau perdebatan agama di media sosial. Dalam forum ini, santri diajak memahami bahwa menjaga adab di dunia maya sama-sama pentingnya dengan menjaga adab di dunia nyata (Azra 2020).

Pembentukan etika digital juga menciptakan refleksi spiritual baru di kalangan santri. MY, santri Al-Furqon, menceritakan pengalamannya, “*Saya pernah bikin video yang niatnya lucu tapi malah disalahpahami. Sejak itu saya lebih hati-hati dan selalu niatkan setiap postingan untuk dakwah, bukan untuk hiburan.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pengalaman seperti ini menjadi bagian dari proses pembelajaran spiritual yang otentik. Santri belajar bahwa kesalahan dalam ruang digital bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga ujian moral yang mengajarkan kedewasaan.

Dalam kerangka teori *media ethics in religious communication* (Ess 2013), etika dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan aturan moral eksternal, tetapi juga kesadaran batin untuk bertanggung jawab terhadap dampak pesan. Santri yang berperan sebagai komunikator agama perlu memahami bahwa setiap tindakan digitalnya memiliki dimensi etis dan teologis. Di sinilah letak pentingnya spiritualitas digital: kemampuan untuk menghadirkan kesadaran ketuhanan di ruang virtual. Dakwah digital yang beradab dan bermakna lahir dari keseimbangan antara niat ikhlas, ilmu yang benar, dan cara penyampaian yang santun.

Di sisi lain, proses pembentukan spiritualitas digital juga memperluas makna ibadah bagi santri. Kegiatan seperti membuat konten, mengedit video, atau menulis artikel tidak lagi dianggap sekadar keterampilan duniawi, tetapi juga bagian dari amal shaleh. FS, santri Persis Benda, menyebut, “*Kalau niatnya benar, edit video pun bisa jadi ibadah. Kami belajar bahwa dakwah tidak harus di mimbar, bisa juga lewat laptop.*” (Wawancara, September

2025). Kesadaran semacam ini menunjukkan integrasi antara nilai spiritual dan aktivitas teknologi, di mana ruang digital menjadi ladang amal baru bagi generasi santri (Rogers 2003).

Pembentukan etika dan spiritualitas digital di pesantren pada akhirnya memperlihatkan bahwa dakwah bukan sekadar soal pesan yang disampaikan, tetapi juga soal karakter penyampainya. Santri yang kreatif tidak cukup hanya terampil, tetapi juga harus memiliki kesadaran moral yang matang. Pesantren menjadi ruang penting untuk menanamkan nilai-nilai ini agar santri dapat berperan sebagai duta dakwah yang cerdas, beradab, dan berjiwa spiritual di tengah derasnya arus digitalisasi. Dengan demikian, dakwah pesantren tidak kehilangan ruhnya, melainkan justru menemukan bentuk spiritualitas baru yang tumbuh dari refleksi, tanggung jawab, dan niat yang tulus di ruang maya.

#### **D. Dinamika Adaptasi di Tiga Pesantren**

Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjadi contoh menarik dari bagaimana lembaga pendidikan Islam modern merespons tantangan digital dengan cara yang progresif namun tetap berakar pada nilai-nilai ideologis Muhammadiyah. Sejak 2020, pesantren ini menegaskan komitmennya untuk mengembangkan model dakwah berbasis teknologi informasi. Mereka tidak hanya memanfaatkan media sosial untuk publikasi kegiatan, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian integral dari sistem pendidikan dan dakwah santri (Pratama et al. 2024).

Kyai YS, pimpinan pesantren, menjelaskan bahwa transformasi digital Al-Furqon berangkat dari kesadaran teologis dan pragmatis. *“Kami melihat dunia digital bukan ancaman, tapi sarana baru untuk berdakwah. Tantangannya hanya bagaimana menjaga substansi dakwah agar tetap sesuai dengan nilai Islam.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pandangan ini menunjukkan keseimbangan antara *ijtihad dakwah* dan sikap adaptif terhadap

perubahan zaman. Bagi YS, teknologi hanyalah alat; esensinya tetap pada niat dan pesan dakwah itu sendiri.

Langkah awal adaptasi Al-Furqon dimulai dengan pendirian *Pusat Dakwah Digital Muhammadiyah Garut* pada awal 2022. Unit ini berfungsi sebagai laboratorium media dakwah bagi santri. Mereka diajarkan cara membuat konten video, mengelola podcast, dan menulis naskah kajian singkat. DS, pengelola IT pesantren, menjelaskan, “*Kami melatih santri untuk berdakwah lewat berbagai media. Ada yang jadi editor video, ada yang bikin desain, dan ada juga yang jadi narator. Semua berkontribusi sesuai bakatnya.*” (Wawancara, September 2025).

Model ini mencerminkan gagasan *distributed learning system*, di mana pembelajaran dan dakwah tidak lagi terpusat pada figur kyai, tetapi tersebar ke seluruh elemen pesantren (Siagian and Nasution 2023). Santri menjadi subjek aktif dalam produksi dan distribusi pengetahuan agama. Kegiatan dakwah yang dulunya hanya berlangsung di majelis taklim kini diperluas ke kanal YouTube, Instagram, dan TikTok pesantren. Menariknya, beberapa video pendek santri bahkan berhasil menarik perhatian masyarakat luas dengan pesan moral yang sederhana namun reflektif, seperti kampanye “Dakwah Satu Menit” dan “Ngaji dari Pesantren.”

Kegiatan digitalisasi ini juga menimbulkan perubahan kultural di lingkungan pesantren. Aktivitas santri tidak lagi terbatas pada belajar kitab, tetapi juga mengelola media dan merancang narasi dakwah yang relevan. MY, salah satu santri aktif, menuturkan, “*Kalau dulu kami hanya mendengarkan pengajian, sekarang kami juga bikin konten yang mengajak teman-teman untuk hijrah. Jadi dakwah itu bukan cuma didengar, tapi dikerjakan bareng.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pengalaman ini menumbuhkan rasa kepemilikan

terhadap dakwah—sesuatu yang sebelumnya dianggap domain eksklusif ustadz atau kyai.

Meski begitu, Al-Furqon tetap berhati-hati dalam menjaga kemurnian pesan dakwah. Setiap konten yang dipublikasikan harus melewati proses penyuntingan dan verifikasi oleh tim pengajar. KH. YS menegaskan, “*Santri boleh kreatif, tapi tidak boleh sembarangan. Dakwah tetap harus berdasar ilmu dan adab.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini menunjukkan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab keilmuan—dua nilai yang menjadi ciri khas pendidikan Muhammadiyah.

Secara struktural, sistem adaptasi Al-Furqon dibangun melalui tiga pilar utama: (1) *edukasi digital berbasis dakwah*, (2) *literasi media santri*, dan (3) *penguatan nilai akhlak digital*. Pilar pertama berfokus pada pelatihan teknis dan teologis; santri belajar memahami cara kerja algoritma media sosial, strategi publikasi, hingga etika berdakwah di ruang digital. Pilar kedua menekankan pentingnya literasi kritis agar santri tidak mudah terjebak dalam konten hoaks atau ujaran kebencian. Sementara pilar ketiga memperkuat dimensi moral, di mana setiap kegiatan digital diawali dengan niat ibadah dan diakhiri dengan refleksi spiritual (Faridah 2025).

Dari sisi kelembagaan, Al-Furqon juga melakukan reposisi peran guru dan pengasuh. Para ustadz senior yang sebelumnya kurang akrab dengan teknologi diberi pendampingan oleh santri muda yang lebih digital-savvy. Kolaborasi lintas generasi ini menciptakan suasana saling belajar. “*Saya sering dibantu santri kalau mau kirim materi dakwah lewat media. Tapi saya juga mengingatkan mereka tentang batas-batas etika,*” kata HR, salah satu ustadz senior (Wawancara, Agustus 2025). Interaksi ini mencerminkan bentuk *reciprocal learning* antara pengalaman spiritual dan kemampuan teknis yang menjadi kekuatan khas pesantren.

Dalam konteks teori *organizational change* (Senge 1990), pola adaptasi Al-Furqon bisa disebut sebagai *transformasi sinergis*, di mana inovasi digital tidak menggantikan sistem lama, tetapi memperkaya tradisi dakwah dengan cara baru. Pesantren ini tidak kehilangan karakter keilmuannya, melainkan memperluas maknanya ke ruang digital. Dakwah yang dulunya terbatas pada lingkup lokal kini meluas ke audiens nasional, bahkan global. Beberapa konten dakwah Al-Furqon yang diunggah ke YouTube mendapatkan komentar dari diaspora Indonesia di luar negeri—menandakan bahwa pesantren kini telah menjadi bagian dari jaringan global Islam digital.

Namun, keberhasilan ini juga menghadirkan tantangan baru. Peningkatan eksposur publik membuat pesantren harus lebih cermat dalam menjaga reputasi. DS mengakui, “*Kalau ada satu saja konten yang menyinggung, efeknya bisa besar. Jadi kami selalu hati-hati dan diskusi dulu sebelum upload.*” (Wawancara, September 2025). Tantangan semacam ini memperlihatkan bahwa adaptasi digital tidak hanya soal kemampuan teknis, tetapi juga manajemen risiko dan komunikasi publik.

Pola adaptasi Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menunjukkan model dakwah digital yang berimbang antara inovasi dan otentisitas. Teknologi dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dakwah tanpa mengorbankan nilai keikhlasan dan disiplin ilmu. Dengan strategi ini, Al-Furqon berhasil menempatkan diri sebagai representasi pesantren modern yang cerdas, religius, dan relevan di tengah perubahan sosial yang cepat. Dakwah mereka tidak lagi terikat ruang dan waktu, tetapi bertransformasi menjadi gerakan spiritual yang hidup di dunia digital.

Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang memadukan tradisi intelektual tajdid (*pembaharuan*) dengan sistem dakwah berbasis rasionalitas dan disiplin ilmu. Sebagai bagian

dari jaringan Persatuan Islam, pesantren ini dikenal memiliki karakter keilmuan yang kuat, berpijak pada pemurnian akidah dan semangat *bil-‘ilm wa al-hujjah*—berdakwah dengan ilmu dan argumentasi. Ketika memasuki era digital, karakter epistemologis ini menjadi fondasi utama dalam membangun strategi dakwah yang adaptif dan terarah. KH. HR, pimpinan pesantren, menegaskan, “*Kami tidak menolak digitalisasi, tapi kami menolak kesembronoan. Dakwah di media harus tetap berbasis ilmu.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Transformasi digital di Pesantren Persis 67 dimulai sekitar tahun 2021, ketika pandemi COVID-19 mempercepat kebutuhan akan pembelajaran daring. Dari sinilah muncul kesadaran bahwa media digital bukan sekadar alat komunikasi sementara, tetapi ruang baru bagi dakwah intelektual. Sejak itu, pesantren mulai mengembangkan berbagai platform dakwah digital seperti kanal YouTube “Persis Talks”, podcast “Ngaji Rasional”, serta blog santri yang berisi tulisan reflektif dan argumentatif tentang keislaman kontemporer. FS, santri tingkat akhir, menjelaskan, “*Kami diajarkan menulis dan berbicara di depan kamera, tapi yang paling penting adalah berpikir sebelum berbicara.*” (Wawancara, September 2025).

Pendekatan ini berbeda dari pesantren lain yang menekankan aspek kreativitas visual. Di Persis 67, substansi menjadi prioritas utama. Setiap konten dakwah harus melalui proses verifikasi akademik sebelum disebarluaskan. DS, anggota tim redaksi pesantren, mengatakan, “*Ada tiga tahap sebelum upload: review isi, koreksi bahasa, dan validasi sumber dalil. Ini seperti jurnal ilmiah kecil.*” (Wawancara, Agustus 2025). Prosedur ini mencerminkan semangat *ijtihad kolektif*, di mana dakwah digital tidak dijalankan secara impulsif, melainkan melalui proses intelektual yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam konteks kurikulum, pesantren ini mengintegrasikan mata pelajaran *Jurnalistik Dakwah*, *Logika Islam*, dan *Etika Media* ke dalam program pembelajaran sejak 2022. Langkah ini merupakan bagian dari strategi internalisasi nilai *tafaqquh fi al-din* (pendalaman ilmu agama) yang disesuaikan dengan kebutuhan zaman. KH. HR menjelaskan, “*Kami ingin santri tidak hanya paham dalil, tapi juga paham konteks dan cara menyampaikannya di dunia digital.*” (Wawancara, September 2025). Dengan demikian, pendidikan dakwah di Persis 67 tidak hanya fokus pada isi, tetapi juga pada strategi komunikasi berbasis akal sehat dan kearifan moral.

Kegiatan dakwah digital di pesantren ini tidak terlepas dari pendekatan *learning by doing*. Santri diminta untuk membuat proyek dakwah tematik, seperti “Sains dan Tauhid”, “Islam dan Literasi”, atau “Etika Sosial dalam Era Media.” Setiap proyek dikaji bersama guru pembimbing dan dipublikasikan di laman pesantren. FS menuturkan, “Kami belajar dari umpan balik audiens. Kalau ada komentar kritis, kamijadikan bahan evaluasi.” (Wawancara, September 2025). Proses ini membentuk budaya diskusi yang sehat dan kritis di kalangan santri, sesuatu yang menjadi ciri khas gerakan Persis sejak awal abad ke-20 (Azra 2020).

Selain pembelajaran, adaptasi digital juga terlihat dalam pengelolaan kelembagaan. Pesantren Persis 67 membentuk *Majelis Dakwah dan Informasi Digital* yang terdiri dari santri senior dan alumni muda. Majelis ini bertugas merancang tema dakwah mingguan, mengelola konten media sosial, serta melakukan riset kecil tentang tren keagamaan di kalangan remaja. Menurut HR, “*Kami tidak mau dakwah kami terputus dari realitas. Karena itu, kami riset dulu: isu apa yang sedang ramai, dan bagaimana cara Islam menjawabnya.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan berbasis riset ini

membuat dakwah Persis lebih responsif terhadap isu kontemporer, seperti toleransi, lingkungan, dan etika media sosial.

Dalam perspektif *digital religion* (H Campbell 2013), apa yang dilakukan Persis 67 Benda merupakan bentuk *religious rationalization*—proses ketika nilai-nilai agama diterjemahkan ke dalam logika sistem digital tanpa kehilangan substansi spiritualnya. Pesantren ini tidak sekadar mengikuti arus teknologi, tetapi melakukan reinterpretasi terhadap prinsip dakwah agar tetap kompatibel dengan media baru. Dengan cara ini, digitalisasi menjadi sarana pemurnian, bukan sekularisasi dakwah.

Namun, sistem adaptasi rasional ini tidak berarti tanpa hambatan. Tantangan utama datang dari kesenjangan kemampuan digital di kalangan ustaz senior. Beberapa guru masih memandang teknologi dengan curiga karena khawatir mengaburkan keaslian tradisi dakwah. Salah seorang pengajar, berinisial AN, mengakui, “*Kami harus menyesuaikan diri. Tapi kalau dakwahnya viral tanpa kedalaman, itu juga bahaya.*” (Wawancara, September 2025). Oleh karena itu, pesantren mengadakan pelatihan khusus untuk guru agar mampu memahami fungsi dan etika teknologi, bukan hanya aspek teknisnya.

Keunikan lain dari Pesantren Persis 67 adalah penerapan *peer review dakwah*. Setiap santri yang membuat konten harus menyerahkan draft-nya untuk dikritisi oleh teman sejawat. Tujuannya bukan untuk mencari kesalahan, melainkan menumbuhkan budaya ilmiah dan sikap terbuka terhadap kritik. “*Kalau kita salah tafsir, teman yang lain bisa bantu koreksi. Jadi dakwahnya tidak jadi milik pribadi, tapi milik jamaah,*” ujar FS (Wawancara, September 2025). Mekanisme ini memperkuat semangat kolektif dan menghindarkan dakwah dari ego personal.

Secara konseptual, pola adaptasi Persis 67 dapat dipahami melalui kerangka *epistemic governance* (Pihlström 2023), di mana otoritas keilmuan menjadi dasar dalam mengatur narasi publik agama. Pesantren ini berhasil menjaga keseimbangan antara otoritas tradisional dan inovasi digital dengan menjadikan ilmu sebagai penentu utama. Dakwah digital di tangan mereka menjadi ruang dialog yang rasional dan beradab, bukan arena provokasi atau sensasionalisme.

Pada akhirnya, adaptasi digital di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya mencerminkan model *intellectual digital pesantren*—yakni dakwah berbasis ilmu, disiplin, dan akhlak. Mereka menunjukkan bahwa modernitas tidak harus berarti kehilangan spiritualitas, dan teknologi tidak harus berlawanan dengan agama. Dengan komitmen pada rasionalitas Islam dan pembaruan yang berakar pada tradisi, Persis 67 berhasil menjadi contoh pesantren yang mampu menjembatani antara teks dan konteks, antara nilai klasik dan tuntutan era digital.

Pesantren Yaspida Sukabumi memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dua pesantren sebelumnya. Sebagai pesantren yang tumbuh dari tradisi Nahdlatul Ulama (NU), Yaspida menampilkan corak dakwah yang lebih kultural, partisipatif, dan berbasis pengalaman sosial. Jika Pesantren Al-Furqon menonjolkan modernitas dan Persis 67 menekankan rasionalitas, maka Yaspida membangun kekuatan adaptasinya pada nilai kebersamaan dan kebermaknaan sosial. Bagi mereka, dakwah bukan sekadar penyebaran pesan agama, tetapi juga proses membangun kesadaran sosial dan spiritual masyarakat melalui pendekatan yang humanis (Azra 2020).

KH. MA, pimpinan Yaspida, menegaskan bahwa pesantren ini tidak terburu-buru dalam mengadopsi digitalisasi. “*Kami tidak mau latah ikut tren. Teknologi itu penting, tapi yang lebih penting adalah hati dan niatnya. Kalau*

*dakwah digital membuat kita lupa pada akhlak, berarti ada yang salah,*” ujarnya (Wawancara, Agustus 2025). Prinsip ini menunjukkan bahwa Yaspida menempatkan digitalisasi sebagai sarana pendukung, bukan tujuan utama. Dakwah tetap berpijakan pada nilai *tawassuth* (moderat), *tasamuh* (toleran), dan *ta’adul* (berimbang)—tiga prinsip besar dalam tradisi keagamaan NU (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

Adaptasi digital Yaspida dimulai secara organik sejak 2022. Bukan dengan mendirikan unit media formal, tetapi dengan mendorong santri dan alumni muda untuk aktif di media sosial. Mereka membuat konten sederhana seperti dokumentasi kegiatan, video refleksi, dan testimoni masyarakat tentang manfaat program pesantren. MA menjelaskan, “*Kami biarkan santri belajar dari pengalaman. Mereka pegang HP, bikin video, lalu kita diskusikan bareng. Dari situ muncul kesadaran bahwa dakwah digital juga butuh adab.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini mencerminkan pola pembelajaran *experiential learning*, di mana pengalaman langsung menjadi sarana utama pembentukan sikap dan nilai.

Berbeda dari Al-Furqon dan Persis yang menekankan sistem dan struktur, Yaspida justru mengandalkan relasi sosial dan kedekatan emosional. Dakwah digital mereka sering kali lahir dari kegiatan nyata di lapangan—seperti bakti sosial, pengajian kampung, atau pelatihan kewirausahaan. Santri diajak merekam kegiatan tersebut dan menarasikannya dengan gaya sederhana, menggunakan bahasa Sunda atau Indonesia sehari-hari. HR, salah satu santri Yaspida, mengatakan, “*Kami nggak bikin dakwah yang berat-berat. Yang penting masyarakat ngerti dan merasa dekat. Dakwah itu soal rasa.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini berhasil menjaga hubungan pesantren dengan masyarakat sekitar, sambil memperkenalkan nilai-nilai keislaman secara halus dan kontekstual.

Dari sisi kelembagaan, Yaspida tidak memiliki struktur formal seperti “divisi media”, tetapi membentuk komunitas *Santri Nyunda Digital*—sebuah gerakan sosial yang menekankan pelestarian budaya lokal sebagai bagian dari dakwah. Mereka memproduksi konten-konten berbahasa Sunda yang berisi pesan moral, doa harian, dan petuah kyai lokal. MA menjelaskan, “*Bahasa daerah itu jembatan spiritual. Kalau masyarakat mendengar bahasa sendiri, pesan dakwah lebih cepat masuk ke hati.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini memperlihatkan sinergi antara kearifan lokal dan teknologi modern dalam membangun model dakwah digital berbasis identitas budaya.

Menariknya, proses adaptasi Yaspida juga melibatkan komunitas masyarakat. Alumni pesantren, tokoh desa, dan bahkan pelaku seni lokal ikut berpartisipasi dalam kegiatan dakwah digital. Mereka membuat program *Ngaji di Kampung* yang disiarkan secara langsung melalui platform Facebook dan YouTube. Kegiatan ini disambut positif oleh masyarakat karena menggabungkan unsur hiburan dan edukasi. Salah seorang warga, DS, mengaku, “*Dulu saya jarang ikut pengajian, tapi kalau nonton ‘Ngaji di Kampung’ di HP, saya bisa sambil kerja di sawah.*” (Wawancara, September 2025). Hal ini menunjukkan bahwa Yaspida memahami konteks sosial masyarakatnya dan menyesuaikan strategi dakwah agar tetap membumi.

Dalam konteks teori *glocalization* (Featherstone, Robertson, and Lash 1995), pola adaptasi Yaspida dapat dipahami sebagai upaya menggabungkan nilai global dan lokal secara harmonis. Pesantren ini tidak menolak kemajuan digital, tetapi menyesuaikannya dengan kebutuhan dan karakter masyarakat Sukabumi yang religius dan komunal. Dakwah digital di Yaspida bukan proyek modernisasi yang memutus akar tradisi, melainkan proses *retradisionalisasi digital*—yakni menghidupkan kembali nilai-nilai lokal melalui sarana modern.

Namun, pendekatan kultural ini juga memiliki tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan fasilitas dan sumber daya manusia. Tidak semua santri memiliki perangkat yang memadai, dan sebagian ustadz belum sepenuhnya memahami teknologi digital. HR, salah satu pengasuh muda, mengakui, *“Kita masih terbatas alat, tapi semangatnya besar. Kadang santri pakai HP bergantian, yang penting konten dakwah tetap jalan.”* (Wawancara, Agustus 2025). Situasi ini menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah di Yaspida lebih bersifat *bottom-up*—berangkat dari inisiatif individu dan komunitas, bukan kebijakan struktural.

Kendati demikian, justru di sinilah letak kekuatan Yaspida. Adaptasi yang lahir dari akar sosial menghasilkan dakwah yang autentik dan relevan dengan kehidupan masyarakat. Setiap konten yang dibuat tidak hanya memuat pesan agama, tetapi juga pengalaman hidup, kerja keras, dan nilai solidaritas warga. Ini membuat dakwah digital Yaspida memiliki kedekatan emosional yang tinggi dengan audiensnya. Seperti diungkapkan MA, *“Kalau dakwah terasa dari hati, meski gambarnya sederhana, tetap sampai ke hati orang lain.”* (Wawancara, September 2025).

Pola adaptasi Pesantren Yaspida Sukabumi menggambarkan model *cultural-based digital dakwah*—sebuah strategi yang memadukan teknologi dengan nilai tradisi dan kebersamaan sosial. Yaspida menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan media, tetapi juga oleh kedalaman makna dan kehangatan hubungan manusia. Dalam konteks ini, pesantren menjadi ruang pertemuan antara spiritualitas, budaya, dan teknologi—tempat di mana nilai-nilai lama tidak digantikan, tetapi justru diperkuat untuk menjawab tantangan zaman.

Transformasi dakwah di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Pesantren Yaspida Sukabumi

memperlihatkan tiga pola adaptasi yang berbeda namun saling melengkapi. Ketiganya merepresentasikan corak keberagamaan di Jawa Barat yang dinamis—menggabungkan modernitas, rasionalitas, dan kulturalitas dalam satu lanskap dakwah digital. Dengan memeriksa kesamaan dan perbedaan pola tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah digital pesantren bukan sekadar fenomena teknologis, tetapi juga ekspresi dari cara setiap lembaga menafsirkan nilai keislaman dan menjawab tantangan zaman (Azra 2020).

Secara konseptual, ketiga pesantren berangkat dari motivasi yang sama: memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat relevansi pesan Islam di tengah masyarakat digital. Namun, perbedaan muncul dalam cara mereka mengartikulasikan misi tersebut. Al-Furqon menonjol dengan model *teknologis-progresif*, Persis 67 mengembangkan pendekatan *rasional-ilmiah*, sementara Yaspida memilih jalur *kultural-partisipatif*. Ketiganya menunjukkan bahwa adaptasi digital bukan proses seragam, melainkan hasil dari dialektika antara nilai ideologis, struktur kelembagaan, dan konteks sosial masing-masing pesantren (Pratama et al. 2024).

Pada tingkat kelembagaan, Al-Furqon bergerak cepat dengan membentuk unit media dan pusat dakwah digital. Struktur ini membuat proses adaptasi berlangsung secara sistematis, dengan pembagian peran yang jelas antara santri, guru, dan tim redaksi. Pendekatan ini menghasilkan model dakwah yang terencana, berorientasi hasil, dan profesional. Sementara itu, Persis 67 menekankan pentingnya integrasi keilmuan dan validitas epistemik. Mereka membangun mekanisme verifikasi dan *peer review* untuk memastikan setiap konten memiliki landasan ilmiah yang kuat. Berbeda dari keduanya, Yaspida lebih mengandalkan spontanitas sosial. Dakwah digitalnya tumbuh dari kegiatan sehari-hari, bukan kebijakan institusional, dan menyatu dengan praktik kebudayaan masyarakat Sukabumi.

Kyai YS dari Al-Furqon menyebut pendekatan ini sebagai “ijtihad modern pesantren”—yakni upaya menjawab perubahan dengan kreativitas tanpa meninggalkan nilai dasar. “Kami tidak ingin pesantren tertinggal. Tapi teknologi itu alat, bukan tujuan. Tujuan kami tetap dakwah yang menyegarkan.” (Wawancara, September 2025). Sebaliknya, KH. HR dari Persis 67 melihat digitalisasi sebagai ruang baru untuk memperkuat argumentasi keislaman. *“Media itu medan baru. Tapi kalau tanpa ilmu, kita bisa tersesat di dalamnya.”* (Wawancara, Agustus 2025). Sedangkan KH. MA dari Yaspida menekankan sisi sosial dari dakwah digital: *“Kami ingin masyarakat merasa dekat dengan pesantren, bukan merasa diadili oleh pesan dakwah.”* (Wawancara, September 2025).

Jika dibandingkan berdasarkan dimensi epistemologis, ketiga pesantren ini memperlihatkan tiga corak pengetahuan dalam dakwah digital. Al-Furqon menampilkan pola *teknokratik*, di mana efisiensi, manajemen, dan inovasi teknologi menjadi bagian dari struktur pengetahuan dakwah. Persis 67 mewakili pola *epistemik-argumentatif*, dengan penekanan pada logika, disiplin ilmu, dan otoritas keilmuan. Sedangkan Yaspida menonjolkan pola *empatik-sosiodikultural*, dengan fokus pada relasi emosional dan kedekatan sosial sebagai sarana penyampaian pesan agama (H Campbell 2013). Perbedaan ini sekaligus menggambarkan keragaman wajah Islam di Jawa Barat: rasional di utara, modern di tengah, dan kultural di selatan.

Dalam konteks pembelajaran santri, perbedaan tersebut menghasilkan orientasi yang unik. Santri Al-Furqon lebih terbiasa berpikir kreatif dan produktif melalui proyek-proyek media. Mereka memiliki mentalitas “pembuat” (creator) yang selaras dengan etos dakwah modern Muhammadiyah. Santri Persis 67 tumbuh sebagai *pemikir dakwah*, dengan kecakapan analitis dan kemampuan berpolemik yang kuat. Sementara santri

Yaspida lebih menonjol dalam *empati sosial*—mereka belajar menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam hubungan kemanusiaan sehari-hari. MY, santri Al-Furqon, menggambarkannya dengan lugas: “*Kalau di sini, dakwah itu bukan hanya bicara benar atau salah, tapi juga soal bagaimana kita hadir di tengah masyarakat.*” (Wawancara, September 2025).

Dari sisi relasi kyai-santri, pergeseran pola kepemimpinan juga tampak jelas. Di Al-Furqon, kyai berperan sebagai mentor yang memberi ruang inovasi. Di Persis 67, kyai tetap menjadi penjaga otoritas ilmu, memastikan dakwah digital tidak kehilangan kedalaman. Sementara di Yaspida, peran kyai lebih sebagai figur moral yang menjaga harmoni sosial dan spiritual. Perbedaan gaya kepemimpinan ini menegaskan bahwa adaptasi digital bukan hanya soal teknologi, tetapi juga soal bagaimana otoritas religius diterjemahkan dalam konteks baru (Castells 2009b).

Secara umum, komparasi ketiga pesantren menunjukkan tiga strategi besar dakwah digital pesantren di Jawa Barat:

- a. Transformasi Struktural (Al-Furqon)—menata sistem, membangun infrastruktur, dan menciptakan model dakwah profesional.
- b. Transformasi Epistemik (Persis 67)—menguatkan basis ilmu, verifikasi, dan rasionalitas dalam setiap konten dakwah.
- c. Transformasi Sosial-Kultural (Yaspida)—memperluas dakwah ke ruang sosial, memadukan budaya lokal dengan pesan keagamaan.

Ketiganya memiliki kesamaan visi, yaitu menjadikan dakwah lebih terbuka, kontekstual, dan relevan di era digital. Namun, cara mereka mencapainya ditentukan oleh tradisi, ideologi, dan habitus pesantrennya masing-masing. Dalam teori *religious adaptation* (Campbell and Evolvi 2020), fenomena ini disebut sebagai “diversifikasi spiritual,” di mana

lembaga-lembaga keagamaan mengembangkan strategi berbeda untuk mempertahankan relevansi tanpa kehilangan otentisitas.

Dengan demikian, perbandingan antara Al-Furqon, Persis 67, dan Yaspida memperlihatkan bahwa dakwah digital di pesantren Jawa Barat bukan sekadar respons pragmatis terhadap modernitas, tetapi juga bentuk *ijtihad sosial*. Pesantren membuktikan bahwa mereka mampu bertransformasi tanpa tercerabut dari akar nilai-nilai keislaman. Teknologi dijadikan media penguatan dakwah, bukan pengganti spiritualitas. Dari titik ini, terlihat jelas bahwa wajah Islam pesantren Jawa Barat di era digital bukan monolitik, tetapi plural, reflektif, dan dialogis—mewakili perpaduan unik antara tradisi, ilmu, dan kebudayaan.

Perubahan paradigma dakwah di pesantren-pesantren Jawa Barat menunjukkan dinamika yang jauh lebih kompleks daripada sekadar digitalisasi teknis. Ketika Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi beradaptasi dengan era digital, yang sebenarnya terjadi adalah transformasi epistemologis dan kultural: pesantren menafsirkan ulang makna dakwah dalam konteks masyarakat jaringan (*network society*) yang digambarkan oleh Castells (2009). Dengan kata lain, digitalisasi bukan hanya membawa alat baru, tetapi membentuk ulang cara berpikir, berkomunikasi, dan beragama di kalangan santri dan kyai (Castells 2009b).

Model dakwah pesantren yang terbentuk di era ini bisa dipahami sebagai hasil dari tiga proses utama: reformulasi nilai, reorganisasi kelembagaan, dan rekonstruksi interaksi sosial. Ketiga proses ini tidak berjalan linear, tetapi saling berkelindan membentuk ekosistem dakwah digital yang khas. Reformulasi nilai terlihat dari upaya pesantren untuk mengontekstualisasikan ajaran Islam dengan tantangan zaman. Reorganisasi

kelembagaan tampak dari perubahan struktur dan sistem manajemen dakwah. Sementara rekonstruksi interaksi sosial tercermin dari hubungan baru antara kyai, santri, dan masyarakat yang kini diperantara oleh media digital.

Dalam dimensi reformulasi nilai, pesantren tidak meninggalkan prinsip-prinsip tradisional, melainkan menafsirkannya kembali dalam konteks digital. Misalnya, konsep *ikhlas* kini diterjemahkan sebagai komitmen etis dalam bermedia; *tabligh* dipahami bukan sekadar menyampaikan, tetapi juga mendialogkan pesan agama secara interaktif; dan *akhlaq al-karimah* menjadi pedoman etika digital bagi santri. KH. YS dari Al-Furqon menegaskan, “*Kami ingin santri paham bahwa dakwah bukan untuk mencari viralitas, tapi untuk menjaga martabat Islam.*” (Wawancara, Agustus 2025). Reformulasi ini memungkinkan pesantren mempertahankan spiritualitasnya sembari membuka diri terhadap kemajuan teknologi (A. ihsan H. Huda and Obianto 2025).

Pada level reorganisasi kelembagaan, digitalisasi memaksa pesantren untuk menata ulang tata kelola dakwahnya. Al-Furqon membentuk pusat media dan sistem evaluasi konten, Persis 67 menerapkan mekanisme *peer review* dan kajian ilmiah, sedangkan Yaspida mengembangkan komunitas dakwah berbasis masyarakat. Tiga model ini, meski berbeda, menunjukkan pola adaptasi struktural yang berorientasi pada kolaborasi dan desentralisasi. Santri tidak lagi sekadar pelaksana, tetapi juga perancang dan penggerak dakwah. KH. HR dari Persis menilai, “*Dakwah di era digital harus berbasis sistem. Kalau tidak diatur, bisa kehilangan arah.*” (Wawancara, September 2025). Pandangan ini sejalan dengan teori *learning organization* Senge (1990), yang menekankan pentingnya sistem pembelajaran kolektif dalam menghadapi perubahan cepat (Senge 1990).

Sementara itu, dalam ranah rekonstruksi interaksi sosial, pesantren mengalami pergeseran dari hubungan hierarkis menuju hubungan partisipatif. Kyai masih menjadi pusat otoritas moral, tetapi santri kini memiliki peran aktif sebagai mediator dakwah. Relasi ini melahirkan model komunikasi dua arah di mana pesan agama tidak hanya disampaikan, tetapi juga didialogkan dengan audiens digital. Di Yaspida, misalnya, santri kerap berdiskusi dengan masyarakat melalui kolom komentar atau siaran langsung. MA menyebut fenomena ini sebagai “ngaji virtual”—bentuk baru pengajian yang memadukan kehadiran spiritual dengan teknologi digital (Wawancara, September 2025).

Ketiga proses tersebut kemudian membentuk apa yang bisa disebut sebagai Model Transformasi Dakwah Pesantren Digital (MTDPD) — kerangka sintesis yang menggambarkan dinamika baru dakwah berbasis pesantren di era digital. Model ini terdiri dari empat komponen utama:

- a. Spiritual Foundation (Landasan Spiritualitas): Dakwah digital tetap berakar pada nilai keikhlasan, adab, dan tanggung jawab moral. Teknologi digunakan sebagai sarana, bukan tujuan. Contoh: pembiasaan doa sebelum unggah konten di Al-Furqon dan pedoman etika digital di Persis 67 (Wawancara, Agustus 2025).
- b. Intellectual Framework (Kerangka Intelektual): Penguatan kapasitas berpikir kritis dan analitis dalam memproduksi konten dakwah. Santri didorong untuk memahami konteks sosial dan epistemik sebelum menyampaikan pesan agama (Wardani et al. 2022).
- c. Socio-Cultural Integration (Integrasi Sosial-Kultural): Dakwah dihubungkan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Tradisi

lokal, bahasa daerah, dan pengalaman sosial dijadikan medium dakwah yang relevan dan menyentuh (Featherstone et al. 1995).

- d. Collaborative Management (Manajemen Kolaboratif): Pesantren membangun sistem dakwah yang melibatkan banyak pihak: kyai, santri, alumni, dan masyarakat. Pendekatan ini melahirkan ekosistem dakwah yang partisipatif dan adaptif terhadap perubahan teknologi (Senge 1990).

Model MTDPD ini menegaskan bahwa pesantren tidak hanya menjadi “objek digitalisasi,” tetapi aktor aktif dalam membentuk peradaban digital Islam. Mereka tidak sekadar beradaptasi, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan narasi religius yang damai, rasional, dan inklusif di dunia maya. Dakwah pesantren kini berfungsi ganda: melestarikan warisan keilmuan Islam dan menghidupkannya kembali dalam ruang publik digital.

Secara teoritis, model ini menunjukkan bahwa transformasi dakwah digital di pesantren merupakan bentuk *hybridization* antara tradisi dan modernitas. Pesantren tidak menolak globalisasi, tetapi menafsirkan ulangnya dalam bingkai nilai lokal dan spiritualitas Islam. Proses ini sejalan dengan konsep *glocal Islam* (Eickelman and Anderson 2003), di mana praktik keagamaan beradaptasi dengan teknologi global tanpa kehilangan identitas lokal.

Dengan demikian, sintesis teoritis ini menggambarkan bahwa keberhasilan transformasi dakwah di pesantren Jawa Barat bergantung pada tiga kekuatan utama: kemampuan spiritual untuk menjaga nilai, kemampuan intelektual untuk memahami perubahan, dan kemampuan sosial untuk membangun kolaborasi. Ketiganya membentuk fondasi bagi pesantren masa depan—pesantren yang bukan hanya pusat ilmu, tetapi juga pusat inovasi dan spiritualitas digital.

# **BAGIAN VII**

## **PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL**

### **DALAM DAKWAH PESANTREN**

#### **A. Platform Digital yang Digunakan**

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir membawa dampak besar bagi dunia pendidikan Islam, termasuk pesantren di Jawa Barat. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara pesantren berkomunikasi, tetapi juga menggeser paradigma dakwah dari ruang konvensional ke ruang virtual. Jika sebelumnya dakwah pesantren identik dengan mimbar, majelis taklim, dan forum pengajian langsung, kini dakwah juga hidup di platform YouTube, Instagram, blog, dan bahkan podcast. Dalam konteks ini, pesantren bukan sekadar penonton, tetapi pelaku aktif dalam lanskap digital yang terus berkembang (H Campbell 2013).

Di Jawa Barat, pesantren-pesantren besar mulai mengadopsi media digital sejak 2018–2019, terutama setelah pandemi COVID-19 mempercepat proses digitalisasi pendidikan dan dakwah. KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menuturkan, *“Awalnya kami buat akun YouTube hanya untuk dokumentasi pengajian. Tapi lama-lama, ternyata banyak masyarakat luar yang menonton dan merasa terbantu. Dari situ kami sadar, dakwah digital punya potensi besar.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menggambarkan pergeseran pemahaman di kalangan kyai dan pengelola pesantren terhadap fungsi media: dari sekadar alat dokumentasi menjadi sarana dakwah strategis.

Figure 10 Kanal Youtube Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut



Sumber: (Admin 2025)

Fenomena ini juga terjadi di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya. KH. HR menjelaskan bahwa media digital membantu memperluas akses santri terhadap literatur keislaman modern dan sekaligus menjadi ruang latihan intelektual. *“Kami gunakan blog dan kanal YouTube untuk mengasah kemampuan santri menulis dan berdiskusi. Dulu dakwah hanya di masjid, sekarang bisa lintas dunia.”* (Wawancara, September 2025). Dengan pendekatan berbasis literasi, pesantren Persis menjadikan media digital bukan hanya tempat menyebarkan pesan, tapi juga laboratorium berpikir.

Berbeda dengan dua pesantren tersebut, Pesantren Yaspida Sukabumi menunjukkan pola yang lebih organik. Digitalisasi di sana tidak muncul dari kebijakan institusional, melainkan dari inisiatif santri dan alumni muda. Mereka menggunakan Instagram, WhatsApp, dan podcast lokal untuk membagikan kegiatan sosial dan pengajian kampung. KH. MA menuturkan, *“Kami tidak punya tim khusus media, tapi semangat santri besar. Mereka bikin konten sederhana, tapi pesannya sampai ke masyarakat.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa teknologi digital bisa menjadi alat pemberdayaan kultural yang lahir dari akar komunitas.

Secara umum, pola pemanfaatan media digital di pesantren Jawa Barat dapat dikategorikan ke dalam tiga model utama:

- a. Model Struktural-Profesional—diterapkan oleh pesantren seperti Al-Furqon Muhammadiyah yang memiliki tim khusus dan sistem kerja terorganisir.
- b. Model Akademik-Rasional—dikembangkan oleh Persis 67, yang menekankan integrasi antara ilmu dan media.
- c. Model Kultural-Komunitatif—diwakili oleh Yaspida, yang mengedepankan spontanitas sosial dan partisipasi masyarakat.

Ketiga model ini merefleksikan karakter ideologis pesantren masing-masing. Muhammadiyah dengan semangat modernisasi dan efisiensi, Persis dengan rasionalitas dan disiplin ilmu, serta NU dengan pendekatan kultural dan sosialnya. Dalam konteks teori *media ecology* (McLuhan 1964), setiap pesantren berinteraksi dengan media digital sesuai dengan nilai, tradisi, dan habitus komunikasinya. Media bukan sekadar sarana teknis, melainkan lingkungan yang membentuk cara pesantren berpikir dan berinteraksi.

Santri kini menjadi aktor utama dalam perubahan ini. Mereka tidak lagi hanya penerima ajaran, tetapi juga kreator konten dakwah. DS, santri Al-Furqon, mengatakan, “*Dulu dakwah itu hanya untuk ustaz. Sekarang kami juga bisa berdakwah lewat video pendek, tulisan, atau desain poster. Rasanya dakwah jadi lebih dekat dan menyenangkan.*” (Wawancara, September 2025). Ungkapan ini menunjukkan lahirnya generasi baru santri yang memahami bahasa digital sebagai bahasa dakwah modern.

Namun, transformasi ini tidak lepas dari tantangan. Banyak pesantren yang masih menghadapi keterbatasan infrastruktur dan SDM. Beberapa kyai senior masih merasa asing dengan teknologi dan lebih nyaman dengan metode

dakwah tradisional. Seorang pengajar di Yaspida, HR, menyebut, “*Masalahnya bukan niat, tapi kemampuan. Banyak guru belum terbiasa pakai laptop, apalagi edit video.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada kesiapan manusia, bukan sekadar perangkat teknologi.

Pemetaan awal ini menegaskan bahwa pemanfaatan media digital di pesantren Jawa Barat telah memasuki tahap institusionalisasi. Dakwah digital bukan lagi fenomena eksperimental, melainkan bagian dari strategi jangka panjang pesantren dalam menjaga relevansi dakwah Islam di era global. Dengan basis nilai-nilai keislaman yang kuat dan semangat inovasi santri, pesantren berhasil menjadikan ruang digital bukan sekadar arena informasi, tetapi juga ruang spiritual baru—tempat dakwah bertemu dengan kreativitas dan kemanusiaan.

Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjadi salah satu contoh pesantren yang paling cepat beradaptasi dengan ekosistem dakwah digital di Jawa Barat. Pemilihan platform digital di pesantren ini tidak dilakukan secara serampangan, melainkan hasil pertimbangan strategis yang melibatkan pimpinan pesantren, tim media, dan beberapa guru muda yang paham teknologi. Berdasarkan hasil wawancara, keputusan untuk memanfaatkan website, kanal YouTube, dan artikel digital dilandaskan pada tiga aspek utama: jangkauan dakwah, kualitas penyampaian pesan, dan kesinambungan literasi keagamaan.

KH. YS, pimpinan Pesantren Al-Furqon, menjelaskan bahwa website menjadi fondasi utama dalam strategi digital pesantren karena fungsinya sebagai “rumah data dakwah.” Menurutnya, “*Website kami bukan cuma tempat pengumuman kegiatan, tapi juga pusat pengetahuan Islam. Kami ingin masyarakat bisa mengakses khutbah, artikel, dan hasil kajian santri dari*

*mana saja.”* (Wawancara, Agustus 2025). Website ini dikelola secara profesional oleh tim media pesantren dan berfungsi sebagai arsip digital yang menampung ratusan tulisan keagamaan, naskah khutbah, hingga karya ilmiah santri.

Pemilihan YouTube sebagai platform kedua tidak lepas dari dorongan generasi muda pesantren yang menyadari bahwa mayoritas masyarakat kini lebih menyukai konten visual. Salah satu pengurus tim media, HS, mengatakan, *“Kyai sering menyampaikan tausiyah pendek di aula, dan kami rekam. Dari situ muncul ide untuk membuat kanal YouTube agar masyarakat luar bisa ikut ngaji.”* (Wawancara, September 2025). Kanal YouTube “Al-Furqon TV” kini menayangkan berbagai jenis konten, mulai dari ceramah berdurasi pendek (*short lectures*), pengajian kitab, hingga video dokumenter kegiatan sosial pesantren.

Secara teoretis, pilihan ini sejalan dengan prinsip *media ecology* McLuhan (1964), yang menyatakan bahwa setiap medium bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga lingkungan kultural yang mempengaruhi cara manusia berpikir dan berinteraksi (McLuhan 1964). YouTube di tangan pesantren berfungsi bukan sekadar sebagai wadah hiburan, melainkan medium pendidikan moral. Konten video memungkinkan dakwah tampil dalam bentuk yang lebih komunikatif, ekspresif, dan personal. Dengan begitu, pesan spiritual Islam yang biasanya bersifat verbal dapat diterjemahkan ke dalam bahasa visual yang mudah dicerna oleh masyarakat muda (Livingstone 2008b).

Selain YouTube, Al-Furqon juga memanfaatkan artikel digital yang ditulis langsung oleh para santri dan ustaz muda. Artikel-artikel tersebut membahas isu-isu keislaman kontemporer seperti etika bermedia, ekologi Islam, dan fiqih sosial. Setiap tulisan melalui proses *peer review* internal agar

menjaga akurasi dan kedalaman ilmiah. “*Kami ingin santri tidak hanya bisa bicara, tapi juga menulis. Dakwah lewat tulisan itu lebih bertahan lama,*” ujar Ustadz FR, pengampu mata pelajaran jurnalistik dakwah (Wawancara, September 2025). Artikel digital ini kemudian dipublikasikan di laman *alfurqonmuhgarut.sch.id*, yang kini dikunjungi oleh ribuan pembaca tiap bulan.

Dari segi strategi audiens, Al-Furqon memetakan tiga lapisan target dakwah digital:

- a. Kalangan internal pesantren, yakni santri dan guru yang memanfaatkan platform sebagai sarana belajar.
- b. Masyarakat umum, terutama kalangan mahasiswa dan pekerja muda yang mencari konten dakwah singkat di YouTube.
- c. Jaringan alumni, yang menjadi penyebar utama konten pesantren melalui media sosial pribadi mereka.

Model distribusi ini memperlihatkan pendekatan dakwah yang bersifat jaringan (*networked dakwah*), di mana penyebaran pesan tidak lagi terpusat pada satu otoritas, tetapi tersebar melalui komunitas digital. Fenomena ini selaras dengan teori *network society* Castells (2009), bahwa otoritas di era digital tidak lagi bersifat hierarkis, melainkan partisipatif dan terbentuk melalui hubungan horizontal (Castells 2009b).

Dalam konteks teknis, tim media Al-Furqon memiliki jadwal publikasi mingguan yang disebut “*Kalender Dakwah Digital.*” *Setiap minggu ditetapkan tema tertentu, misalnya “Adab Digital,” “Islam dan Ekologi,” atau “Etika Bermedia.” HS menjelaskan, “Kami biasa rapat tiap Senin sore, menentukan konten yang mau naik minggu ini. Setelah itu, tim video dan*

*penulis jalan bareng.”* (Wawancara, Agustus 2025). Sistem ini membuat dakwah digital Al-Furqon tetap konsisten dan terarah.

Menariknya, digitalisasi ini juga memunculkan transformasi peran santri. Jika sebelumnya mereka hanya mendengarkan ceramah, kini mereka aktif terlibat dalam produksi konten. DS, salah satu santri yang bertugas di bagian editing, mengaku, “*Awalnya cuma disuruh ngedit video, tapi lama-lama saya belajar tentang isi ceramah juga. Ternyata, editing itu juga bagian dari dakwah.*” (Wawancara, September 2025). Pandangan ini menunjukkan bahwa teknologi tidak menghapus spiritualitas, melainkan memperluas ruang partisipasi dakwah.

Namun, Al-Furqon tetap menjaga prinsip-prinsip nilai Muhammadiyah, seperti rasionalitas, profesionalisme, dan etika dakwah. KH. YS menegaskan, “*Kami tidak ingin dakwah digital berubah jadi ajang mencari popularitas. Konten kami harus tetap ilmiah dan menjaga adab.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dengan panduan ini, pesantren berusaha menghindari jebakan banalitas dan menjaga kualitas pesan agar tetap sesuai dengan ruh Islam berkemajuan.

Secara konseptual, strategi Al-Furqon memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesadaran epistemologis dalam menggunakan media. Media digital bukan pengganti dakwah klasik, melainkan pelengkap yang membuka ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam. Pesantren Al-Furqon menjadi contoh bagaimana lembaga tradisional bisa memanfaatkan teknologi tanpa kehilangan karakter moral dan intelektualnya.

Kalau Al-Furqon Muhammadiyah Garut membangun strategi dakwah digital berbasis kelembagaan dan profesionalisme media, dua pesantren lainnya—Persis 67 Benda Tasikmalaya dan Yaspida Sukabumi—

menunjukkan arah yang berbeda. Keduanya menggunakan media digital bukan sekadar untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk memperkuat identitas dan karakter sosial-keagamaan masing-masing pesantren. Pemilihan platform di kedua lembaga ini memperlihatkan bagaimana nilai ideologis dan kondisi kultural lokal memengaruhi arah digitalisasi dakwah.

Pesantren Persis 67 Benda dikenal dengan tradisi intelektualnya yang kuat. Maka tidak mengherankan jika platform digital yang mereka pilih adalah blog ilmiah, jurnal online, dan YouTube edukatif. KH. HR, pimpinan pesantren, menjelaskan, *“Kami ingin dakwah digital tidak hanya populer, tapi juga mendidik. Karena itu, kami dorong santri menulis, meneliti, dan berdiskusi lewat media digital.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Blog dan jurnal online di pesantren ini dikelola oleh tim santri senior dan alumni yang sudah terbiasa menulis karya ilmiah. Artikel-artikel yang dimuat membahas topik-topik seperti tafsir tematik, fikih kontemporer, hingga ulasan buku keislaman. Santri menulis bukan sekadar untuk menyebarkan opini, tapi untuk melatih kedalaman berpikir. Salah satu guru pembimbing, Ustadz NR, mengatakan, *“Blog bagi kami seperti mimbar digital. Bedanya, di sini santri belajar bertanggung jawab atas tulisannya.”* (Wawancara, September 2025).

Selain blog, YouTube edukatif menjadi media visual utama Persis 67. Kanal mereka menayangkan diskusi ilmiah, bedah buku, serta kajian tematik tentang tafsir dan hadis. Gaya penyajian cenderung serius, tapi terstruktur, sesuai dengan karakter pesantren Persis yang menekankan rasionalitas dan sistematika berpikir. *“Kami ingin konten dakwah tetap ilmiah, tapi mudah dipahami masyarakat. Tantangannya adalah menjaga keseimbangan antara logika dan bahasa populer,”* ujar KH. HR (Wawancara, Agustus 2025).

Pemilihan platform ini sejalan dengan prinsip *new media literacy* (Livingstone 2008b), yang menekankan pentingnya kemampuan kritis dalam memahami, memproduksi, dan menilai informasi di ruang digital. Santri Persis tidak hanya belajar memanfaatkan media, tetapi juga mengembangkan kepekaan epistemologis terhadap kebenaran pesan dakwah. Dalam hal ini, pesantren berperan sebagai pusat literasi keagamaan yang membangun kesadaran intelektual sekaligus moral.

Kelebihan pendekatan Persis 67 adalah kedalaman konten dan kredibilitas ilmiah, namun tantangannya terletak pada jangkauan audiens yang lebih terbatas. KH. HR mengakui, “*Kalau bicara jumlah penonton, kami tidak sebanyak pesantren lain. Tapi bagi kami, yang penting kualitas pembelajarannya.*” (Wawancara, September 2025). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah tidak selalu identik dengan popularitas, tetapi juga dengan keutuhan nilai ilmiah dan moral pesan yang disampaikan.

*Figure 11 Santri Persis tidak hanya belajar memanfaatkan media*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Sementara itu, Pesantren Yaspida Sukabumi mengambil jalur berbeda yang lebih kultural dan sosial. Alih-alih fokus pada bentuk akademik atau formal, Yaspida memanfaatkan media yang lebih ringan dan mudah diakses seperti Instagram, WhatsApp, dan podcast lokal. Langkah ini lahir dari

kesadaran bahwa masyarakat di sekitar pesantren sebagian besar berasal dari pedesaan dan memiliki kedekatan emosional dengan bahasa Sunda serta tradisi lokal.

KH. MA, pimpinan Yaspida, menjelaskan, “*Kami dakwahnya santai saja. Yang penting pesannya nyampe. Santri kami lebih suka bikin konten di Instagram atau kirim kajian lewat grup WhatsApp keluarga.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dengan gaya yang sederhana, Yaspida berhasil mengubah media sosial menjadi ruang silaturahmi dakwah. Konten-kontennya tidak selalu berisi ceramah, tetapi juga kutipan hikmah, video pendek kegiatan sosial, dan podcast yang menampilkan obrolan ringan tentang nilai-nilai keislaman dan budaya Sunda.

*Figure 12 Yaspida memanfaatkan media yang lebih ringan dan mudah diakses seperti Instagram, WhatsApp, dan podcast lokal*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Podcast “Ngaji Nyunda” menjadi salah satu produk unggulan Yaspida. Podcast ini menampilkan diskusi antara santri dan ustadz tentang tema sehari-hari, seperti *ngaji sabar, silaturahmi digital*, atau *ngajaga lemah cai* (menjaga alam). Santri RF yang menjadi salah satu host mengatakan, “*Kami sengaja pakai bahasa Sunda supaya lebih akrab. Kadang ada candaannya juga, biar dakwah nggak kaku.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini

memperlihatkan pemahaman mendalam tentang konteks kultural audiens lokal, sesuai dengan pandangan Robertson tentang *glocalization*—yakni adaptasi nilai global ke dalam konteks lokal tanpa kehilangan identitas (Featherstone et al. 1995).

Pemanfaatan WhatsApp group di Yaspida juga menarik. Grup-grup ini berfungsi sebagai kanal dakwah komunitas, tempat santri dan masyarakat saling berbagi video pengajian dan informasi kegiatan sosial. Kadang, grup tersebut juga menjadi wadah diskusi ringan seputar agama. Menurut salah satu guru, Ustadz IA, “*Di sini masyarakat nggak takut bertanya. Kalau di majelis kadang malu, tapi di WhatsApp mereka bebas curhat soal masalah hidup dan agama.*” (Wawancara, Agustus 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi digital membuka ruang komunikasi egaliter antara santri, kyai, dan masyarakat.

Dari perspektif teori *Uses and Gratifications* (Blumler and Katz 1974), pilihan media di Yaspida menjawab kebutuhan audiens terhadap dakwah yang bersifat personal, sederhana, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Audiens tidak hanya mencari informasi agama, tapi juga keakraban sosial dan kenyamanan emosional.

Jika dibandingkan, ketiga pesantren menunjukkan tiga arah strategi digitalisasi dakwah:

- a. Al-Furqon Muhammadiyah Garut menonjol dengan pendekatan struktural-profesional melalui website dan YouTube.
- b. Persis 67 Benda Tasikmalaya menampilkan model akademik-rasional dengan blog dan YouTube edukatif.
- c. Yaspida Sukabumi mengusung pendekatan kultural-komunitatif lewat Instagram, WhatsApp, dan podcast.

Ketiganya menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital di pesantren tidak bisa diseragamkan. Pilihan platform selalu terkait dengan *habitus* sosial, visi dakwah, dan basis jamaah yang dilayani. Dalam konteks *media ecology* (McLuhan 2019), setiap pesantren membangun “lingkungan digitalnya” sendiri, yang merefleksikan sistem nilai dan pola komunikasi khasnya.

Pemetaan ini menegaskan bahwa digitalisasi dakwah di Jawa Barat bukan sekadar proses teknologis, tetapi transformasi epistemologis dan kultural. Pesantren bukan hanya mengadopsi media baru, tetapi juga menafsirkan ulang makna dakwah dan hubungan sosial di dunia digital. Dengan cara ini, dakwah pesantren tidak kehilangan jati diri tradisionalnya, melainkan memperluas maknanya agar lebih kontekstual dan berdaya jangkau global.

## **B. Strategi Produksi dan Distribusi Konten Dakwah**

Di tengah derasnya arus informasi dan banjir konten keagamaan di dunia maya, pesantren-pesantren di Jawa Barat belajar bahwa dakwah digital tidak bisa dilakukan secara spontan. Dibutuhkan perencanaan matang agar pesan yang disampaikan tidak sekadar menarik perhatian, tetapi juga menanamkan nilai dan makna. Di sinilah muncul kesadaran baru di kalangan pesantren bahwa dakwah di era digital bukan sekadar aktivitas dakwah, melainkan praktik komunikasi strategis.

Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjadi salah satu contoh paling menonjol dalam hal ini. Mereka mengembangkan sistem yang disebut “Kalender Dakwah Digital”—semacam peta mingguan yang mengatur tema, waktu tayang, dan jenis konten yang akan dipublikasikan. Setiap Senin sore, tim media pesantren berkumpul di ruang pertemuan kecil di belakang masjid utama. Di sana, santri, guru muda, dan pengelola media duduk melingkar

sambil membuka laptop dan catatan ide. “*Kami tidak mau konten keluar tanpa perencanaan,*” kata HS, ketua tim media pesantren. “*Setiap konten harus punya tujuan dan nilai dakwah yang jelas.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Proses perencanaan itu dimulai dari tahap ideation, di mana setiap anggota tim bebas mengusulkan tema dakwah sesuai isu aktual. Kadang ide muncul dari hasil pengajian kitab, kadang dari tren sosial yang ramai dibicarakan di media. Misalnya, ketika muncul perbincangan tentang gaya hidup digital dan etika media, tim Al-Furqon memutuskan untuk mengangkat tema “Adab di Dunia Maya.” Dalam rapat ideasi itu, santri DS berkata, “*Kita nggak bisa cuma bilang ‘jangan gibah online’.* Orang perlu tahu alasannya, perlu contoh.” (Wawancara, Agustus 2025). Komentar sederhana ini menjadi titik awal lahirnya satu seri video dakwah pendek yang membahas etika komunikasi digital dalam Islam.

Tahap berikutnya adalah produksi. Di sinilah nilai kerja sama dan kedisiplinan pesantren diuji. Setiap konten dirancang dengan pembagian peran yang jelas: siapa yang menulis naskah, siapa yang merekam, siapa yang menyunting. KH. YS sebagai pimpinan pesantren tidak turun langsung ke dapur produksi, tetapi memberikan pengarahan spiritual dan etis di awal. “*Niatkan semua karena dakwah, bukan karena viewers,*” katanya dalam satu sesi pengarahan (Wawancara, September 2025). Arahan ini menjadi semacam *etika produksi* di Al-Furqon: kualitas dan keikhlasan harus berjalan beriringan.

Sementara di Persis 67 Benda Tasikmalaya, tahap produksi berlangsung dengan pendekatan yang lebih akademik. Setiap konten, baik artikel maupun video, harus melewati proses *review* dua lapis — dari sisi teologis dan dari sisi ilmiah. Ustadz NR menjelaskan, “*Kami ingin konten dakwah tetap punya dasar ilmiah.* Kalau santri menulis, harus ada referensinya. Kalau membuat video, harus ada naskahnya.” (Wawancara,

September 2025). Hal ini menunjukkan bahwa di pesantren ini, dakwah digital bukan sekadar ekspresi spontan, melainkan proses ilmiah yang penuh pertanggungjawaban.

Setelah konten selesai diproduksi, masuklah ke tahap distribusi, yang menjadi tantangan tersendiri. Di Al-Furqon, setiap konten diunggah ke kanal YouTube resmi dan dibagikan lewat situs pesantren serta jaringan alumni. Mereka juga memanfaatkan Instagram dan grup WhatsApp untuk memperluas jangkauan. HS menjelaskan, *“Kami percaya kekuatan distribusi itu ada pada jaringan sosial. Alumni jadi perpanjangan tangan dakwah kami.”* (Wawancara, Agustus 2025). Strategi ini membuat konten dakwah Al-Furqon tidak hanya dikonsumsi oleh warga Garut, tapi juga oleh masyarakat Indonesia dan diaspora alumni di luar negeri.

Berbeda dengan Al-Furqon, Persis 67 lebih menekankan *kontrol kualitas* ketimbang jangkauan. Mereka merilis konten lebih jarang, tetapi setiap unggahan selalu disertai ringkasan ilmiah atau kutipan sumber kitab. Sementara Yaspida Sukabumi mengambil jalur yang lebih organik dan cepat. Konten yang dibuat oleh santri disebar melalui WhatsApp atau Instagram tanpa jadwal kaku. *“Kami biarkan santri kreatif. Kalau mereka merasa ada pesan baik, langsung kirim,”* ujar KH. MA (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini memperlihatkan fleksibilitas dan spontanitas dakwah berbasis komunitas yang khas pesantren tradisional.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Di sinilah peran refleksi spiritual menonjol. Evaluasi tidak hanya soal jumlah penonton, komentar, atau *likes*, tapi juga tentang apakah pesan yang disampaikan benar-benar membawa manfaat. Di Al-Furqon, tim media biasa mengadakan sesi muhasabah setiap akhir bulan. Mereka menonton kembali video-video yang sudah diunggah sambil berdiskusi. *“Kalau ada komentar negatif, kami anggap itu kritik. Tapi*

*kalau ada yang bilang ‘saya jadi ingat shalat karena video ini’, itu sudah cukup jadi motivasi,”* kata DS, santri yang mengurus bagian *feedback* (Wawancara, September 2025).

Dalam konteks teori *new media literacy* (Livingstone 2008b), keempat tahapan ini—ideation, produksi, distribusi, dan evaluasi—menunjukkan bagaimana pesantren mulai menginternalisasi logika media tanpa kehilangan prinsip dakwahnya. Mereka belajar memahami media tidak hanya sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai ruang etis. Proses kreatif di pesantren kini menjadi ajang pembelajaran multidimensi: intelektual, spiritual, dan teknologis.

Menariknya, tahapan-tahapan itu juga merefleksikan karakter setiap pesantren. Al-Furqon yang modern bergerak sistematis, Persis 67 menekankan validitas ilmiah, dan Yaspida mengandalkan spontanitas kultural. Namun di balik perbedaan itu, ada benang merah yang sama: bahwa dakwah digital bukan sekadar proyek teknologi, melainkan ibadah yang membutuhkan perencanaan, kesabaran, dan kejujuran.

Dalam ruang yang hening setelah rapat mingguan di Al-Furqon, KH. YS pernah berkata, “*Zaman boleh berubah, tapi adab dakwah tidak. Kalau niatnya benar, media apa pun bisa jadi jalan kebaikan.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat itu menggambarkan esensi dari seluruh proses perencanaan dakwah digital pesantren: bahwa teknologi hanyalah kendaraan, sedangkan tujuan sejatinya tetap sama—mengantar manusia mendekat kepada Tuhan.

Dalam setiap proses digitalisasi dakwah pesantren, selalu ada titik pertemuan antara tradisi dan inovasi. Di titik itu, lahirlah konten-konten unggulan yang bukan hanya menarik secara visual, tapi juga memancarkan nilai spiritual yang mendalam. Ketiga pesantren — Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi — menghadirkan bentuk dakwah digital yang berbeda satu sama lain, namun

semuanya berangkat dari niat yang sama: menghidupkan dakwah Islam di tengah masyarakat yang makin digital dan dinamis.

Konten digital di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menunjukkan kombinasi yang kuat antara disiplin manajemen dan kreativitas santri. Salah satu produk andalan mereka adalah video pendek bertajuk “*Ngaji Satu Menit.*” Setiap video menampilkan potongan ceramah KH. YS yang disunting ringkas dengan latar musik lembut dan teks kutipan Qur'an di bagian bawah layar. Ide sederhananya berasal dari perbincangan santai di ruang redaksi pesantren. “*Sekarang orang sibuk, kalau nonton dakwah panjang-panjang suka bosan,*” kata HS, ketua tim media (Wawancara, Agustus 2025). “*Tapi kalau satu menit, pesannya cepat sampai, dan mereka bisa bagikan ulang dengan mudah.*”

Kekuatan video ini justru terletak pada kesederhanaannya. Santri DS yang menjadi editor mengatakan bahwa setiap detik harus bermakna. “*Kyai pesan supaya jangan terlalu banyak efek, jangan lucu-lucuan. Cukup suara, ayat, dan pesan,*” ujarnya (Wawancara, September 2025). Pendekatan minimalis ini menunjukkan bagaimana pesantren memaknai estetika dalam konteks spiritual. Dalam teori komunikasi digital, hal ini disebut sebagai *meaningful brevity*—kemampuan menyampaikan pesan mendalam dalam durasi singkat (Livingstone 2008b).

Selain video pendek, Al-Furqon juga memproduksi konten infografis bertema *Etika Bermedia dalam Islam*. Setiap minggu, santri membuat desain grafis sederhana berisi potongan hadis atau pandangan ulama klasik tentang tanggung jawab sosial di ruang publik. Infografis ini diunggah di laman resmi dan akun media sosial pesantren. “*Kami ingin mengajarkan adab digital, tapi dengan gaya visual yang ringan,*” ujar Ustadz FR, pengampu pelatihan konten (Wawancara, September 2025). Hasilnya, konten mereka kerap dibagikan

ulang oleh sekolah-sekolah Muhammadiyah dan komunitas mahasiswa Islam di berbagai kota.

Di sisi lain, Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya mengembangkan konten dengan karakter akademik yang kuat. Mereka memiliki program unggulan *“Dialog Kitab Digital”* — sebuah seri video diskusi tematik antara guru dan santri senior yang membahas teks klasik dari perspektif modern. Setiap episode diawali dengan pembacaan potongan kitab, lalu dilanjutkan dengan dialog reflektif tentang relevansinya dengan kehidupan masa kini. KH. HR menuturkan, *“Kami ingin masyarakat tahu bahwa kitab kuning tidak usang. Di dalamnya ada kebijaksanaan yang selalu bisa dibaca ulang sesuai zaman.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Konten *Dialog Kitab Digital* tidak hanya menjadi tontonan, tapi juga sarana belajar. Banyak mahasiswa dan santri luar yang menggunakannya sebagai bahan kuliah daring. Dengan struktur sistematis dan bahasa yang terukur, video ini mencerminkan gaya dakwah Persis 67 yang intelektual namun tetap mengakar pada kesederhanaan pesantren. Dalam perspektif *new media literacy* (Livingstone 2008a), format semacam ini memperluas literasi keagamaan masyarakat—bukan hanya tentang “apa yang dikatakan,” tapi juga “bagaimana cara berpikir” tentang agama.

Selain video, Persis 67 juga meluncurkan jurnal online *At-Tafkir Digital*, yang berisi tulisan-tulisan santri muda tentang tafsir sosial, ekonomi Islam, dan persoalan moral modern. Ustadz NR menjelaskan, *“Menulis bagi kami adalah dakwah juga, tapi bentuknya sunyi. Tidak semua orang harus bicara, sebagian cukup berpikir dan menulis.”* (Wawancara, September 2025). Tulisan-tulisan itu kemudian dibagikan melalui blog pesantren dan sering diunggah ulang oleh komunitas intelektual muda Islam di Jawa Barat.

Sementara itu, Pesantren Yaspida Sukabumi menonjol dengan pendekatan yang sangat sosial dan kultural. Salah satu konten andalan mereka adalah podcast “Ngaji Nyunda,” sebuah ruang digital yang memadukan humor, kearifan lokal, dan nilai spiritual. Di sebuah kamar asrama yang disulap jadi studio sederhana, dua santri berbincang santai dalam bahasa Sunda tentang tema-tema keseharian seperti “*Sabar Teu Aya Batasna*” dan “*Ngajaga Diri di Sosmed.*” Di sela tawa dan cerita ringan, terselip pesan mendalam tentang kesederhanaan, kesabaran, dan kejujuran. RF, salah satu host podcast, mengatakan, “*Kami ingin dakwah terasa seperti ngobrol sama teman, bukan ceramah dari atas.*” (Wawancara, September 2025).

Pendekatan Yaspida membuktikan bahwa dakwah digital bisa tetap bersifat lokal dan manusiawi tanpa kehilangan substansinya. Podcast “Ngaji Nyunda” memiliki pendengar setia bukan hanya di Sukabumi, tapi juga di Cianjur dan Bandung. Banyak alumni yang merantau di luar kota mengaku menjadikan podcast itu sebagai pengingat rumah. Dalam salah satu komentar pendengar di akun Spotify mereka tertulis, “*Ngadenge ieu podcast teh siga balik deui ka lembur jeung diajar deui kumaha jadi jalma sabar.*” (Mendengarkan podcast ini seperti pulang kampung dan belajar kembali menjadi manusia yang sabar). Pesantren Yaspida berhasil memanfaatkan ruang digital untuk membangun nostalgia spiritual—hal yang jarang disentuh oleh konten dakwah modern.

Selain podcast, Yaspida juga aktif di Instagram dengan unggahan-unggahan sederhana namun menyentuh. Foto kegiatan sosial, aksi bersih masjid, atau doa singkat disertai caption dalam bahasa Sunda menjadi cara mereka menyebarkan pesan keislaman yang lembut. Dalam teori *uses and gratifications* (Blumler and Katz 1974), konten semacam ini memenuhi

kebutuhan emosional audiens akan kedekatan dan kehangatan spiritual, bukan sekadar informasi agama.

Dari ketiga studi kasus ini tampak bahwa konten unggulan pesantren di era digital tidak hanya mencerminkan kreativitas teknis, tetapi juga orientasi nilai dan cara berpikir lembaga tersebut. Al-Furqon menonjol dalam profesionalitas dan manajemen dakwah visual, Persis 67 dalam rasionalitas ilmiah dan kedalaman intelektual, sementara Yaspida menghadirkan keintiman kultural yang penuh rasa. Ketiganya, meskipun berbeda jalan, memiliki benang merah yang sama: kejujuran dalam berdakwah dan kesungguhan dalam menjaga nilai Islam di tengah arus perubahan media.

Maka yang disebut *konten unggulan* di lingkungan pesantren bukanlah yang paling banyak ditonton, melainkan yang paling banyak menanamkan nilai. Dalam setiap video, infografis, artikel, atau podcast, tersimpan kerja keras santri yang menulis, merekam, dan mengedit bukan demi tepuk tangan, melainkan demi keberlanjutan makna. Di balik setiap klik dan *share*, ada niat ibadah yang pelan tapi pasti, mengubah ruang digital menjadi ladang pahala yang baru.

Dakwah pesantren di era digital bukan lagi sekadar soal kemampuan berbicara atau menulis, tapi tentang bagaimana memahami, memproduksi, dan mengelola pesan dalam sistem komunikasi yang semakin kompleks. Di titik inilah teori *New Media Literacy* menjadi penting—teori yang menekankan bahwa melek media bukan hanya bisa menggunakan alat, tapi juga memahami makna sosial, etika, dan ideologinya. Dalam konteks pesantren, literasi media baru ini bukan hal yang datang dari luar, melainkan berkelindan dengan tradisi *tafaqquh fiddin*—proses memahami agama secara mendalam dan bertanggung jawab (Livingstone 2008a).

Para santri di Al-Furqon Muhammadiyah Garut, misalnya, telah membangun kesadaran baru bahwa setiap proses kreatif adalah bagian dari dakwah yang harus diemban dengan niat dan pengetahuan. Dalam sesi diskusi mingguan, KH. YS sering menegaskan bahwa *mengedit video pun bisa bernilai ibadah jika dilakukan dengan niat menyebarkan kebaikan.* (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat ini sederhana, tapi mencerminkan perubahan besar dalam pola pikir dakwah di lingkungan pesantren. Di masa lalu, dakwah dianggap tugas eksklusif para ustadz dan kyai; kini, setiap santri dengan kamera di tangan bisa menjadi penyampai pesan Islam, asalkan memahami etika dan substansi yang ia bawa.

Dalam proses pembuatan konten digital, prinsip-prinsip literasi media tampak diterapkan secara natural. Santri diajak berpikir tentang siapa audiens mereka, apa pesan yang ingin disampaikan, dan bagaimana cara mengemasnya tanpa kehilangan nilai keikhlasan. HS, ketua tim media Al- Furqon, menjelaskan, “*Kami selalu diskusikan dulu pesan utama. Jangan sampai videonya bagus tapi maknanya kosong.*” (Wawancara, September 2025). Sikap ini sejalan dengan dimensi *critical understanding* dalam *New Media Literacy*, yang menuntut kesadaran terhadap konteks sosial dan nilai moral di balik setiap konten (Livingstone 2008b).

Pendekatan serupa terlihat di Persis 67 Benda Tasikmalaya, meskipun dengan gaya yang lebih akademik. Di pesantren ini, *new media literacy* diterjemahkan sebagai kemampuan untuk menjaga integritas ilmu di tengah banjir informasi. Para santri tidak hanya belajar membuat konten, tapi juga meneliti keabsahan sumber dan memastikan kejelasan argumentasi. Ustadz NR menegaskan, “*Kalau santri menulis di blog, kami minta mereka menyertakan referensi kitab atau jurnal. Jangan cuma pendapat pribadi.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dengan demikian, dakwah digital di Persis 67

tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga mendidik masyarakat untuk berpikir kritis dan tidak mudah termakan hoaks keagamaan.

Di sisi lain, Yaspida Sukabumi menawarkan bentuk literasi media yang lebih kultural dan intuitif. Bagi para santrinya, *melek media* berarti mampu mengaitkan pesan agama dengan pengalaman hidup sehari-hari. RF, santri Yaspida yang aktif membuat podcast “Ngaji Nyunda”, berkata, “*Kalau orang kampung dengar ceramah berat-berat, mereka cepat bosan. Tapi kalau diselipin humor dan bahasa Sunda, mereka dengerin sampai habis.*” (Wawancara, September 2025). Dalam pandangan RF, literasi media bukan soal teknis, tapi soal empati—kemampuan memahami psikologi audiens dan menemukan bahasa yang membuat pesan terasa dekat. Pendekatan ini memperlihatkan dimensi *social literacy* dari teori Livingstone, yakni kemampuan menavigasi hubungan sosial dalam konteks komunikasi digital (Livingstone and Stoilova 2021).

Ketiga pesantren tersebut menunjukkan bahwa literasi media di dunia pesantren bukanlah proses imitasi dari Barat, melainkan bentuk adaptasi yang sangat khas. Mereka tidak sekadar belajar bagaimana membuat video yang bagus atau menulis artikel yang menarik, tetapi juga bagaimana menjaga *ruh dakwah* dalam setiap aktivitas digital. Di Al-Furqon, santri diajarkan untuk memahami algoritma media sosial sebagai tantangan spiritual: bagaimana tetap ikhlas di tengah logika *likes* dan *views*. Di Persis 67, mereka belajar bahwa menulis dengan data dan referensi adalah bagian dari jihad ilmiah. Sedangkan di Yaspida, mereka belajar bahwa senyum, tawa, dan bahasa lokal juga bisa menjadi ibadah jika digunakan untuk menyebarluaskan nilai kebaikan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa literasi media dalam pesantren bergerak di dua arah sekaligus: ke dalam dan ke luar. Ke dalam, karena prosesnya memperkaya tradisi berpikir dan belajar santri; ke luar, karena

hasilnya memperluas jangkauan dakwah hingga ke ruang publik digital. Dalam istilah Castells (2009), mereka tengah membangun *networked piety* — bentuk kesalehan yang terhubung melalui jaringan komunikasi (Castells 2009b).

Namun, penerapan *new media literacy* di pesantren juga menghadapi paradoks. Di satu sisi, media digital memberikan ruang luas bagi santri untuk berekspresi. Di sisi lain, ruang yang sama bisa menjerumuskan jika tidak dibarengi dengan bimbingan moral. KH. MA dari Yaspida pernah mengingatkan, “*Sekarang dakwah bisa jadi dosa kalau niatnya salah. Kadang orang posting ayat tapi niatnya pamer.*” (Wawancara, Agustus 2025). Peringatan ini menjadi refleksi penting bahwa literasi media di pesantren tidak berhenti pada kemampuan teknis, tapi juga mencakup kesadaran spiritual yang mendalam.

Dari hasil observasi di lapangan, tampak bahwa pesantren telah membangun sistem pendidikan dakwah digital yang holistik. Mereka tidak hanya mengajarkan santri untuk memahami media, tetapi juga mengasah tiga bentuk kecerdasan utama: kecerdasan moral (niat dan etika dalam bermedia), kecerdasan intelektual (pemahaman kritis terhadap informasi), dan kecerdasan sosial (kemampuan membangun hubungan dan dialog dengan masyarakat digital). Ketiganya berpadu menjadi semacam *etika digital pesantren*, yang menempatkan teknologi bukan sebagai lawan tradisi, melainkan perpanjangan nilai-nilai tauhid dan adab.

Dengan demikian, penerapan *new media literacy* di pesantren Jawa Barat tidak hanya mengubah cara mereka berdakwah, tetapi juga cara mereka memahami dakwah itu sendiri. Teknologi bukan lagi sekadar alat penyebaran, melainkan bagian dari spiritualitas modern. Dakwah di ruang digital menjadi bentuk baru dari *mujahadah*—perjuangan untuk menjaga keikhlasan dan

kebijaksanaan di tengah arus informasi yang deras. Dalam satu kesempatan, KH. YS menyimpulkan dengan kalimat yang tenang tapi penuh makna, *“Kalau dulu kita berjuang lewat mimbar, sekarang lewat layar. Tapi yang kita perjuangkan tetap sama: hati manusia.”* (Wawancara, September 2025).

### **C. Kreativitas Santri dalam Media Dakwah**

Di tengah perubahan zaman yang cepat, santri kini bukan hanya penerima ilmu, tapi juga pencipta makna. Dunia digital memberi mereka ruang baru untuk menyalurkan gagasan, perasaan, dan keyakinan keagamaan dengan cara yang kreatif dan relevan. Namun, kreativitas santri dalam dakwah digital tidak lahir begitu saja. Ia tumbuh dari perpaduan antara bimbingan kyai, pengalaman spiritual, dan dorongan untuk menyesuaikan diri dengan dunia komunikasi baru yang serba visual, cepat, dan interaktif.

Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut memulai perubahan ini dengan langkah kecil tapi signifikan. Setiap bulan, mereka mengadakan pelatihan jurnalistik dan editing video untuk santri. Dalam pelatihan itu, para ustadz muda yang paham teknologi mengajarkan cara menulis naskah dakwah, membuat video dengan narasi singkat, dan mengelola akun media sosial dengan tanggung jawab. Di sela sesi pelatihan, KH. YS sering mengingatkan, *“Kreativitas itu anugerah, tapi kalau tidak disertai niat yang lurus, bisa menyesatkan.”* (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat itu menjadi pegangan para santri bahwa dalam dunia digital yang sibuk dengan algoritma, niat tetap menjadi kompas utama.

Suasana ruang pelatihan Al-Furqon sering kali sederhana. Beberapa santri duduk bersila di lantai dengan laptop dan ponsel di tangan, mendengarkan instruktur yang menjelaskan cara menulis narasi video atau menyesuaikan pencahayaan kamera. Namun di balik kesederhanaan itu, ada semangat yang besar. Santri DS, yang kini dipercaya mengelola kanal

YouTube pesantren, berkata dengan mata berbinar, “*Dulu saya malu bicara di depan kamera. Tapi setelah belajar, saya tahu, kalau pesannya baik, malu itu bagian dari perjuangan.*” (Wawancara, September 2025).

Pelatihan semacam ini tidak hanya mengasah keterampilan teknis, tapi juga menumbuhkan kesadaran estetis bahwa dakwah yang baik harus disampaikan dengan keindahan dan kejujuran. Dalam teori semiotik Barthes (1977), setiap elemen visual — dari ekspresi wajah, pakaian, hingga pencahayaan—mengandung tanda dan makna. Santri belajar bahwa pesan agama tidak hanya diucapkan lewat kata, tetapi juga dipantulkan lewat sikap tubuh dan cara berbicara (Barthes 1977). Ketika kamera menyala, mereka tidak sedang memainkan peran, tapi sedang memantulkan karakter keislaman yang sesungguhnya.

Sementara itu, di Persis 67 Benda Tasikmalaya, pelatihan media berjalan dengan nuansa yang lebih intelektual. Para santri senior dilatih menulis naskah dakwah yang berbasis data dan argumentasi ilmiah. “*Kami ingin santri paham bahwa setiap kalimat di media punya konsekuensi,*” ujar Ustadz NR, dosen pembimbing literasi media (Wawancara, Agustus 2025). “*Kalau salah tafsir, bisa menyesatkan. Jadi menulis itu bukan hanya soal gaya, tapi juga tanggung jawab.*” Kalimat itu menjadi refleksi bahwa kreativitas santri di Persis tidak hanya diukur dari kemampuan teknis, tapi dari kedalaman analisis dan kesetiaan terhadap prinsip ilmiah.

Persis 67 bahkan memiliki laboratorium kecil di mana santri berlatih menulis *script* video dakwah, menyusun infografis data keagamaan, dan berdiskusi tentang konten yang tengah viral. KH. HR sering hadir di akhir sesi, bukan untuk menilai hasil kerja, tapi untuk mengarahkan substansi pesan. Dalam satu pertemuan, beliau menegaskan, “*Kalau kita mau berdakwah di dunia maya, jangan ikut gaya orang lain. Tunjukkan Islam yang berpikir,*

*Islam yang menenangkan.”* (Wawancara, September 2025). Dari sinilah muncul gaya khas Persis 67: konten yang tenang, logis, tapi tajam secara nilai.

Berbeda dengan dua pesantren itu, Yaspida Sukabumi menumbuhkan kreativitas santri dengan cara yang lebih organik dan sosial. Tidak ada ruang pelatihan formal, tapi ada budaya saling berbagi pengetahuan. Santri yang bisa membuat video akan mengajarkan yang lain. Yang paham desain membantu teman-temannya menata tampilan konten. Mereka belajar dari praktik dan kebersamaan, bukan dari modul atau kurikulum. “*Kami belajar dari pengalaman. Kadang salah edit, tapi nanti diperbaiki bareng-bareng,*” kata RF, santri Yaspida yang menjadi pengelola podcast “Ngaji Nyunda.” (Wawancara, September 2025).

Peran kyai di Yaspida sangat penting dalam menjaga arah kreativitas itu. KH. MA tidak banyak ikut campur dalam teknis, tapi selalu hadir dalam setiap tahap refleksi. Ia lebih sering memberi petuah spiritual ketimbang instruksi teknis. “*Saya bilang ke santri, kalau kamu mau bikin video, bayangkan kamu sedang bicara dengan Allah, bukan dengan kamera,*” tuturnya (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat itu menancap kuat di benak para santri. Mereka belajar bahwa teknologi hanyalah sarana; yang utama adalah bagaimana pesan dakwah tetap menjadi cermin dari hati yang ikhlas.

Dalam konteks ini, kreativitas santri di tiga pesantren itu menunjukkan spektrum yang luas: dari yang sistematis dan terencana hingga yang spontan dan berbasis komunitas. Tetapi di balik semua itu, ada satu pola yang sama—bahwa kyai tidak lagi sekadar pengajar teks, melainkan mentor spiritual yang menuntun proses kreatif. Mereka bukan sutradara yang mengatur semuanya, melainkan cahaya yang menjaga agar arah dakwah tidak melenceng dari tujuan.

Kreativitas dakwah di tangan para santri membawa warna baru bagi pesantren. Konten-konten yang mereka hasilkan mungkin sederhana, tetapi lahir dari keseimbangan antara logika, rasa, dan iman. Mereka menciptakan ruang digital yang tidak sekadar menghibur, tetapi menenangkan. Di tengah dunia yang semakin gaduh, suara santri muncul pelan namun pasti — suara yang membawa kembali makna ketulusan, kerja kolektif, dan cinta terhadap ilmu.

Fenomena ini sekaligus membantah anggapan bahwa pesantren hanya melahirkan penghafal teks. Justru, dari balik dinding-dinding pesantren yang sederhana, lahir generasi kreator dakwah yang berpikir kritis, bekerja kolaboratif, dan menyampaikan pesan dengan cara yang paling manusiawi. Dalam istilah McLuhan (1964), mereka telah menjadi “pembentuk lingkungan baru,” menciptakan ruang digital yang bernapas dengan nilai-nilai Islam (McLuhan 2019).

Seperti dikatakan KH. YS dalam satu sesi pembinaan media di Al-Furqon, “*Kalau santri bisa mengubah satu hati lewat video yang jujur, itu lebih berharga daripada seribu penonton yang hanya lewat.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menutup refleksi panjang tentang makna kreativitas dalam dakwah digital pesantren: bahwa di tengah gemerlap dunia maya, pesan yang lahir dari hati akan selalu menemukan jalannya menuju hati yang lain.

Dalam era visual seperti sekarang, pesan dakwah tidak lagi hanya disampaikan lewat kata-kata, tapi juga melalui gambar, ekspresi, warna, dan simbol. Dakwah digital pesantren dengan cepat beradaptasi dengan realitas ini. Mereka menyadari bahwa di balik setiap video, foto, atau infografis, tersimpan tanda-tanda yang dapat membentuk makna baru dalam benak audiens. Di sinilah teori semiotik Roland Barthes (1977) menemukan

relevansinya. Menurut Barthes, setiap teks visual memuat dua lapisan makna: denotasi (apa yang tampak) dan konotasi (makna kultural yang tersembunyi) (Barthes 1977). Dalam konteks pesantren, lapisan konotatif itu sering kali menjadi ruang bagi nilai-nilai spiritual untuk hidup dan berkomunikasi.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, konten dakwah visual mereka tampak sederhana, tapi sarat simbolisme. Dalam video “*Ngaji Satu Menit*,” misalnya, santri yang berbicara selalu mengenakan baju koko putih polos dan duduk bersila di lantai tanpa latar dekoratif. Bagi sebagian orang, itu mungkin hanya tampilan biasa. Namun, dalam kacamata semiotik, kesederhanaan itu adalah tanda (*signifier*) dari nilai ketulusan dan kesahajaan pesantren. KH. YS menjelaskan, “*Kami sengaja tidak pakai latar yang ramai. Supaya orang fokus ke pesan, bukan ke tampilan.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Visual yang minim ornamen ini menciptakan efek spiritual yang kuat. Ia menandakan kehadiran “kesunyian yang berbicara”—kesan damai dan jernih yang justru lahir dari keterbatasan. Dalam istilah Barthes, pesan semacam itu membangun *myth* atau mitos kultural tentang pesantren: tempat yang tenang, suci, dan penuh makna batin. Santri DS yang menjadi editor menuturkan, “*Kita pengen orang nonton itu kayak ngerasa lagi di serambi pesantren. Sederhana tapi adem.*” (Wawancara, September 2025).

Pendekatan visual yang sama juga terlihat dalam konten infografis bertema *Etika Bermedia dalam Islam*. Warna hijau muda mendominasi setiap desain—bukan kebetulan, karena hijau dalam tradisi Islam melambangkan kehidupan, kedamaian, dan keberkahan. Tulisan arab kecil di pojok bawah bukan sekadar hiasan, tapi penanda identitas keilmuan pesantren. Secara semiotik, setiap elemen itu bekerja sebagai kode visual yang menyatukan tradisi dan modernitas. Pesan yang ingin disampaikan tidak hanya ada pada

teks hadis atau ayat, tetapi juga pada rasa yang dihadirkan oleh visualnya: damai, bersih, dan penuh adab.

Sementara itu, di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, kekuatan pesan visual terletak pada struktur dan ketenangan komposisi. Dalam seri video “*Dialog Kitab Digital*,” dua tokoh selalu duduk sejajar di depan rak kitab yang rapi, dengan pencahayaan hangat yang stabil. Di permukaan, itu mungkin hanya setting biasa, tetapi secara semiotik, formasi sejajar menunjukkan kesetaraan dan dialog—pesan bahwa ilmu adalah ruang terbuka bagi siapa pun yang mau berpikir. KH. HR menegaskan, “*Kita ingin menunjukkan bahwa belajar kitab bukan monolog. Santri juga boleh bertanya, berdialog, dan menafsir.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Selain itu, kamera dalam video Persis 67 selalu bergerak lambat dan jarang melakukan potongan cepat. Ini bukan tanpa alasan. Gerak lambat menciptakan kesan reflektif dan mendalam, mengundang audiens untuk merenung, bukan sekadar menonton. Dalam analisis Barthesian, gaya ini menandakan *tempo spiritual*—ritme yang mengembalikan pengalaman religius ke suasana khusyuk. Seorang santri senior, NR, menjelaskan, “*Kami ingin orang nonton dan merasa tenang, bukan tergesa-gesa seperti nonton vlog.*” (Wawancara, September 2025).

Berbeda dari dua pesantren tersebut, Pesantren Yaspida Sukabumi memanfaatkan simbolisme budaya lokal untuk memperkuat daya tarik dakwah visualnya. Dalam podcast “*Ngaji Nyunda*,” simbol-simbol Sunda seperti kain sarung, hiasan bambu, dan tawa ringan menjadi elemen penting dari identitas visual mereka. RF, host podcast itu, mengatakan, “*Kami sengaja tetap pakai logat Sunda dan suasana kampung biar orang merasa dekat. Dakwah itu harus akrab, bukan menggurui.*” (Wawancara, September 2025).

Dalam setiap tayangan “Ngaji Nyunda,” ekspresi wajah, intonasi, dan tawa menjadi bagian dari pesan dakwah itu sendiri. Menurut teori Barthes, hal-hal seperti ini membentuk *anchorage*—cara visual dan bahasa saling menopang untuk menciptakan makna yang stabil. Ketika RF tertawa sambil berkata “*Ulah jadi jalma sombong di media sosial, atuh*” (jangan jadi orang sombong di media sosial), audiens tidak hanya menerima pesan moral, tapi juga merasakan kehangatan budaya yang menyertainya. Pesan itu terasa akrab karena disampaikan dengan bahasa dan simbol yang berasal dari kehidupan mereka sendiri.

Kreativitas visual para santri ini juga melahirkan kisah sukses baru. Salah satunya datang dari DS, santri Al-Furqon yang kanal YouTube-nya “*Satu Menit Berfaedah*” kini diikuti lebih dari dua puluh ribu orang. DS tidak pernah menyangka videonya yang sederhana bisa viral. “*Awalnya saya cuma pengin latihan bicara. Tapi pas video ‘Adab di Dunia Maya’ ditonton banyak orang, saya sadar ternyata banyak yang haus akan nasihat sederhana,*” ujarnya (Wawancara, September 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa kejujuran dan kesederhanaan tetap menjadi nilai yang kuat di dunia digital yang serba cepat dan kompetitif.

Kisah lain datang dari RF di Yaspida, yang bersama timnya berhasil membawa podcast “*Ngaji Nyunda*” masuk daftar “Top 10 Podcast Religius Lokal” versi platform Spotify Indonesia. Namun RF tidak menganggap hal itu sebagai prestasi pribadi. “*Kami senang, tapi ini bukan soal popularitas. Kami pengin orang-orang sadar bahwa dakwah bisa lewat tawa, bukan marah-marah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dalam pernyataan itu, RF mengartikulasikan semangat *humanisasi dakwah digital*—bahwa humor, bahasa lokal, dan kehangatan bisa menjadi strategi spiritual yang efektif di tengah masyarakat modern.

Dari ketiga pesantren itu, dapat dilihat bahwa visual dalam dakwah pesantren tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan verbal, tetapi sebagai sarana komunikasi yang sarat nilai. Elemen warna, suara, ekspresi, bahkan kesunyian, semuanya bekerja bersama membentuk pengalaman spiritual yang baru. Pesantren berhasil mengubah media digital menjadi ruang estetika religius—ruang di mana keindahan, nilai, dan keimanan berpadu.

Dalam pandangan Barthes, makna tidak pernah final; ia selalu bergerak di antara penanda dan yang ditandai. Begitu pula dengan dakwah digital pesantren: ia tidak berhenti pada teks atau citra, tapi terus hidup dalam interpretasi masyarakat yang menontonnya. Maka, setiap video atau podcast bukan hanya media komunikasi, tetapi juga *mediasi makna*—tempat di mana agama, budaya, dan kreativitas bertemu.

Seperti diucapkan KH. MA dari Yaspida dengan nada lembut saat sesi muhasabah santri, “*Kalau kalian bikin video dakwah, pastikan yang menonton bukan cuma matanya yang terbuka, tapi juga hatinya.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menutup refleksi ini dengan sempurna: dakwah visual bukan tentang siapa yang paling canggih, tetapi siapa yang paling tulus.

#### **D. Efektivitas Komunikasi Dakwah Digital**

Transformasi dakwah ke ranah digital bukan hanya persoalan teknis atau adaptasi terhadap zaman, tetapi juga ujian efektivitas komunikasi. Pertanyaannya sederhana namun fundamental: apakah dakwah digital benar-benar mampu menyentuh hati masyarakat seperti halnya dakwah tradisional di masjid dan pesantren? Dari hasil observasi dan wawancara di tiga pesantren—Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi—terlihat bahwa efektivitas dakwah digital sangat ditentukan oleh kemampuan pesantren menggabungkan kekuatan tradisi dengan fleksibilitas media baru.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, pengaruh dakwah digital terasa paling nyata dari meningkatnya interaksi audiens di kanal YouTube dan laman media sosial pesantren. Kanal “*Ngaji Satu Menit*” yang dikelola santri DS rata-rata ditonton lebih dari 5.000 kali setiap unggahan. Namun, bagi tim media pesantren, angka penonton bukanlah ukuran utama. HS, koordinator media, menegaskan, “*Kami lebih perhatikan komentar. Dari situ kami tahu apakah orang hanya menonton, atau benar-benar memahami.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Komentar-komentar di video mereka menunjukkan bentuk keterlibatan emosional yang cukup tinggi. Seorang penonton menulis, “*Terima kasih, Ustadz. Video ini saya tonton setiap pagi sebelum kerja, bikin hati tenang.*” Ada juga yang menulis, “*Ngaji satu menit tapi bisa buat saya introspeksi seharian.*” Dari sudut pandang teori *Uses and Gratifications* (Blumler and Katz 1974), fenomena ini menggambarkan bahwa audiens tidak sekadar pasif, melainkan aktif memilih dan memaknai konten dakwah sesuai kebutuhan spiritualnya. Dakwah digital memberi ruang bagi khalayak untuk menjadi subjek yang mengatur ritme spiritualitasnya sendiri—mereka bisa menonton kapan pun, di mana pun, tanpa terikat ruang dan waktu.

Bagi KH. YS, perubahan ini adalah bentuk keberkahan zaman. “*Kalau dulu dakwah terbatas di mimbar, sekarang setiap ponsel bisa jadi masjid kecil,*” ujarnya sambil tersenyum (Wawancara, September 2025). Pernyataan itu menggambarkan kesadaran baru di kalangan ulama pesantren: media digital bukan pengganti, melainkan perpanjangan tangan dari dakwah konvensional. Dalam konteks ini, efektivitas dakwah digital tidak diukur dari jumlah penonton semata, tetapi dari sejauh mana pesan dakwah mampu membangun kebiasaan baru dalam kehidupan beragama.

Berbeda dengan Al-Furqon, Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya memaknai efektivitas dakwah digital dari sisi kualitas interaksi ilmiah. Video “*Dialog Kitab Digital*” mereka memang tidak viral secara angka, tapi punya basis penonton yang loyal dan aktif berdiskusi. Dalam setiap unggahan, kolom komentar diisi dengan pertanyaan dan sanggahan bernuansa akademik. Ustadz NR menuturkan, “*Kami senang lihat penonton nanya balik, bukan cuma bilang ‘Aamiin’.* Itu tandanya mereka berpikir.” (Wawancara, Agustus 2025).

Di sini, dakwah digital berfungsi sebagai *public sphere*—ruang publik virtual tempat umat berdialog dan mengembangkan pemahaman agama secara rasional (Habermas 1989). Para penonton tidak sekadar menerima kebenaran secara pasif, tetapi ikut serta dalam proses pencarian makna. Menurut KH. HR, “*Itu justru mirip suasana halaqah zaman dulu, tapi lewat layar.*” (Wawancara, September 2025). Artinya, dakwah digital mampu menghadirkan kembali tradisi keilmuan Islam klasik dalam format modern, menjembatani antara teks kitab dan konteks kekinian.

Sementara itu, di Pesantren Yaspida Sukabumi, efektivitas dakwah digital lebih terasa dalam dimensi emosional dan sosial. Podcast “*Ngaji Nyunda*” yang mereka kelola berhasil menjangkau segmen masyarakat yang selama ini sulit tersentuh oleh dakwah formal — buruh pabrik, pedagang pasar, hingga perantau di luar Jawa Barat. RF, salah satu host podcast, bercerita, “*Sering ada yang kirim pesan, katanya mereka dengar podcast kami pas di bus atau waktu lembur malam. Katanya, rasanya kayak ngobrol sama teman.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Bagi Yaspida, kedekatan semacam itu lebih penting daripada popularitas. KH. MA menjelaskan, “*Kalau orang merasa didengar dan disapa lewat dakwah, berarti komunikasi itu berhasil.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa efektivitas dakwah

tidak selalu harus diukur dengan angka atau engagement, tapi bisa juga melalui kualitas hubungan yang terbangun antara penyampai pesan dan penerimanya. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, ini disebut *affective involvement*—keterlibatan emosional audiens dalam pengalaman media yang membentuk koneksi spiritual personal (Katz, Gurevitch, and Haas 1974).

Perbandingan antara dakwah daring (online) dan luring (tatap muka) juga menjadi tema reflektif di ketiga pesantren. Di Al-Furqon, KH. YS mengakui bahwa dakwah daring efektif menjangkau audiens luas, tetapi “*tidak bisa menggantikan kehangatan tatap muka.*” (Wawancara, September 2025). Santri DS menambahkan, “*Kalau ngaji di pesantren, ada aura yang beda. Tapi lewat video, kami bisa tetap nyambungin semangatnya ke orang yang jauh.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa bagi para pelaku dakwah pesantren, efektivitas digital bersifat *komplementer*, bukan *substitusional*.

Di Persis 67, perbandingan ini ditarik ke ranah epistemologis. Dakwah luring dianggap sebagai ruang pembentukan adab dan sanad keilmuan, sedangkan dakwah daring lebih sebagai ruang penyebaran ide dan refleksi publik. “*Kalau di dunia nyata, kita belajar adab. Kalau di dunia maya, kita belajar berdialog,*” ujar Ustadz NR (Wawancara, Agustus 2025). Keduanya, kata beliau, harus berjalan berdampingan agar pesan Islam tetap utuh—berakar dan berjejak.

Sedangkan di Yaspida, dakwah daring justru memperkuat dakwah luring. Santri menggunakan podcast dan Instagram bukan untuk menggantikan pengajian rutin, tapi untuk memperpanjang resonansi pesan setelah pengajian selesai. RF menjelaskan, “*Biasanya habis kajian Jumat malam, kami langsung rekam podcast tentang tema yang sama. Jadi yang nggak hadir tetap bisa ikut.*” (Wawancara, September 2025). Strategi ini

menunjukkan integrasi dua dunia: *pesantren offline* yang berakar dalam komunitas, dan *pesantren online* yang hidup di ruang digital.

Dari berbagai data lapangan ini, dapat disimpulkan bahwa efektivitas dakwah digital di pesantren tidak bisa diukur secara tunggal. Ia bekerja dalam berbagai dimensi—kognitif, emosional, sosial, dan spiritual. Bagi sebagian audiens, efektivitas berarti menemukan pengetahuan baru; bagi yang lain, berarti merasa ditemani dalam kesepian modern. Media digital membuka jalan bagi dakwah yang lebih personal, interaktif, dan adaptif terhadap kebutuhan spiritual masyarakat yang beragam.

Namun, efektivitas dakwah digital juga mengandung tantangan. Dalam satu sesi refleksi tim media Al-Furqon, HS mengungkapkan kegelisahan mereka: “*Kadang algoritma bikin pesan kita tenggelam. Yang lucu dan kontroversial malah cepat naik.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menyingkap paradoks era digital: dakwah bisa menjangkau banyak orang, tapi juga bisa terjebak dalam logika popularitas. Oleh karena itu, pesantren perlu terus mengembangkan *ethical literacy*—kesadaran moral dalam menggunakan teknologi agar dakwah tetap terarah pada nilai, bukan sekadar jumlah penonton.

Di penghujung wawancara di Yaspida, KH. MA berkata dengan nada lirih, “*Kalau satu video bisa bikin orang ingat Allah, meski cuma satu orang, itu sudah dakwah yang berhasil.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu merangkum esensi efektivitas dakwah pesantren di era digital: bukan tentang seberapa banyak yang melihat, tetapi seberapa dalam pesan itu tinggal di hati mereka.

Setiap dakwah memiliki audiensnya sendiri, dan setiap audiens punya alasan berbeda untuk mendengarkan. Prinsip ini menjadi dasar dari teori *Uses and Gratifications* (Blumler and Katz 1974), yang menegaskan bahwa

khalayak tidak pasif terhadap media, tetapi aktif mencari kepuasan tertentu dari pesan yang mereka konsumsi. Dalam konteks dakwah digital pesantren di Jawa Barat, teori ini menemukan bentuk yang sangat khas: santri, alumni, masyarakat sekitar, hingga perantau di luar negeri mengonsumsi konten dakwah bukan hanya untuk informasi, tetapi juga untuk rasa keterhubungan spiritual dan sosial.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, ditemukan bahwa mayoritas audiens konten dakwah pesantren menggunakan media digital dengan motif spiritual sekaligus emosional. Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, misalnya, sebagian besar penonton “*Ngaji Satu Menit*” adalah kalangan pekerja muda dan ibu rumah tangga. Mereka menonton bukan karena ingin belajar agama secara mendalam, tetapi karena mencari ketenangan di sela aktivitas harian. Seorang penonton, AN (32 tahun), menulis di kolom komentar, “*Saya sering buka video ini pas macet di jalan. Rasanya kayak diingatkan pelan-pelan tanpa dihakimi.*” (Wawancara daring, September 2025).

Temuan ini memperlihatkan bahwa kebutuhan audiens tidak selalu bersifat kognitif, tetapi juga afektif. Mereka mencari pengalaman religius yang ringan namun bermakna. KH. YS menegaskan, “Zaman sekarang, orang tidak kekurangan ceramah, tapi kekurangan ketenangan. Jadi tugas kami bukan hanya menjelaskan, tapi menenangkan.” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini sejalan dengan dimensi *emotional gratification* dalam teori *Uses and Gratifications*, yaitu bahwa media dipilih karena mampu memberikan rasa nyaman, penghiburan, dan kelegaan psikologis (Katz et al. 1974).

Berbeda dengan Al-Furqon, audiens di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menunjukkan pola penggunaan media yang lebih reflektif dan

intelektual. Berdasarkan observasi komentar dan wawancara daring dengan penonton, sebagian besar dari mereka adalah mahasiswa, guru madrasah, dan santri alumni. Mereka menggunakan video “*Dialog Kitab Digital*” sebagai sumber belajar tambahan. Salah satu responden, FM (27 tahun), mengaku, “*Saya suka formatnya karena tidak menggurui. Saya bisa ikut berpikir.*” (Wawancara, September 2025).

Dalam hal ini, motivasi utama audiens adalah *cognitive gratification*—kebutuhan akan pengetahuan dan pemahaman rasional. Media dakwah digital menjadi perpanjangan ruang belajar yang menghubungkan ilmu klasik dengan konteks modern. KH. HR menjelaskan, “*Kalau dulu kita baca kitab di surau, sekarang kitabnya hadir di layar. Tapi semangatnya sama: tafakkur.*” (Wawancara, Agustus 2025). Fenomena ini memperlihatkan bahwa pesantren berhasil memanfaatkan media digital bukan sekadar untuk penyebaran dakwah, tapi juga untuk mempertahankan tradisi intelektual Islam dalam format baru.

Sementara itu, audiens Pesantren Yaspida Sukabumi menampilkan karakter yang unik: mereka menggunakan konten dakwah sebagai sarana menjaga identitas kultural dan spiritual. Podcast “*Ngaji Nyunda*” bukan hanya tempat mendengarkan nasihat agama, tetapi juga ruang nostalgia budaya Sunda. Dalam wawancara dengan salah satu pendengar, NN (45 tahun), seorang perantau asal Sukabumi yang kini tinggal di Bekasi, ia berkata, “*Setiap denger podcast itu rasanya kayak pulang. Logatnya, humornya, semuanya bikin rindu kampung.*” (Wawancara daring, September 2025).

Respons ini memperlihatkan bahwa fungsi media dalam dakwah tidak selalu religius secara formal. Ia juga bisa menjadi sarana pemeliharaan identitas budaya dan kedekatan emosional. Dalam terminologi *Uses and Gratifications*, ini termasuk dalam kategori *social integrative gratification*—

kebutuhan untuk merasa menjadi bagian dari kelompok sosial tertentu (Katz et al., 1974). KH. MA menegaskan hal ini dalam wawancara, “*Kami tidak ingin dakwah terasa jauh. Kalau bahasa dan budayanya dekat, hatinya ikut terbuka.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Jika dibandingkan antara ketiga pesantren tersebut, dapat dilihat bahwa pola respons audiens dakwah digital sangat bergantung pada karakter lembaga dan gaya komunikasinya. Pesantren Al-Furqon memunculkan audiens yang mencari kedamaian personal (*personal emotional needs*), Persis 67 menarik audiens dengan orientasi ilmiah (*cognitive needs*), sementara Yaspida membangun keterikatan sosial dan budaya (*social integrative needs*). Ketiganya secara bersamaan menggambarkan keberhasilan pesantren Jawa Barat dalam mengelola dakwah digital yang multi-dimensi—tidak hanya mendidik, tetapi juga menenangkan dan mengikat.

Namun, teori *Uses and Gratifications* juga membantu menjelaskan keterbatasan dakwah digital pesantren. Karena audiens bersifat aktif, mereka memilih dan menafsirkan pesan sesuai kebutuhan pribadi. Artinya, kontrol pesan tidak sepenuhnya di tangan da'i. KH. YS mengakui hal ini, “*Kadang orang ambil potongan video lalu diunggah ulang tanpa konteks. Itu bisa bahaya.*” (Wawancara, September 2025). Fenomena *out-of-context sharing* ini menunjukkan risiko fragmentasi makna dalam ruang digital—ketika pesan dakwah kehilangan konteks spiritual dan berubah menjadi sekadar potongan viral.

Untuk mengatasi hal itu, pesantren mengembangkan sistem moderasi internal. Di Al-Furqon, setiap video. Perbandingan antara dakwah luring (tatap muka) dan daring (digital) di pesantren-pesantren Jawa Barat memperlihatkan pergeseran mendasar dalam cara manusia berinteraksi dengan nilai spiritual. Kedua bentuk dakwah ini tidak saling meniadakan, melainkan saling

melengkapi—yang satu mengakar di ruang sosial nyata, yang lain menjangkau ruang batin digital. Dari hasil observasi di tiga pesantren—Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi—muncul gambaran menarik tentang bagaimana dua model dakwah ini memengaruhi dimensi spiritualitas, relasi sosial, dan keseimbangan psikologis jamaah.

Dalam dimensi spiritualitas, dakwah luring tetap memiliki daya transformatif yang sulit digantikan oleh media digital. Di pesantren, interaksi langsung antara kyai dan santri menciptakan pengalaman yang tidak hanya kognitif, tetapi juga afektif. KH. YS dari Al-Furqon menjelaskan, “*Kalau ngaji tatap muka, bukan hanya ilmu yang berpindah, tapi juga getaran hati.*” (Wawancara, Agustus 2025). Saat santri duduk melingkar, mendengarkan suara lembut guru yang membaca ayat, suasana hening itu menjadi bagian dari ibadah itu sendiri. Keheningan, tatapan mata, bahkan aroma ruang ngaji—semua membangun *embodied spirituality*, sebuah pengalaman keagamaan yang melibatkan seluruh indra.

Namun, dakwah daring membawa bentuk spiritualitas baru yang lebih reflektif dan personal. Audiens yang menonton ceramah digital sering melakukannya dalam kesendirian: di kamar, di bus, atau di sela jam kerja. Situasi itu menciptakan ruang introspeksi yang lebih privat. DS, santri Al-Furqon yang mengelola kanal YouTube pesantren, mengatakan, “*Banyak yang bilang ke saya, mereka nonton video kami pas malam sebelum tidur. Katanya, itu jadi waktu mereka ngobrol sama diri sendiri.*” (Wawancara, September 2025). Fenomena ini menunjukkan munculnya bentuk *silent spirituality*—pengalaman religius yang tidak terikat pada ruang publik, melainkan terjadi dalam keheningan digital.

Dari sisi dimensi sosial, dakwah luring lebih unggul dalam membangun solidaritas komunitas. Di Persis 67, misalnya, setiap pengajian rutin Jumat malam menjadi ajang pertemuan sosial yang mempererat hubungan antarwarga pesantren. *“Kadang setelah kajian, jamaah ngobrol sampai larut. Dari situ muncul ide kegiatan sosial,”* ujar Ustadz NR (Wawancara, Agustus 2025). Dakwah luring berfungsi sebagai *ritual kolektif*, tempat masyarakat merasakan kebersamaan yang hangat.

Sebaliknya, dakwah daring membuka bentuk baru solidaritas virtual. Komunitas audiens yang terbentuk di kolom komentar atau grup WhatsApp pesantren menjadi ruang diskusi yang dinamis. Di Yaspida Sukabumi, para pendengar podcast *“Ngaji Nyunda”* sering berdiskusi dan saling menyapa setelah tayangan dirilis. RF, host podcast, menceritakan, “Kadang ada yang saling bantu di kolom komentar. Ada yang curhat, ada yang mendoakan.” (Wawancara, September 2025). Meskipun tidak saling mengenal secara fisik, mereka merasakan kebersamaan spiritual yang nyata. Ini menggambarkan bentuk *networked religiosity* (Campbell 2010)—praktik keagamaan yang berakar dalam interaksi sosial berbasis jaringan digital.

Namun, bentuk solidaritas digital juga punya sisi rapuh. Hubungan yang dibangun lewat layar mudah hilang ketika algoritma berubah atau ketika perhatian publik bergeser. KH. MA dari Yaspida menegaskan, *“Di dunia maya, orang bisa cepat dekat tapi juga cepat lupa.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan itu mengingatkan bahwa dakwah daring membutuhkan upaya berkelanjutan untuk menjaga kehangatan spiritual agar tidak tereduksi menjadi sekadar konsumsi konten.

Dari perspektif psikologis, dakwah luring memberi rasa keteraturan dan kestabilan emosional. Kehadiran fisik guru menciptakan rasa aman bagi santri dan jamaah. Di Al-Furqon, misalnya, banyak santri yang merasa tenang

hanya dengan duduk di majelis tanpa harus berbicara. “*Kalau lihat wajah Kyai, hati jadi adem,*” kata salah satu santri, MN (Wawancara, September 2025). Efek psikologis semacam ini menjelaskan mengapa pesantren masih menjadi pusat penguatan mental-spiritual di tengah tekanan hidup modern.

Namun, dakwah daring juga memberi ruang bagi penyembuhan psikologis yang berbeda. Banyak audiens yang mengaku merasa “ditemani” oleh video atau podcast dakwah saat mereka mengalami kesepian. Seorang pendengar *Ngaji Nyunda* menulis di pesan langsung kepada tim Yaspida, “*Saya sering kerja malam sendirian di pabrik. Kalau dengar podcast ini, rasanya kayak lagi diajak ngobrol.*” (Wawancara daring, September 2025). Di sini, dakwah digital berperan sebagai *mediated companionship*—hubungan emosional yang terbentuk antara individu dan figur religius di media. Ia bukan pengganti hubungan nyata, tapi jembatan yang mengurangi jarak dan kesepian spiritual.

Perbandingan antara luring dan daring ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki efektivitas berbeda namun saling menopang. Dakwah luring unggul dalam membangun kedekatan sosial dan otoritas moral, sementara dakwah daring kuat dalam menjangkau ruang personal dan memberi pengalaman spiritual yang fleksibel. KH. HR menyimpulkan dengan jernih, “*Kalau luring itu jamaah datang ke pesantren, kalau daring pesantren yang datang ke jamaah.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini merangkum arah transformasi dakwah modern: dari dakwah yang mengundang, menuju dakwah yang menghampiri.

Namun, keseimbangan antara keduanya masih menjadi tantangan. Beberapa santri Al-Furqon mengaku bahwa aktivitas media kadang membuat mereka kehilangan waktu untuk belajar kitab secara mendalam. “*Kalau lagi sibuk edit video, kadang lupa baca tafsir,*” kata DS (Wawancara, September

2025). Ini menunjukkan potensi *distraction effect* dalam dakwah digital—ketika aktivitas media justru menyerap energi spiritual jika tidak dikelola dengan niat yang tepat. Oleh karena itu, kyai berperan penting sebagai penjaga keseimbangan antara semangat inovasi dan kedalaman spiritual.

Dalam perspektif teori komunikasi agama, kedua bentuk dakwah ini sebetulnya mewakili dua model komunikasi: dakwah luring sebagai *ritual communication* (Carey 1989)—yang menekankan kebersamaan dan pembentukan makna bersama; dan dakwah daring sebagai *transmission communication* — yang fokus pada penyebaran pesan. Pesantren di Jawa Barat kini tengah berusaha menggabungkan keduanya menjadi bentuk ketiga: *spiritual network communication*, yaitu dakwah yang mengalir melalui jaringan teknologi tanpa kehilangan sentuhan ruhaniyahnya.

Pada akhirnya, baik luring maupun daring memiliki kesamaan misi: menyentuh hati manusia. KH. MA menutup sesi wawancara dengan kalimat yang sederhana tapi penuh makna, “*Yang penting bukan di mana dakwah disampaikan, tapi apakah orang yang mendengarnya makin dekat sama Allah.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menjadi penanda bahwa efektivitas dakwah sejati bukan diukur dari jumlah audiens, tetapi dari kedalaman dampak spiritual yang ditinggalkannya.

# **BAGIAN VIII**

## **TANTANGAN DAN PELUANG**

### **DAKWAH DIGITAL PESANTREN**

#### **A. Tantangan Internal**

Salah satu tantangan paling nyata dalam transformasi dakwah digital di pesantren Jawa Barat adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan infrastruktur media. Banyak pesantren menyadari pentingnya dakwah digital, namun belum sepenuhnya memiliki kemampuan teknis dan peralatan memadai untuk mendukungnya. Di lapangan, kesenjangan ini terlihat jelas antara pesantren yang sudah memiliki struktur media profesional, seperti Al-Furqon Muhammadiyah Garut, dengan pesantren berbasis komunitas seperti Yaspida Sukabumi yang masih mengandalkan peralatan sederhana dan tenaga sukarela.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, tim media pesantren sudah terbentuk secara formal sejak 2021. Mereka memiliki beberapa kamera DSLR, komputer editing, dan jaringan internet yang relatif stabil. Namun, meskipun sistem mereka terlihat mapan, tantangan tetap ada pada aspek keberlanjutan SDM. HS, ketua tim media, menjelaskan, *“Santri di sini cepat belajar, tapi begitu mereka lulus, kami kehilangan orang yang bisa ngedit. Jadi harus mulai dari nol lagi tiap angkatan baru.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa regenerasi SDM teknis menjadi masalah klasik di pesantren. Keahlian digital belum menjadi bagian dari sistem pembelajaran berkelanjutan, sehingga kemampuan teknis sering kali hilang bersama kepergian santri yang lulus.

Keterbatasan SDM ini juga mencerminkan tantangan struktural: pesantren pada dasarnya bukan lembaga yang didirikan untuk memproduksi konten media, melainkan lembaga pendidikan spiritual. Oleh karena itu, adaptasi ke dunia digital menuntut pergeseran paradigma yang tidak mudah. KH. YS, pimpinan Al-Furqon, mengakui, *“Kami ini ahli dalam mengajar kitab, bukan mengatur kamera. Tapi kalau dakwah harus lewat layar, maka kami belajar.”* (Wawancara, September 2025). Pernyataan itu mencerminkan semangat adaptif pesantren, namun sekaligus memperlihatkan jarak antara misi keagamaan dan realitas teknologis yang kini dihadapi.

Sementara itu, di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, kemampuan teknis lebih baik karena sebagian santri merupakan mahasiswa kampus teknologi dan komunikasi. Namun, keterbatasan muncul dari minimnya alat produksi yang memadai. Ustadz NR menjelaskan, *“Kami punya banyak ide, tapi alatnya terbatas. Kadang satu kamera dipakai bergantian sampai malam.”* (Wawancara, Agustus 2025). Kekurangan alat ini memperlambat proses produksi dan membuat tim media sering kali menunda proyek dakwah. Hal ini mengindikasikan adanya infrastructure gap — kesenjangan fasilitas yang secara langsung memengaruhi konsistensi produksi dakwah digital.

Di Pesantren Yaspida Sukabumi, tantangan lebih berat. Mereka hanya memiliki satu komputer yang digunakan bergantian untuk administrasi dan editing. Internet sering lambat, bahkan sinyal tidak stabil saat hujan. RF, salah satu santri pengelola podcast *Ngaji Nyunda*, bercerita dengan nada santai tapi getir, *“Kadang kalau mau upload podcast, saya jalan ke warung kopi dekat jalan raya biar sinyalnya kuat. Di sana sekalian ngopi, nungguin file-nya selesai diunggah.”* (Wawancara, September 2025). Kisah ini menggambarkan kenyataan lapangan yang kerap diabaikan dalam diskursus tentang digitalisasi

dakwah: bahwa di balik setiap konten inspiratif, ada perjuangan teknis yang panjang dan melelahkan.

Keterbatasan infrastruktur tidak hanya memengaruhi kualitas produksi, tapi juga berdampak pada psikologi para santri kreatif. Mereka harus berhadapan dengan rasa frustrasi ketika ide-ide bagus tidak bisa diwujudkan karena keterbatasan alat. Menurut DS, santri Al-Furqon yang aktif dalam editing, *“Pernah kami rencanain bikin video dokumenter, tapi gagal karena laptopnya gak kuat render. Rasanya sedih, padahal idenya bagus banget.”* (Wawancara, September 2025). Di sini, tantangan teknis berubah menjadi tantangan emosional: bagaimana menjaga semangat dakwah di tengah keterbatasan material.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dakwah di pesantren bukan sekadar urusan kemampuan individu, melainkan persoalan ekosistem. Dalam teori *digital divide* (Van Dijk 2006), kesenjangan digital bukan hanya perbedaan dalam akses teknologi, tetapi juga dalam kemampuan menggunakannya untuk tujuan produktif. Pesantren yang memiliki sumber daya dan jaringan eksternal mampu lebih cepat beradaptasi, sementara pesantren yang minim dukungan harus mengandalkan kreativitas internal untuk bertahan.

Beberapa pesantren mencoba mengatasi hambatan ini dengan pendekatan kolaboratif. Di Al-Furqon, misalnya, mereka menjalin kerja sama dengan alumni yang memiliki usaha media dan teknologi. HS menjelaskan, *“Kalau ada proyek besar, kami biasanya pinjam alat ke alumni. Mereka juga bantu ngajarin editing.”* (Wawancara, September 2025). Pola kolaborasi ini menjadi salah satu solusi realistik untuk mengatasi keterbatasan fasilitas. Sementara Yaspida mengandalkan solidaritas sosial—santri yang punya ponsel bagus akan meminjamkannya untuk merekam video dakwah.

Namun, di balik semua keterbatasan ini, ada kekuatan tersembunyi: keikhlasan dan kreativitas. Banyak santri justru melihat tantangan teknis sebagai ruang latihan kesabaran dan kerja sama. KH. MA dari Yaspida pernah berujar, *“Kalau semua serba mudah, mungkin dakwah kita tidak seikhlas ini.”* (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat itu mengandung makna mendalam: teknologi boleh terbatas, tapi semangat dakwah tetap tak terbendung.

Keterbatasan SDM dan infrastruktur akhirnya tidak hanya menjadi hambatan, tetapi juga cermin dari karakter pesantren yang selalu berjuang dari bawah. Dalam konteks dakwah digital, kesulitan teknis menjadi bagian dari proses spiritual: ujian kesabaran, ketekunan, dan kolaborasi. Seperti yang dikatakan DS dengan senyum kecil, *“Laptop boleh lemot, tapi niat dakwah jangan.”* (Wawancara, September 2025).

Dengan begitu, tantangan SDM dan infrastruktur tidak sekadar persoalan teknis, tetapi juga medan latihan moral dan spiritual. Pesantren Jawa Barat, meski masih menghadapi kekurangan peralatan dan tenaga profesional, terus melangkah dengan prinsip sederhana tapi kuat: dakwah harus terus berjalan, seberat apa pun jalannya.

Salah satu tantangan signifikan dalam transformasi dakwah digital pesantren adalah rendahnya literasi digital di kalangan ustadz senior. Di banyak pesantren Jawa Barat, para kyai dan ustadz sepuh memegang otoritas keagamaan dan moral yang tinggi, namun sebagian dari mereka belum terbiasa berinteraksi dengan teknologi informasi modern. Kesenjangan generasi antara ustadz dan santri muda menciptakan friksi kecil dalam proses adaptasi digital, baik dalam hal pemahaman, cara berpikir, maupun pola dakwah yang digunakan.

Dalam wawancara dengan KH. AN dari Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, beliau mengungkapkan keprihatinannya terhadap

perkembangan media sosial dalam konteks dakwah. “Teknologi itu ibarat pisau bermata dua,” ujarnya pelan. *“Kalau salah niat, bisa melukai. Saya lebih tenang ceramah di masjid daripada bicara di depan kamera.”* (Wawancara, Agustus 2025). Ucapan ini menggambarkan dilema moral dan spiritual yang dihadapi oleh banyak ustadz senior: mereka memahami pentingnya dakwah digital, tetapi khawatir terhadap potensi penyalahgunaan niat, riya, dan kehilangan nilai keikhlasan.

Sebagian ustadz lainnya bahkan masih memandang media sosial dengan kecurigaan. Di Yaspida Sukabumi, Ustadz SY menuturkan, *“Saya pernah lihat santri bikin konten ceramah di TikTok. Niatnya bagus, tapi kok kayaknya malah jadi hiburan, bukan nasihat.”* (Wawancara, September 2025). Pandangan ini memperlihatkan adanya jarak persepsi terhadap bentuk dakwah baru yang tidak selalu sesuai dengan format tradisional. Dalam konteks ini, rendahnya literasi digital bukan hanya soal kemampuan teknis, melainkan juga soal kesadaran kultural dan teologis dalam menghadapi ruang publik baru yang terbuka dan tak terkontrol.

Secara psikologis, kondisi ini dapat dijelaskan melalui teori resistance to change yang dikemukakan oleh Kurt Lewin (1951). Dalam teorinya, perubahan sosial sering kali menimbulkan “kekuatan penghambat” (resisting forces) yang muncul dari kebiasaan lama, ketakutan akan ketidakpastian, dan ancaman terhadap nilai-nilai yang sudah mapan (Lewin 1951). Dalam konteks pesantren, perubahan menuju dakwah digital dianggap sebagai potensi ancaman terhadap otoritas tradisional ustadz senior, yang selama ini terbentuk dalam sistem komunikasi tatap muka dan sanad keilmuan yang ketat. Ketika dakwah berpindah ke ruang digital yang terbuka untuk siapa pun, sebagian kyai merasa nilai otoritas itu mulai kabur.

Fenomena ini juga tampak dalam pola komunikasi internal pesantren. Di Al-Furqon Muhammadiyah Garut, misalnya, para ustadz muda sering kali harus menjelaskan ulang kepada senior mereka tentang manfaat penggunaan YouTube atau Instagram. Salah satu santri yang juga mengajar di bidang media, DS, menuturkan, *“Awalnya banyak ustadz yang kurang percaya kalau dakwah lewat YouTube bisa membawa manfaat. Tapi setelah lihat banyak jamaah dari luar kota ikut kajian online, baru mulai paham.”* (Wawancara, Agustus 2025). Proses ini menggambarkan perubahan bertahap, di mana literasi digital berkembang bukan lewat pelatihan formal, melainkan melalui pengalaman konkret dan hasil nyata yang bisa dirasakan.

Namun, resistensi ustadz senior tidak selalu negatif. Dalam banyak kasus, sikap kehati-hatian mereka justru menjadi pengingat moral agar dakwah digital tidak terjebak pada orientasi popularitas. KH. YS dari Al-Furqon menegaskan, *“Santri boleh kreatif, tapi jangan menjual agama untuk like dan subscribe.”* (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini mengandung pesan penting: bahwa literasi digital di pesantren tidak cukup hanya menguasai alat, tetapi juga harus diimbangi dengan literasi etika. Dalam pandangan beliau, teknologi hanyalah sarana, bukan inti dari dakwah itu sendiri.

Sementara itu, upaya peningkatan literasi digital di kalangan ustadz senior mulai dilakukan secara perlahan. Di beberapa pesantren, santri muda berinisiatif mengadakan pelatihan sederhana seperti penggunaan kamera, pengelolaan akun media sosial, dan dasar-dasar editing video. Menurut HS, ketua tim media Al-Furqon, *“Kami ajarin para ustadz cara pakai Zoom waktu pandemi, terus berlanjut sampai sekarang buat kajian online. Awalnya kaku, sekarang malah jadi semangat karena bisa dakwah ke luar negeri.”* (Wawancara, Agustus 2025). Transformasi kecil ini memperlihatkan bahwa

resistensi bisa berubah menjadi penerimaan ketika manfaatnya dirasakan langsung.

Masalah literasi digital juga berkaitan erat dengan *habitus* pesantren yang terbentuk dari tradisi lisan dan kehadiran fisik. Dalam budaya pesantren, keilmuan dan keberkahan sering kali dipahami melalui tatap muka dan adab berguru. Ketika dakwah berpindah ke ruang digital, bentuk kehadiran spiritual itu menjadi pertanyaan baru: apakah berkah masih mengalir lewat layar? Sebagian ustadz senior merasa kehilangan makna keintiman murid-guru dalam ruang virtual. Dalam pandangan Habermas (1989), perubahan seperti ini menunjukkan pergeseran “ruang publik religius” yang semula bersifat komunal menjadi mediatif dan individualistic (Habermas 1989).

Rendahnya literasi digital di kalangan ustadz senior tidak berarti penolakan total terhadap kemajuan, melainkan bentuk kehati-hatian terhadap dampak sosial dan spiritual dari media. Justru dalam kehati-hatian ini tersimpan nilai penting: kontrol moral atas arus digital yang terlalu cepat. Tantangan bagi santri dan pengelola media pesantren adalah bagaimana menjembatani dua generasi—yang satu berakar pada tradisi kitab dan ketenangan, dan yang lain tumbuh di era kecepatan dan visualitas.

Dengan demikian, literasi digital di pesantren tidak bisa hanya diukur dari kemampuan teknis, tetapi harus dipahami sebagai bagian dari transformasi nilai. Dakwah digital bukan sekadar soal siapa yang lebih canggih menggunakan teknologi, tetapi siapa yang mampu menjaga makna, niat, dan adab di tengah derasnya arus informasi. Perubahan di pesantren, seperti kata Lewin (1951), membutuhkan *unfreezing* nilai lama tanpa memutuskan akar moralnya. Di titik inilah, dakwah digital pesantren menemukan bentuk khasnya—modern, tapi tetap berjiwa tradisi (Lewin 1951).

Transformasi dakwah digital di pesantren Jawa Barat bukan hanya persoalan teknologi, tetapi juga pergulatan nilai di antara para pelakunya. Di balik semangat modernisasi, muncul pula resistensi yang lahir dari kekhawatiran moral dan spiritual. Sebagian kyai dan ustadz memandang bahwa kemajuan digital memang tak terhindarkan, namun tetap harus dikendalikan agar tidak menggeser niat suci dakwah. Pandangan ini menegaskan bahwa perubahan dalam dunia pesantren tidak selalu berlangsung linear, melainkan seringkali diiringi oleh tarik-menarik antara idealisme keagamaan dan tuntutan zaman.

KH. AN dari Pesantren Persis Benda mengungkapkan sikap hati-hati yang mencerminkan pandangan tradisional namun bijak. *“Teknologi itu perlu dikendalikan agar tidak mendominasi niat dakwah,”* ujarnya ketika ditemui di kediamannya (Wawancara, Agustus 2025). Baginya, penggunaan media digital bukan sekadar alat bantu, tetapi medan ujian bagi keikhlasan. Ketika dakwah dilakukan di ruang publik yang terbuka dan diukur dengan angka—seperti jumlah penonton, komentar, dan *like*—maka risiko tergesernya niat ibadah menjadi nyata. Pandangan ini menunjukkan dimensi etis dari resistensi, bukan semata penolakan terhadap perubahan.

Sikap serupa juga muncul di kalangan ustadz Yaspida Sukabumi. Menurut KH. MA, dakwah digital memang memudahkan akses ilmu, tetapi juga membuka peluang riya yang lebih besar. *“Kalau dulu, dakwah itu antara guru dan jamaah. Sekarang, semua orang bisa bicara soal agama tanpa guru. Ini harus hati-hati,”* ujarnya sambil tersenyum (Wawancara, September 2025). Kekhawatiran itu bukan tanpa dasar. Di media sosial, banyak konten dakwah viral yang justru kehilangan kedalaman spiritual karena lebih menonjolkan gaya daripada substansi. Fenomena ini memperlihatkan

bagaimana digitalisasi bisa mengubah bentuk komunikasi agama menjadi tontonan yang rentan terhadap komodifikasi nilai.

Dalam perspektif teori resistance to change yang dikemukakan Kurt Lewin (1951), resistensi bukan sekadar bentuk perlawanan terhadap inovasi, melainkan reaksi alami dari sistem sosial yang sedang mencari keseimbangan baru. Lewin menjelaskan bahwa setiap perubahan sosial melibatkan dua kekuatan: *driving forces* (pendorong perubahan) dan *restraining forces* (penahan perubahan). Dalam konteks pesantren, santri muda dan tim media merupakan kekuatan pendorong, sementara kyai dan ustaz senior berperan sebagai kekuatan penahan yang menjaga nilai dan norma (Lewin 1951). Ketegangan di antara keduanya menciptakan dinamika yang justru menjadi energi bagi proses transformasi itu sendiri.

Konteks spiritual pesantren membuat resistensi ini memiliki makna yang lebih dalam. Bagi banyak kyai, dakwah bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga menjaga niat. Ketika dakwah dipindahkan ke ruang digital yang penuh interaksi dan apresiasi publik, maka ujian niat menjadi semakin berat. HS, ketua tim media Al-Furqon, mengaku, “*Awalnya saya bangga kalau video dakwahnya banyak yang nonton, tapi lama-lama takut juga. Takut niatnya berubah, takut dakwah jadi ajang cari pujiannya.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini menunjukkan refleksi spiritual yang jarang muncul dalam wacana modernisasi media, bahwa keberhasilan dalam angka belum tentu sejalan dengan keberhasilan moral.

Namun resistensi tidak selalu berarti stagnasi. Dalam praktiknya, banyak kyai yang akhirnya menemukan jalan tengah antara menjaga nilai dan mengikuti zaman. KH. YS dari Al-Furqon menyebutnya sebagai “dakwah digital beradab.” Ia menjelaskan, “*Kami tidak menolak media sosial, tapi kami pakai dengan adab. Video ceramah kami mulai dengan basmalah, tutup*

*dengan doa, tidak pakai gaya heboh.*" (Wawancara, Agustus 2025). Konsep ini memperlihatkan proses adaptasi yang khas pesantren: perubahan diterima, tetapi harus melalui filter nilai. Dakwah digital tidak boleh kehilangan ruhnya sebagai amal ibadah.

Di sisi lain, resistensi terhadap perubahan juga muncul karena adanya ketimpangan pemahaman antara santri dan ustaz. Santri muda yang terbiasa dengan logika algoritma seringkali mengukur keberhasilan dakwah melalui metrik popularitas, sementara ustaz senior masih berpikir dalam kerangka keberkahan dan keilmuan. Perbedaan paradigma ini menciptakan ketegangan epistemologis di dalam lembaga pesantren. Seorang santri Yaspida, RF, menjelaskan dengan jujur, "*Kalau videonya gak banyak yang nonton, kadang kami merasa gagal. Tapi ustaz bilang, yang penting isi pesannya sampai, bukan jumlah view-nya.*" (Wawancara, September 2025). Dialog seperti ini menjadi ruang belajar bersama bagi dua generasi yang sedang mencari cara baru berdakwah tanpa kehilangan makna.

Fenomena resistensi juga memperlihatkan bagaimana pesantren berusaha mempertahankan identitasnya di tengah arus komersialisasi dakwah. Banyak pesantren menolak tawaran monetisasi kanal YouTube mereka dengan alasan menjaga keikhlasan. Menurut DS, pengelola kanal *Al-Furqon Official*, "*Kami belum aktifkan iklan, karena takut niatnya berubah. Kyai pesan, dakwah jangan dikomersilkan.*" (Wawancara, Agustus 2025). Keputusan ini mungkin tampak sederhana, tapi memiliki implikasi besar terhadap ekonomi digital pesantren. Di satu sisi, menolak monetisasi berarti menjaga kemurnian niat; di sisi lain, itu juga berarti kehilangan potensi sumber daya untuk memperkuat dakwah. Di sinilah muncul dilema moral yang khas dunia pesantren modern.

Dalam konteks ini, resistensi justru bisa dibaca sebagai bentuk *spiritual resilience* — keteguhan menjaga prinsip di tengah perubahan cepat. Pesantren tidak menolak teknologi, tetapi menundukkannya di bawah kendali nilai-nilai religius. KH. MA menegaskan, “*Teknologi boleh canggih, tapi jangan sampai hati kita jadi dingin.*” (Wawancara, September 2025). Ucapan itu sederhana, tapi menyiratkan filosofi dakwah pesantren di era digital: modernisasi tidak boleh menghilangkan rasa khusyuk.

Dengan demikian, resistensi terhadap perubahan bukan hambatan mutlak, melainkan proses reflektif yang membantu pesantren menemukan keseimbangan baru. Teori Lewin (1951) menjelaskan bahwa perubahan sejati terjadi ketika kekuatan pendorong dan penahan mencapai titik harmoni, bukan ketika salah satunya kalah (Lewin 1951). Dalam dakwah digital pesantren, harmoni itu tampak dalam sikap hati-hati para kyai, ketaatan santri terhadap nilai, dan usaha bersama untuk tetap berdakwah dengan adab. Perubahan tidak lagi dilihat sebagai ancaman, melainkan sebagai ladang ujian bagi keikhlasan dan kebijaksanaan.

## **B. Tantangan Eksternal**

Arus informasi di era digital bergerak lebih cepat daripada kemampuan lembaga keagamaan tradisional untuk menyesuaikan diri. Dalam konteks pesantren di Jawa Barat, percepatan ini melahirkan medan baru: dakwah tidak lagi hanya berlangsung di masjid dan majelis ilmu, tetapi di platform digital yang dipenuhi konten instan. Akibatnya, pesantren harus berhadapan dengan aktor-aktor baru—para *influencer* keagamaan non-pesantren—yang mampu menarik jutaan pengikut melalui gaya dakwah yang ringan, visual, dan mudah dibagikan.

KH. YS dari Al-Furqon Muhammadiyah Garut menggambarkan fenomena ini dengan nada reflektif. “*Sekarang orang belajar agama dari*

*reels tiga puluh detik. Kadang isinya bagus, tapi sering juga menyesatkan,*” ujarnya sambil menatap layar ponselnya (Wawancara, Agustus 2025). Ia menambahkan bahwa perubahan cara konsumsi dakwah ini membuat masyarakat lebih menyukai kecepatan dibanding kedalaman. Pandangan tersebut menggambarkan ketegangan mendasar antara tradisi keilmuan pesantren—yang berbasis sanad dan dialog—dengan budaya digital yang menuntut konten singkat dan menghibur.

Persaingan ini tampak jelas ketika membandingkan kanal-kanal pesantren dengan para *influencer* agama yang populer di YouTube atau TikTok. Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, santri-santri pengelola media sering mengamati bagaimana gaya para penceramah muda di luar pesantren menarik audiens. Menurut NR, salah satu pengelola kanal *Persis Media Islam*, “*Kami lihat influencer itu bisa ratusan ribu penonton karena tampilannya keren, musiknya enak, dan bahasanya ringan. Sementara video kami, walau isinya dalil kuat, view-nya cuma ratusan.*” (Wawancara, September 2025). Ungkapan ini menunjukkan bagaimana dakwah digital kini beroperasi di bawah logika algoritma—di mana estetika, tempo, dan keterlibatan visual sering kali lebih menentukan jangkauan daripada substansi pesan.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori symbolic power yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu (1991). Dalam konteks ini, *influencer* keagamaan memiliki *modal simbolik* berupa popularitas, gaya komunikasi, dan citra modern yang memberi legitimasi sosial baru di ruang publik digital. Sementara pesantren, meskipun memiliki *modal kultural* berupa otoritas keilmuan dan kredibilitas moral, sering kali kalah bersaing dalam sistem yang menilai nilai dakwah berdasarkan interaksi, *views*, dan *likes*. Akibatnya, otoritas keagamaan tradisional yang dulu berpusat di pesantren kini

menghadapi desentralisasi—otoritas berpindah dari lembaga ke figur individual yang mampu menyesuaikan diri dengan logika media (Bourdieu 1991).

Di Yaspida Sukabumi, RF, salah satu santri kreatif, mengakui bahwa mereka harus menyesuaikan gaya komunikasi agar tidak kalah relevan. “*Kami tetap pakai bahasa Sunda, tapi dibikin ringan dan lucu. Kalau terlalu serius, orang langsung skip,*” katanya (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini menunjukkan upaya pesantren untuk merespons tantangan dengan adaptasi kultural. Namun, dilema muncul ketika keseriusan ilmu harus dikompromikan demi keterjangkauan pesan. KH. MA menegaskan, “*Boleh ringan, tapi jangan dangkal. Dakwah itu bukan hiburan.*” (Wawancara, September 2025). Di sinilah pesantren berusaha menyeimbangkan antara gaya dan isi, antara kecepatan dan kedalaman.

Percepatan informasi juga berdampak pada cara masyarakat membentuk persepsi tentang kebenaran agama. Di era media sosial, kredibilitas tidak lagi hanya diukur dari sanad keilmuan, tetapi juga dari kemampuan tampil meyakinkan di layar. Menurut teori mediatization of religion (Hjarvard 2011), media bukan hanya menjadi saluran, melainkan juga lingkungan baru yang membentuk makna religius. Pesantren yang lambat beradaptasi dengan logika visual dan ritme algoritma berisiko kehilangan pengaruh di kalangan muda yang tumbuh dalam budaya digital.

Namun, beberapa pesantren mulai menemukan strategi baru untuk menghadapi kompetisi ini. Al-Furqon membentuk tim khusus yang memantau tren dakwah di media sosial setiap pekan. HS, ketua tim media, menuturkan, “*Kami belajar dari influencer juga. Gaya mereka kami ambil sedikit, tapi tetap jaga isi. Misalnya, opening videonya cepat, tapi tetap ada ayat dan hadis.*” (Wawancara, Agustus 2025). Strategi ini mencerminkan pola adaptasi

selektif: memanfaatkan aspek positif dari dunia *influencer* tanpa kehilangan identitas pesantren.

Persaingan dengan *influencer* non-pesantren akhirnya bukan hanya soal siapa yang lebih populer, tetapi siapa yang lebih mampu menjaga makna dakwah di tengah kebisingan digital. Dalam pandangan Carey (1989), komunikasi yang bermakna bukan hanya tentang penyampaian pesan, melainkan juga tentang pembentukan ritual dan makna bersama. Pesantren berusaha mempertahankan dimensi ritual itu—melalui doa pembuka, adab berbicara, dan penggunaan bahasa santun—meski kini dilakukan di depan kamera (Carey 1989).

Dengan demikian, kompetisi antara pesantren dan *influencer* bukan semata konflik otoritas, melainkan proses negosiasi makna. Pesantren belajar untuk tampil di dunia digital tanpa kehilangan ruhnya, sementara publik belajar kembali membedakan antara kepopuleran dan kedalaman. Seperti diungkap KH. YS menjelang akhir wawancara, “*Kami tidak harus lebih viral, yang penting lebih bermakna.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu merangkum inti perjuangan pesantren di era informasi cepat: menjadi relevan tanpa kehilangan arah spiritual.

Perkembangan media sosial membuka ruang luas bagi dakwah, tetapi juga menghadirkan ancaman serius berupa distorsi ajaran Islam dan penyebaran hoaks keagamaan. Dalam konteks pesantren Jawa Barat, tantangan ini dirasakan semakin berat karena arus informasi yang tidak terkendali sering kali menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat. Dakwah yang dulunya disampaikan melalui jalur sanad dan otoritas keilmuan kini harus bersaing dengan “dakwah instan” yang tidak jelas sumbernya. Pesantren pun dihadapkan pada dilema: bagaimana menjaga kemurnian ajaran di tengah derasnya informasi digital yang tidak semuanya dapat diverifikasi.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menyampaikan keprihatinannya, “*Sekarang banyak sekali video pendek yang mengutip ayat tapi tidak utuh. Kadang potongan itu menyesatkan karena tidak dijelaskan konteksnya.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ia menambahkan bahwa masyarakat sering terjebak pada sensasi visual tanpa sempat memeriksa kebenaran isi pesan. Fenomena ini menandakan pergeseran epistemologis dalam cara umat memahami agama. Bila dulu keilmuan diukur dari kedalaman sanad dan penguasaan kitab, kini sering kali diukur dari daya tarik visual dan kecepatan penyebaran pesan.

Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, ustadz NR mengungkapkan hal serupa. Menurutnya, hoaks keagamaan kini menjadi tantangan baru bagi lembaga pendidikan Islam. “*Ada yang bilang salat pakai cara tertentu biar rezeki lancar, padahal tidak ada dasar hadisnya. Video seperti itu viral, dan orang percaya begitu saja,*” jelasnya (Wawancara, September 2025). Ia menambahkan bahwa tugas pesantren kini bukan hanya mengajar, tetapi juga meluruskan informasi yang salah. Para santri ditugaskan untuk membuat klarifikasi dan penjelasan di kanal resmi pesantren. Langkah ini dilakukan bukan untuk menyerang pihak tertentu, tetapi untuk menjaga integritas ajaran Islam agar tidak terdistorsi oleh logika sensasi.

Dalam pandangan teori *mediatization of religion* (Hjarvard 2011), media bukan lagi sekadar alat penyebaran pesan agama, tetapi juga agen yang mengubah cara agama dipersepsikan dan dipraktikkan. Ketika ajaran Islam berinteraksi dengan algoritma media sosial, logika religiusitas pun terpengaruh oleh logika komersial dan popularitas. Di titik inilah pesantren berperan penting sebagai “penyeimbang epistemologis.” KH. AN dari Persis menyebutnya sebagai *jihad informasi*. “*Sekarang jihad bukan hanya di medan perang, tapi di dunia maya. Kita harus lawan kebohongan dengan ilmu,*”

tegasnya (Wawancara, Agustus 2025). Ungkapan itu menegaskan pergeseran makna dakwah di era digital—dari sekadar menyampaikan ajaran menjadi upaya aktif menjaga kebenaran.

Salah satu bentuk nyata perlawanan terhadap distorsi informasi adalah program *Santri Cek Fakta* di Yaspida Sukabumi. Program ini melibatkan santri dalam memverifikasi konten keagamaan yang beredar di media sosial. RF, salah satu anggota tim, menjelaskan, “*Kami cari sumber aslinya, lihat siapa yang bicara, terus kami klarifikasi di akun pesantren. Kadang kami juga bikin video balasan biar lebih cepat tersebar.*” (Wawancara, September 2025). Program seperti ini menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya menjadi korban arus digital, tetapi juga mulai membangun mekanisme literasi kritis di kalangan santri. Peran mereka tidak lagi sekadar penerima informasi, tetapi juga penjaga otentisitas ajaran.

Namun, upaya melawan hoaks bukan tanpa hambatan. Santri yang mencoba melakukan klarifikasi sering mendapat cibiran atau serangan balik dari pengguna internet yang fanatik terhadap figur tertentu. “*Pernah kami dikata-katain cuma karena bilang hadis yang dipakai salah tafsir,*” cerita DS dari Al-Furqon (Wawancara, September 2025). Situasi ini memperlihatkan betapa beratnya menjaga otoritas agama di ruang digital yang penuh opini dan polarisasi. Menurut Habermas (1989), ruang publik digital telah kehilangan rasionalitas komunikatifnya karena didominasi oleh suara-suara yang tidak mengutamakan dialog, melainkan kemenangan simbolik (Habermas 1989). Pesantren, dengan tradisi ilmiahnya yang berbasis adab dan argumentasi, harus berhadapan dengan logika baru yang menilai kebenaran melalui jumlah “share” dan “like.”

Fenomena distorsi ajaran juga terkait erat dengan meningkatnya *religious populism* di dunia maya, di mana ajaran agama sering

disederhanakan untuk mendukung agenda identitas atau politik tertentu. KH. MA dari Yaspida menegaskan, *“Kalau agama dijadikan alat untuk emosi massa, yang hilang itu bukan cuma adab, tapi juga kebijaksanaan.”* (Wawancara, September 2025). Dalam konteks ini, pesantren memiliki tanggung jawab moral untuk mengembalikan fungsi dakwah sebagai ruang pencerahan, bukan provokasi.

Sebagai respon, beberapa pesantren kini memperkuat kurikulum literasi media untuk santri. Mereka diajarkan cara mengenali sumber valid, memverifikasi hadis digital, hingga menggunakan platform *fact-checking* keagamaan. HS dari Al-Furqon menyebut langkah ini sebagai bentuk *tahsin niat digital*—memperbaiki niat dalam menggunakan teknologi untuk dakwah. *“Kita ajarkan santri, jangan asal share. Setiap klik itu tanggung jawab,”* katanya tegas (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga spiritual, karena menghubungkan etika digital dengan nilai keikhlasan dan kehati-hatian dalam menyebarkan ilmu.

Distorsi ajaran dan hoaks agama menuntut pesantren untuk tidak hanya reaktif, tetapi juga proaktif dalam membangun sistem verifikasi internal. Melalui pendekatan berbasis ilmu dan adab, pesantren mencoba memulihkan kepercayaan publik terhadap dakwah yang kredibel. Mereka berupaya membuktikan bahwa di tengah hiruk-pikuk dunia maya, kebenaran masih bisa dijaga jika berpijak pada nilai, sanad, dan tanggung jawab moral.

Sebagaimana dikatakan KH. AN dengan tenang di akhir wawancara, *“Kita tidak bisa menghentikan internet, tapi kita bisa menuntunnya agar tunduk pada adab.”* (Wawancara, September 2025). Kalimat ini menegaskan bahwa perjuangan pesantren bukan untuk melawan teknologi, tetapi untuk mengembalikan ruh spiritual ke dalam ruang digital yang mulai kehilangan makna. Di sitalah dakwah pesantren menemukan misinya yang baru—bukan

sekadar berdakwah di dunia maya, tapi berdakwah *tentang* dunia maya itu sendiri.

Di tengah euforia dakwah digital yang semakin meluas, pesantren di Jawa Barat menghadapi dilema moral yang kian kompleks: bagaimana menyeimbangkan antara keinginan untuk menjangkau audiens luas dan komitmen untuk menjaga keikhlasan dakwah. Fenomena *viral dakwah* kini menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, viralitas dapat memperluas jangkauan pesan keagamaan hingga lintas wilayah dan generasi. Namun di sisi lain, keinginan untuk “viral” sering kali menggoda para dai dan santri untuk menyesuaikan diri dengan selera algoritma, bukan dengan nilai-nilai dakwah yang sejati.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut mengungkapkan refleksinya dengan nada hati-hati. “*Kami ingin dakwah kami sampai ke banyak orang, tapi jangan sampai niatnya berubah jadi ingin terkenal,*” ujarnya sambil tersenyum tipis (Wawancara, Agustus 2025). Ia mengakui bahwa fenomena viral memang menggoda karena di dunia digital, keberhasilan sering kali diukur dengan angka—jumlah penonton, pengikut, dan komentar positif. Padahal dalam tradisi pesantren, keberhasilan dakwah diukur dari ketulusan niat, keilmuan, dan keberkahan pesan. Perbedaan standar ini menciptakan ketegangan nilai antara *dakwah spiritual* dan *dakwah algoritmik*.

Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, santri muda yang aktif mengelola kanal dakwah digital sering kali mengalami tekanan yang sama. NR, pengelola kanal YouTube pesantren, mengaku, “*Kadang kami bikin video serius tentang tafsir, tapi yang nonton sedikit. Begitu bikin konten ringan dengan humor santri, langsung ribuan view. Itu bikin bingung, harus pilih yang disukai orang atau yang bermanfaat?*” (Wawancara, September 2025).

Pertanyaan itu menggambarkan realitas baru dakwah di era digital—di mana makna dan manfaat tidak selalu sejalan dengan popularitas.

Fenomena ini dapat dipahami melalui teori etika komunikasi Islam yang diajukan oleh Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin*, bahwa amal yang baik bukan diukur dari seberapa banyak diketahui orang, tetapi seberapa tulus niatnya. Jalaluddin Rakhmat (2008) kemudian memperkuat konsep ini dalam konteks komunikasi modern, bahwa komunikasi religius sejati harus berorientasi pada *tabsyir* (memberi kabar gembira) dan *tazkiyah* (penyucian jiwa), bukan sekadar persuasi populer. Dalam perspektif ini, keinginan menjadi viral bisa menjadi bentuk halus dari *riya digital*—sebuah penyakit hati yang muncul di era teknologi (Rakhmat 2008).

KH. MA dari Yaspida Sukabumi menegaskan hal itu dalam wawancara, “*Kalau dakwah hanya untuk viral, maka itu bukan lagi dakwah, tapi hiburan. Dakwah itu harus menenangkan hati, bukan memancing emosi.*” (Wawancara, September 2025). Ia mengingatkan bahwa pesantren memiliki tanggung jawab untuk menjaga dakwah agar tetap dalam koridor ilmu dan adab. Namun kenyataan di lapangan menunjukkan, banyak santri muda yang mulai terjebak pada pola produksi konten demi algoritma. Video ceramah dibuat lebih singkat, judul dibuat provokatif, dan gaya bicara dibuat atraktif agar menarik perhatian. HS dari Al-Furqon mengaku, “*Kami kadang terpaksa bikin judul yang agak sensasional biar diklik. Tapi isi videonya tetap dakwah yang lurus.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat “terpaksa” itu mencerminkan konflik antara idealisme dan realitas digital.

Dilema ini bukan sekadar persoalan moral individu, tetapi juga persoalan struktural. Algoritma media sosial bekerja dengan logika yang tidak netral; ia mengutamakan konten yang memancing reaksi emosional dan memperbanyak interaksi. Artinya, semakin provokatif sebuah konten,

semakin besar peluangnya untuk viral. Di sinilah dakwah pesantren diuji: bagaimana mempertahankan kedalaman spiritual di tengah sistem yang mendorong permukaan visual. Menurut teori mediatization (Hjarvard 2011), ketika agama beradaptasi dengan media, maka agama juga berisiko “termediasi” oleh nilai-nilai media itu sendiri—yakni kecepatan, sensasi, dan konsumsi massa.

Namun, banyak santri dan ustadz mulai menyadari bahwa viralitas bukan satu-satunya ukuran keberhasilan. RF, santri Yaspida yang aktif membuat podcast *Ngaji Nyunda*, mengatakan dengan tegas, “*Saya senang kalau ada yang dengar podcast kami, tapi lebih senang kalau ada yang bilang hatinya jadi tenang setelah dengar.*” (Wawancara, September 2025). Ucapan ini menegaskan bahwa makna dakwah tidak ditentukan oleh jumlah klik, tetapi oleh perubahan hati pendengarnya. Perspektif seperti ini menunjukkan bahwa nilai spiritual masih menjadi fondasi utama, bahkan di tengah tekanan budaya digital.

Beberapa pesantren mulai mengambil posisi moderat dengan menekankan *meaningful engagement* daripada sekadar *viral engagement*. KH. AN dari Persis menyebutnya sebagai *dakwah bermakna*. “*Kalau dakwah viral itu cepat naik, cepat juga hilang. Tapi kalau dakwah bermakna, ia akan tumbuh di hati orang meski pelan,*” jelasnya (Wawancara, Agustus 2025). Pandangan ini memperlihatkan strategi moral dalam menghadapi dunia digital yang menuntut kecepatan dan reaksi. Pesantren tidak menolak viralitas, tetapi menempatkannya sebagai bonus, bukan tujuan.

Secara filosofis, dilema ini memperlihatkan pertemuan dua dunia: dunia spiritual yang menilai dari niat dan keberkahan, dan dunia digital yang menilai dari data dan jangkauan. Pesantren berusaha menjembatani keduanya melalui pendekatan *etika dakwah digital*—yakni penggunaan teknologi tanpa

kehilangan ruh. Sebagaimana dikatakan KH. YS di akhir wawancara, “*Biar kecil tapi istiqamah, lebih baik daripada besar tapi kehilangan makna.*” (Wawancara, September 2025).

Dengan demikian, dilema moral antara dakwah viral dan dakwah bermakna bukan sekadar soal strategi komunikasi, tetapi juga cermin pergulatan spiritual di era baru. Pesantren Jawa Barat berusaha menjadi penuntun arah di tengah hiruk-pikuk algoritma—mengajarkan bahwa niat suci tetap bisa hidup di ruang digital, selama teknologi dikendalikan oleh nilai, bukan sebaliknya.

### **C. Peluang Strategis**

Transformasi digital telah membuka babak baru dalam sejarah dakwah pesantren di Jawa Barat. Bila dulu ruang dakwah terbatas pada lingkungan lokal dan jamaah sekitar, kini batas geografis mulai memudar. Dengan bantuan teknologi digital, pesantren dapat menyapa umat di luar daerah, bahkan hingga lintas negara. Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi pesantren untuk memperluas pengaruh spiritualnya dan memperkenalkan Islam Indonesia yang moderat dan beradab ke panggung global.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menyampaikan hal itu dengan penuh rasa syukur. “*Dulu kami dakwahnya hanya di masjid kampung dan majelis ibu-ibu. Sekarang, jamaah dari Malaysia, Brunei, bahkan Jepang ikut ngaji lewat YouTube. Ini hal yang tak pernah kami bayangkan sebelumnya,*” ujarnya sambil menunjukkan daftar komentar di kanal *Al-Furqon Official* (Wawancara, Agustus 2025). Bagi KH. YS, fenomena ini bukan hanya tentang ekspansi jangkauan, tetapi juga tentang tanggung jawab baru—membawa wajah pesantren ke dunia internasional tanpa kehilangan akar keilmuannya.

Dakwah lintas wilayah juga dirasakan oleh Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya. NR, pengelola kanal digitalnya, mengungkapkan, “*Setiap kali kami unggah ceramah bahasa Indonesia, selalu ada komentar dari santri atau alumni di Timur Tengah. Kadang mereka minta topik khusus tentang perbandingan mazhab atau isu moderasi Islam.*” (Wawancara, September 2025). Interaksi ini menunjukkan bahwa dakwah pesantren kini berfungsi sebagai *hub* intelektual yang menghubungkan diaspora Muslim Indonesia dengan pusat-pusat pendidikan Islam global. Pesantren yang dulu dikenal lokal kini memainkan peran sebagai duta dakwah yang memadukan keilmuan klasik dengan keterbukaan modern.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep networked religion yang dikemukakan oleh Heidi Campbell (2010). Menurut Campbell, agama di era digital mengalami perubahan bentuk menjadi jaringan sosial yang terhubung lintas ruang dan waktu. Otoritas keagamaan tidak lagi bersifat hierarkis dan terikat lokasi, melainkan bersifat cair, kolaboratif, dan partisipatif (Campbell 2010). Dalam konteks ini, pesantren di Jawa Barat bertransformasi menjadi “node” dalam jaringan dakwah global—tetap memegang prinsip sanad keilmuan, tetapi juga terbuka terhadap interaksi lintas budaya.

Salah satu contoh menarik datang dari Pesantren Yaspida Sukabumi, yang berhasil menarik perhatian komunitas Sunda diaspora di luar negeri. Melalui program *Podcast Ngaji Nyunda*, mereka membahas tafsir dan akhlak menggunakan bahasa Sunda halus. RF, pengelolanya, bercerita, “*Banyak pendengar kami dari Belanda dan Qatar, mereka rindu bahasa daerah tapi juga ingin tetap ngaji. Kami jadi penghubung mereka dengan kampung halaman.*” (Wawancara, September 2025). Cerita ini memperlihatkan dimensi

emosional dari dakwah digital—bukan hanya menyampaikan ilmu agama, tapi juga menjaga identitas kultural dan rasa keterikatan terhadap tanah asal.

Dakwah lintas wilayah juga mendorong munculnya solidaritas antar-pesantren. Al-Furqon, Persis, dan Yaspida sering berkolaborasi dalam membuat konten bersama, terutama pada momen-momen besar seperti Ramadan dan Maulid Nabi. HS dari tim media Al-Furqon menuturkan, “*Kami pernah bikin kajian bareng Yaspida lewat Zoom. Ustadznya dari Sukabumi, host-nya dari Garut, penontonnya dari berbagai kota bahkan luar negeri. Rasanya seperti majelis ilmu besar tanpa batas.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kolaborasi semacam ini memperlihatkan bentuk baru dari *ukhuwah digital*—ikatan keilmuan dan spiritual yang melampaui jarak geografis.

Selain memperluas jangkauan dakwah, globalisasi pesantren di ruang digital juga memperkuat citra Islam Nusantara di mata dunia. Melalui konten berbahasa Indonesia dan lokal, pesantren memperlihatkan wajah Islam yang ramah, moderat, dan berakar pada budaya. KH. AN dari Persis menyebut hal ini sebagai “*dakwah berwajah Indonesia.*” Menurutnya, “*Kita harus tunjukkan Islam yang lembut dan menghargai budaya. Dunia perlu tahu bahwa pesantren Indonesia punya cara berdakwah yang damai dan beradab.*” (Wawancara, September 2025). Dalam konteks global yang sering menampilkan Islam dengan citra keras, kontribusi pesantren seperti ini menjadi strategi dakwah yang tidak hanya religius, tetapi juga diplomatik.

Namun, peluang globalisasi dakwah ini juga membawa tanggung jawab besar terhadap kualitas dan akurasi ajaran. Beberapa pesantren mulai membentuk tim penyunting konten yang memeriksa teks, rujukan hadis, dan sumber tafsir sebelum diunggah. HS menegaskan, “*Kalau sudah sampai luar negeri, kesalahan kecil bisa jadi masalah besar. Jadi kami lebih hati-hati.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa pesantren

tidak hanya mengejar ekspansi, tetapi juga menjaga kredibilitas di tengah eksposur global yang tinggi.

Perkembangan ini sejalan dengan teori *glocalization* dalam studi media (Featherstone et al. 1995), yang menjelaskan bagaimana komunitas lokal mengadaptasi nilai global tanpa kehilangan identitas lokalnya. Pesantren di Jawa Barat melakukan hal serupa: mereka memanfaatkan teknologi global untuk memperkuat dakwah lokal yang berakar pada budaya Sunda dan tradisi Islam moderat. Hal ini menjadikan pesantren bukan sekadar pengguna teknologi, tetapi juga agen budaya yang mentransformasi globalisasi menjadi peluang spiritual.

Sebagaimana diungkap KH. YS di akhir wawancara, “*Kalau dulu pesantren dikenal di kampung, sekarang bisa dikenal dunia. Tapi ingat, yang kita sebar bukan popularitas, tapi keberkahan.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menutup sesi ini dengan refleksi yang dalam: bahwa globalisasi dakwah bukan tujuan, melainkan amanah. Pesantren kini berdiri di simpang jalan antara dunia tradisi dan dunia digital, membawa nilai-nilai lokal yang suci untuk menjadi penyejuk di ruang global yang gaduh.

Salah satu kekuatan tersembunyi dari pesantren di Jawa Barat dalam menghadapi era digital adalah jaringan alumninya yang solid dan aktif. Dalam banyak kasus, alumni bukan hanya menjadi pendukung moral atau finansial, tetapi juga motor utama dalam mengembangkan konten dakwah kreatif. Kolaborasi antara santri yang masih belajar dan alumni yang sudah terjun di dunia profesional menciptakan simbiosis baru dalam dakwah digital: tradisi bertemu inovasi, keikhlasan berpadu dengan profesionalisme.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, kolaborasi semacam ini sudah menjadi bagian dari strategi dakwah digital sejak 2022. HS, ketua tim media, menceritakan, “*Kami punya grup WhatsApp yang isinya alumni*

*yang kerja di media, agensi, bahkan dosen komunikasi. Mereka bantu kami bikin konsep video, kadang bantu editing kalau ada proyek besar.”* (Wawancara, Agustus 2025). Hubungan ini bukan sekadar bantuan teknis, tapi juga ruang belajar informal bagi santri untuk memahami dunia produksi konten yang lebih profesional. Di sisi lain, bagi para alumni, kolaborasi ini menjadi sarana untuk tetap terhubung dengan ruh pesantren yang membentuk karakter mereka.

NR dari Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menggambarkan kolaborasi itu sebagai bentuk *ukhuwah digital*. “*Kalau dulu alumni bantu bangun asrama, sekarang mereka bantu bangun channel YouTube*,” ujarnya sambil tertawa (Wawancara, September 2025). Kalimat ringan itu menyiratkan perubahan bentuk solidaritas di era baru: dari gotong royong fisik menjadi gotong royong digital. Banyak alumni yang kini menjadi desainer grafis, editor, atau pengembang web turut menyumbangkan keahliannya secara sukarela. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat kapasitas teknis pesantren, tetapi juga memperluas jangkauan dakwah karena alumni membawa jejaring audiens baru dari luar komunitas tradisional pesantren.

Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep social capital yang dikemukakan oleh James Coleman, di mana hubungan sosial yang kuat dalam suatu komunitas dapat menghasilkan nilai kolektif yang bermanfaat untuk tujuan bersama (Coleman 1990). Dalam konteks pesantren, modal sosial itu terbangun dari ikatan emosional antara santri dan alumni yang dilandasi rasa hormat kepada guru, loyalitas terhadap lembaga, dan semangat berdakwah. Modal sosial inilah yang kemudian dimobilisasi menjadi kekuatan digital. Dengan jaringan alumni yang tersebar di berbagai kota, pesantren tidak lagi bekerja sendiri, melainkan menjadi bagian dari ekosistem dakwah yang terdistribusi secara nasional.

Salah satu contoh menarik datang dari Yaspida Sukabumi. Pesantren ini sempat viral setelah meluncurkan serial video pendek berjudul *Santri di Tengah Kota*, yang menceritakan keseharian alumni yang bekerja di Jakarta namun tetap menjaga tradisi pesantren. RF, kreator serial tersebut, menjelaskan, “*Alumni bantu dari semua sisi—ada yang jadi kameramen, ada yang bantu caption, bahkan ada yang bantu promosi di Instagram mereka.*” (Wawancara, September 2025). Kolaborasi itu tidak hanya menghasilkan konten menarik, tetapi juga memperlihatkan pesan sosial yang kuat: bahwa menjadi santri tidak berarti ketinggalan zaman, dan bahwa nilai-nilai pesantren bisa hidup di mana pun, termasuk di jantung modernitas.

Selain produksi konten, kolaborasi santri–alumni juga berkembang dalam bentuk pelatihan dan mentoring. Di Pesantren Persis, misalnya, para alumni rutin mengadakan workshop daring tentang *storytelling* dakwah, manajemen media sosial, dan desain grafis. NR menjelaskan, “*Kami ingin santri tidak hanya paham agama, tapi juga paham cara menyampaikan pesan dengan menarik.*” (Wawancara, September 2025). Program semacam ini membantu memperluas wawasan santri dan menyiapkan mereka menjadi *dai digital* yang kompeten dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Kerja sama ini juga memperkuat rasa keberlanjutan antara generasi. Santri muda melihat alumni bukan hanya sebagai kakak kelas, tapi juga sebagai mentor dan teladan profesional. Sebaliknya, alumni merasa tetap menjadi bagian dari perjuangan dakwah pesantren, meskipun telah meninggalkan temboknya. KH. YS dari Al-Furqon menyebut hubungan itu sebagai “rantai berkah.” Menurutnya, “*Kalau dulu sanad ilmu disambung lewat kitab, sekarang sanad dakwah disambung lewat jaringan digital.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ucapan itu menggambarkan makna baru dari

sanad di era modern: keterhubungan spiritual yang diperluas melalui teknologi.

Namun, kolaborasi santri dan alumni tidak lepas dari tantangan. Beberapa alumni yang sibuk di luar pesantren terkadang sulit menjaga konsistensi waktu, sementara santri di dalam pesantren memiliki keterbatasan teknis. HS mengakui, *“Kadang alumni bisa bantu cuma sesekali, jadi kami harus fleksibel. Tapi justru di situ seninya, bagaimana dakwah ini tetap berjalan meski semua punya kesibukan masing-masing.”* (Wawancara, Agustus 2025). Tantangan ini menunjukkan bahwa dakwah digital berbasis komunitas tidak bisa disamakan dengan industri media profesional, tetapi justru bertumpu pada semangat pengabdian dan rasa kebersamaan.

Lebih jauh, kolaborasi ini juga menumbuhkan kesadaran baru di kalangan santri bahwa dakwah bukan lagi tugas individu, melainkan kerja kolektif. Dalam wawancara di Yaspida, RF menegaskan, *“Kalau dulu ustaz ceramah, santri dengar. Sekarang semua terlibat—ada yang nulis, rekam, edit, upload. Dakwah jadi kerja bareng.”* (Wawancara, September 2025). Perubahan ini memperlihatkan pergeseran paradigma dari dakwah hierarkis menjadi dakwah kolaboratif, di mana setiap individu berperan sesuai keahliannya.

Dari sisi spiritual, kolaborasi santri dan alumni juga memperkuat nilai *ukhuwah fillah* yang menjadi inti kehidupan pesantren. Semangat gotong royong digital tidak hanya mempercepat produksi konten, tetapi juga memperdalam makna kebersamaan dalam berjuang di jalan dakwah. KH. MA dari Yaspida menutup wawancaranya dengan kalimat penuh makna, *“Kalau dulu santri kerja bakti bersihin masjid, sekarang kerja bakti bersihin algoritma dari konten yang menyesatkan.”* (Wawancara, September 2025).

Pernyataan itu menyimpulkan esensi kolaborasi ini: bahwa pesantren, dengan segala keterbatasannya, berhasil membangun bentuk baru dari kerja dakwah yang berbasis solidaritas, kreativitas, dan keikhlasan. Kolaborasi antara santri dan alumni bukan sekadar strategi adaptif, melainkan manifestasi nilai pesantren dalam format digital—sebuah gotong royong spiritual yang kini hidup di dunia maya.

Perkembangan dakwah digital di Jawa Barat telah membawa pesantren ke tahap baru dalam perjalanan panjangnya. Lembaga yang dulu dikenal sebagai tempat pendidikan tradisional dengan kesederhanaan dan kesunyian kini tampil lebih terbuka, profesional, dan komunikatif. Transformasi ini tidak hanya soal adaptasi teknologi, tetapi juga tentang *rebranding* — bagaimana pesantren menampilkan dirinya sebagai lembaga religius yang relevan di tengah perubahan sosial dan kultural masyarakat modern.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut mengakui bahwa transformasi ini bukan sesuatu yang mudah. *“Kami tidak ingin pesantren kehilangan ruhnya, tapi kami juga tidak bisa menutup mata terhadap zaman,”* katanya tegas (Wawancara, Agustus 2025). Menurutnya, *rebranding* bukan berarti mengubah pesantren menjadi institusi modern secara total, melainkan menampilkan nilai-nilai klasik pesantren dalam bentuk yang bisa dipahami publik masa kini. Ia menambahkan, *“Kalau dulu orang datang ke pesantren untuk belajar agama, sekarang pesantren yang harus datang ke masyarakat lewat media.”*

Pendekatan baru ini terlihat jelas dalam cara pesantren mengelola identitas visual dan narasi komunikasinya. Di Al-Furqon, setiap konten dakwah digital disertai dengan logo pesantren, gaya visual yang konsisten, serta narasi positif tentang Islam yang moderat dan berkemajuan. HS, ketua tim medianya, menjelaskan, *“Kami belajar dari lembaga lain. Sekarang*

*setiap postingan punya tone warna khas, tagline, dan pesan moral yang singkat. Orang yang lihat langsung tahu itu dari Al-Furqon.”* (Wawancara, September 2025). Strategi ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya citra publik (*public image*) dalam dunia digital.

Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya juga melakukan hal serupa, tapi dengan pendekatan yang lebih akademik. Mereka menonjolkan citra sebagai pusat dakwah intelektual yang berbasis ilmu dan riset keagamaan. NR, pengelola kanal *Persis Media Islam*, menjelaskan, “*Kami ingin dikenal bukan hanya sebagai pesantren, tapi juga sebagai lembaga pemikiran Islam modern. Konten kami banyak yang berupa diskusi ilmiah, bukan sekadar ceramah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa *rebranding* dakwah tidak selalu harus visual dan populer, tapi juga bisa berbasis kredibilitas ilmiah.

Sementara itu, Yaspida Sukabumi menonjolkan pendekatan yang lebih kultural dan humanis. Melalui program *Podcast Ngaji Nyunda* dan konten reflektif tentang kehidupan santri, Yaspida berhasil menampilkan wajah Islam yang lembut dan membumi. RF, pengelola konten Yaspida, menuturkan, “*Kami ingin pesantren dilihat sebagai tempat yang hangat dan terbuka. Santri bukan cuma hafal kitab, tapi juga paham teknologi dan peduli sosial.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini berhasil menarik perhatian masyarakat muda yang sebelumnya menganggap pesantren sebagai lembaga tertutup.

Secara teoretis, strategi ini dapat dijelaskan melalui konsep religious branding (Einstein 2008), di mana lembaga keagamaan membangun citra melalui simbol, narasi, dan pengalaman publik yang konsisten. Dalam konteks pesantren, branding tidak dimaksudkan untuk komersialisasi agama, tetapi sebagai sarana memperkuat kepercayaan publik dan memperluas jangkauan

dakwah. Dengan menghadirkan citra positif, pesantren dapat memperbaiki persepsi masyarakat urban yang sering melihat lembaga keagamaan tradisional sebagai terbelakang atau kolot.

KH. AN dari Persis menegaskan pentingnya hal ini. *“Kita harus tunjukkan bahwa pesantren bisa modern tanpa kehilangan kesederhanaan. Modern bukan berarti glamor, tapi tertib, bersih, dan terbuka,”* ujarnya (Wawancara, September 2025). Ungkapan ini menunjukkan arah baru dalam strategi komunikasi pesantren: menampilkan nilai klasik dalam kemasan kontemporer. Dalam hal ini, modernitas bukan lawan dari tradisi, melainkan alat untuk memperkuatnya.

Pergeseran ini juga membawa dampak pada pola hubungan antara pesantren dan masyarakat. Jika dulu komunikasi bersifat satu arah—ustadz berbicara, masyarakat mendengar—kini interaksi menjadi dua arah melalui media sosial. Masyarakat dapat bertanya, berkomentar, bahkan berdiskusi langsung dengan pengelola dakwah. HS menuturkan, *“Kami sering dapat DM dari orang luar daerah yang curhat soal masalah agama. Kadang kami teruskan ke ustaz, lalu jawabnya kami buat video supaya manfaatnya lebih luas.”* (Wawancara, Agustus 2025). Interaktivitas ini menjadikan pesantren hadir sebagai lembaga yang bukan hanya mengajar, tapi juga mendengar.

Dalam kerangka komunikasi modern, strategi *rebranding* ini dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi terhadap komunikasi publik berbasis nilai (Heath 2010), di mana pesan keagamaan dikomunikasikan secara persuasif dengan memperhatikan konteks sosial dan psikologis audiens. Pesantren belajar mengemas nilai-nilai Islam dalam bahasa visual dan narasi yang ramah publik tanpa kehilangan otoritas moralnya.

Meski demikian, proses *rebranding* tidak lepas dari tantangan. Sebagian masyarakat masih menilai bahwa penggunaan media sosial oleh

pesantren berpotensi mengurangi wibawa keulamaan. KH. MA dari Yaspida menanggapi hal ini dengan tenang. *“Wibawa itu bukan dari pakaian atau tempat duduk tinggi. Wibawa itu kalau pesan kita bisa menyegarkan banyak hati, meski lewat layar.”* (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menggambarkan bahwa pesantren kini sedang menafsir ulang makna otoritas keagamaan dalam dunia digital—bahwa kredibilitas bukan lagi monopoli mimbar, tapi juga bisa tumbuh dari kehangatan dan keaslian pesan.

Pada akhirnya, *rebranding* pesantren sebagai lembaga religius modern bukanlah proyek pencitraan semata, melainkan ekspresi kesadaran baru bahwa dakwah harus hadir di setiap ruang kehidupan manusia, termasuk di dunia digital. Pesantren Jawa Barat, dengan segala keterbatasan dan kelebihannya, sedang menunjukkan pada dunia bahwa tradisi dan modernitas tidak harus saling meniadakan. Seperti disampaikan KH. YS di akhir wawancara, *“Pesantren itu ibarat pelita lama yang dinyalakan dengan minyak baru. Cahayanya tetap sama, tapi sinarnya bisa menjangkau lebih jauh.”* (Wawancara, September 2025).

#### **D. Studi Komparatif Peluang dan Tantangan**

Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjadi salah satu contoh menarik dari pesantren yang berhasil beradaptasi dengan arus digital tanpa meninggalkan akar tradisi keagamaannya. Terletak di jantung Garut, pesantren ini dikenal memiliki visi dakwah yang progresif dan manajemen media yang relatif profesional. Namun di balik keberhasilan tersebut, terdapat dinamika internal yang memperlihatkan bagaimana perubahan digital tidak datang tanpa tantangan. Melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), potret Al-Furqon memberikan gambaran konkret tentang transformasi dakwah pesantren di era baru ini.

Kekuatan utama Al-Furqon terletak pada sistem manajemen dakwah digital yang rapi dan berkelanjutan. Pesantren ini telah membentuk *Tim Media Dakwah* sejak awal 2021, dengan struktur yang mencakup divisi produksi, desain, editing, dan distribusi konten. HS, ketua tim tersebut, menjelaskan, “*Kami ingin dakwah ini dikelola seperti lembaga media profesional, tapi tetap dengan ruh pesantren. Setiap konten harus melewati tahap kurasi, disetujui ustaz, baru diunggah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Sistem ini menjamin kualitas konten tetap terjaga, baik dari sisi isi maupun nilai moral.

Kedisiplinan dalam manajemen konten menjadi pembeda utama antara Al-Furqon dan banyak pesantren lain. Mereka memiliki kalender editorial bulanan, rapat evaluasi rutin, dan tim pengawas teologis yang memastikan pesan dakwah selaras dengan prinsip Islam rahmatan lil ‘alamin. Bahkan, menurut KH. YS, pimpinan pesantren, “*Setiap video dakwah harus punya nilai ilmu, adab, dan akhlak. Kalau hanya lucu tanpa makna, lebih baik tidak diunggah.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini memperlihatkan keseriusan pesantren dalam menjaga integritas dakwah di ruang digital.

Meski manajemen dakwah Al-Furqon tampak solid, pesantren ini masih menghadapi keterbatasan dari sisi sumber daya manusia. Mayoritas anggota tim media adalah santri aktif yang juga harus menunaikan kewajiban belajar dan ibadah. Akibatnya, muncul gejala *digital burnout*—kelelahan mental akibat aktivitas daring yang berlebihan. HS mengakui, “*Kadang anak-anak kerja sampai malam buat editing, padahal besok subuh harus ngaji. Kalau nggak diatur, semangat dakwah malah jadi beban.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Selain itu, regenerasi tim menjadi tantangan tersendiri. Setiap kali santri lulus, kemampuan teknis yang mereka miliki ikut hilang. Proses pelatihan ulang bagi santri baru memakan waktu dan tenaga. Dalam konteks

ini, kelemahan Al-Furqon bukan pada semangatnya, tetapi pada sistem kaderisasi digital yang belum mapan.

Keberhasilan Al-Furqon dalam memanfaatkan teknologi digital membuka peluang besar dalam memperluas jangkauan dakwahnya. Kanal YouTube mereka kini diikuti ribuan penonton dari berbagai daerah bahkan luar negeri. HS menunjukkan, *“Ada yang kirim pesan dari Hong Kong, Qatar, dan Jepang. Mereka bilang dakwah kami jadi pengingat di tengah kesibukan kerja.”* (Wawancara, September 2025).

Peluang lain muncul dari kemampuan pesantren memanfaatkan teknologi untuk memperkuat citra publiknya sebagai lembaga religius modern. Melalui kombinasi antara tampilan visual profesional dan pesan moral yang mendalam, Al-Furqon berhasil menampilkan Islam yang menyegarkan. Hal ini memperluas jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan lain dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap pesantren sebagai pusat pembelajaran agama yang adaptif terhadap zaman.

Dari perspektif teoretis, fenomena ini sejalan dengan konsep *digital religious authority* (Heidi Campbell 2013), di mana otoritas keagamaan tidak lagi eksklusif pada lembaga tertentu, melainkan terbentuk melalui kredibilitas digital. Al-Furqon berhasil memanfaatkan ruang ini tanpa kehilangan kontrol nilai.

Meski peluang terbuka luas, ancaman eksternal tetap mengintai. Salah satu tantangan utama adalah ketergantungan pada platform digital seperti YouTube dan Instagram. Perubahan algoritma dapat langsung memengaruhi jangkauan dakwah. NR, pengelola konten, mengeluh, *“Kadang view turun drastis padahal kontennya sama bagusnya. Kami nggak tahu kenapa, mungkin algoritma berubah.”* (Wawancara, September 2025).

Selain itu, munculnya *influencer* agama non-pesantren dengan pendekatan yang lebih populer juga menjadi ancaman tersendiri. KH. YS mengakui, “*Kami tidak bisa bersaing dengan gaya ceramah yang sensasional. Tapi kami yakin, yang dari hati akan sampai ke hati.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini menegaskan bahwa pesantren memilih jalan konsistensi dibanding mengejar sensasi, meski risikonya adalah pertumbuhan audiens yang lebih lambat.

Ancaman lain datang dari kelelahan digital dan risiko penyalahgunaan niat. Dalam beberapa kasus, sebagian santri mulai merasa dakwah digital membuat mereka lebih sibuk dengan urusan teknis daripada spiritual. KH. YS sering mengingatkan, “*Teknologi itu alat, jangan sampai mengantikan zikir di hati.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat ini menegaskan bahwa keseimbangan antara kerja digital dan kesadaran spiritual harus terus dijaga agar dakwah tidak kehilangan substansinya.

Melalui analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa Pesantren Al-Furqon memiliki kekuatan pada aspek manajemen dan visi dakwahnya, namun masih membutuhkan sistem kaderisasi digital yang lebih kuat untuk menjaga keberlanjutan. Peluang global yang mereka miliki menunjukkan potensi besar, sementara ancaman datang dari kelelahan tim dan dinamika algoritma yang sulit dikendalikan.

Namun justru di tengah semua tantangan itu, Al-Furqon menunjukkan karakter khas pesantren: istiqamah dalam perubahan. Sebagaimana diungkap KH. YS di akhir wawancara, “*Kami mungkin tidak paling cepat, tapi kami berusaha jadi yang paling konsisten. Karena dalam dakwah, yang penting bukan viral, tapi bertahan.*” (Wawancara, September 2025).

Pesantren Persatuan Islam (Persis) 67 Benda Tasikmalaya memiliki tradisi dakwah yang kuat berbasis intelektualisme Islam dan ketertiban

berpikir. Ciri khas ini turut memengaruhi cara mereka beradaptasi dengan dunia digital. Berbeda dengan pesantren lain yang menekankan sisi visual dan popularitas, Persis Benda mengembangkan model dakwah digital yang menonjolkan substansi ilmiah dan integritas keilmuan. Namun, karakter akademik yang menjadi kekuatan utama ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam konteks komunikasi digital yang menuntut kecepatan, kesederhanaan, dan daya tarik visual.

Salah satu kekuatan utama Pesantren Persis Benda adalah kedalaman keilmuan dan konsistensi mereka dalam menjaga otoritas ilmiah dakwah. Dalam wawancara, KH. AN, salah satu pengajar senior, menegaskan, “*Kami tidak ingin dakwah hanya jadi tontonan. Dakwah harus jadi sarana pencerahan intelektual.*” (Wawancara, Agustus 2025). Prinsip ini tercermin dalam cara mereka memproduksi konten. Setiap artikel atau video yang diunggah melewati proses kajian teologis dan akademik yang ketat.

NR, pengelola kanal *Persis Media Islam*, menjelaskan bahwa pesantren memiliki tim editorial kecil yang terdiri dari ustadz muda dan mahasiswa alumni. “*Kami biasa diskusi dulu sebelum posting. Kalau bahas topik seperti pluralisme atau bid'ah, kami pastikan dalilnya lengkap dan bahasanya tidak memecah.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan berbasis validasi ilmiah ini menjadikan dakwah Persis memiliki posisi unik di tengah derasnya arus informasi agama yang sering kali dangkal dan penuh sensasi.

Dalam kerangka teori *religious authority in digital contexts* (H Campbell 2013), kekuatan Persis terletak pada kemampuan mempertahankan kredibilitas dan otoritas keagamaannya di tengah disrupti digital. Dengan menempatkan otoritas ilmiah sebagai poros utama, Persis berhasil menjaga identitasnya sebagai lembaga dakwah berbasis ilmu, bukan hiburan.

Namun, kekuatan intelektual yang menjadi ciri khas Persis juga menghadirkan tantangan tersendiri. Di era di mana pesan visual dan gaya komunikasi ringan lebih mudah diterima publik, pendekatan ilmiah terkadang dianggap “terlalu berat” oleh audiens muda. NR mengakui hal ini dengan jujur, *“Kadang engagement kami rendah karena konten kami terlalu panjang atau terlalu serius. Tapi kalau disederhanakan, kami takut maknanya hilang.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Kekakuan format ini menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan dakwah. Beberapa video kajian berdurasi 40–60 menit sering kali tidak ditonton sampai selesai. Bahkan artikel panjang yang dimuat di laman *Persis Online Journal* lebih banyak dibaca oleh kalangan akademisi daripada masyarakat umum. Masalah ini menggambarkan dilema klasik antara menjaga kedalaman dan menyesuaikan diri dengan budaya digital yang serba cepat.

Kelemahan lain adalah minimnya inovasi visual dan gaya penyajian konten. HS, salah satu santri magang di divisi media, menyebut, *“Kami belum punya editor tetap. Kadang desain thumbnail aja dibuat seadanya. Padahal itu penting buat menarik perhatian.”* (Wawancara, September 2025). Kurangnya sumber daya teknis membuat potensi dakwah ilmiah mereka tidak sepenuhnya optimal di dunia digital yang sangat visual.

Meski menghadapi kendala teknis, Persis memiliki peluang besar untuk mengintegrasikan tradisi keilmuan dengan dakwah digital berbasis riset. Dalam beberapa tahun terakhir, pesantren mulai membuka diri terhadap kolaborasi akademik dengan universitas dan lembaga penelitian Islam. KH. AN menjelaskan, *“Kami sedang merancang jurnal online yang menggabungkan hasil penelitian santri dengan refleksi dakwah digital.”* (Wawancara, September 2025).

Peluang ini sangat strategis karena membuka ruang baru bagi dakwah ilmiah yang berbasis data dan riset. Dengan demikian, pesantren tidak hanya menjadi lembaga penyebar pesan moral, tetapi juga penghasil pengetahuan Islam yang kredibel. Hal ini sejalan dengan konsep *knowledge-based da'wah* (Abu Zahra 2015), yang menekankan pentingnya dakwah berbasis ilmu sebagai pilar peradaban Islam modern.

Selain itu, Persis memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan dakwah melalui platform yang lebih interaktif seperti *podcast diskusi tematik* atau *webinar kolaboratif*. Dengan memanfaatkan kekuatan alumni yang tersebar di berbagai kampus dan lembaga, pesantren dapat menciptakan jaringan dakwah akademik lintas daerah dan negara.

Tantangan terbesar Persis datang dari luar, yakni kompetisi dengan para *influencer* keagamaan yang menggunakan pendekatan populer dan ringan. KH. AN mengakui, “*Sekarang orang lebih suka dakwah yang singkat dan lucu. Tapi kalau semua serba ringan, kapan umat berpikir dalam?*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan itu menggambarkan keprihatinan terhadap tren banalitas dakwah digital yang sering menekankan gaya daripada substansi.

Selain itu, risiko polarisasi digital juga menjadi ancaman serius. Topik-topik teologis yang dibahas secara akademik sering disalahpahami atau dipelintir oleh pihak luar yang mencari sensasi. NR mengaku pernah menghadapi serangan komentar negatif, “*Pernah ada video kami soal toleransi diserang karena dianggap liberal, padahal isinya sangat moderat.*” (Wawancara, Agustus 2025). Situasi ini menegaskan bahwa kredibilitas di dunia digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas isi, tetapi juga oleh kemampuan mengelola persepsi publik.

Ancaman lain adalah perubahan algoritma media sosial yang tidak berpihak pada konten edukatif panjang. Banyak konten dakwah Persis yang tenggelam karena kalah oleh video hiburan. Dalam konteks teori *attention economy* (Davenport and Beck 2001), pesantren seperti Persis menghadapi tantangan besar untuk bertahan di tengah pasar atensi yang padat dan cepat berubah.

Melalui analisis SWOT, terlihat bahwa Pesantren Persis 67 Benda memiliki kekuatan utama pada aspek keilmuan dan kredibilitas moral, tetapi harus berhadapan dengan tantangan adaptasi terhadap format digital yang menuntut kelincahan visual dan gaya komunikasi yang ringan. Peluang mereka terletak pada pengembangan *knowledge-based da'wah* dan kolaborasi akademik, sementara ancamannya datang dari persaingan konten populer dan tekanan algoritma media sosial.

KH. AN menutup wawancara dengan refleksi mendalam, “*Kami ini tidak sedang mencari penonton, tapi sedang mencari pemahaman. Kalau orang paham, meski sedikit, itu lebih berharga dari seribu like.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat ini mencerminkan semangat dakwah Persis yang tidak tunduk pada logika viralitas, tetapi tetap berpegang pada misi intelektual dan moral Islam yang mendalam.

Pesantren Yaspida Sukabumi menempati posisi unik dalam lanskap dakwah digital di Jawa Barat. Berbeda dari pesantren besar yang mengandalkan sistem manajemen formal dan perangkat digital modern, Yaspida tumbuh dari kekuatan budaya lokal dan rasa kebersamaan komunitasnya. Dakwah di Yaspida tidak hanya menonjolkan isi pesan keagamaan, tetapi juga nilai-nilai kearifan lokal yang melekat dalam budaya Sunda. Pendekatan ini menjadikan pesantren ini sebagai laboratorium sosial bagi perpaduan antara tradisi, modernitas, dan teknologi.

Kekuatan utama Yaspida terletak pada modal kultural dan sosial yang dimilikinya. Pesantren ini dikenal sebagai pusat dakwah berbasis budaya Sunda, yang menggunakan bahasa dan simbol lokal dalam menyampaikan pesan keislaman. KH. MA, pimpinan Yaspida, menuturkan, “*Kami tidak mau dakwah terasa jauh dari masyarakat. Kalau pakai basa Sunda, orang lebih dekat hatinya.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Pendekatan ini terbukti efektif. Melalui program *Podcast Ngaji Nyunda*, Yaspida berhasil menarik perhatian masyarakat muda di Sukabumi dan sekitarnya. Podcast tersebut berisi diskusi ringan tentang akhlak, keluarga, dan sosial keagamaan, disampaikan dengan gaya percakapan santai dan humor khas Sunda. RF, pengelola podcast, menjelaskan, “*Kami ingin ngaji itu terasa akrab, bukan menegangkan. Orang yang dengar kayak ngobrol sama guru sendiri.*” (Wawancara, September 2025).

Selain itu, Yaspida memiliki jaringan komunitas alumni dan wali santri yang aktif mendukung kegiatan digital pesantren. Mereka membantu dalam promosi, penggalangan dana, dan penyebaran konten melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. KH. MA menyebut jaringan ini sebagai *jamaah digital*, yakni kelompok masyarakat yang tetap terhubung secara spiritual meski berjauhan secara fisik. Modal sosial semacam ini menjadi fondasi kuat bagi keberlanjutan dakwah digital berbasis komunitas.

Dalam kerangka teori *cultural communication* (Hall 1997), strategi Yaspida dapat dilihat sebagai bentuk *localization of religious message*—proses mengadaptasi pesan agama dengan konteks budaya lokal. Melalui pendekatan ini, Yaspida tidak hanya mempertahankan identitasnya, tetapi juga memperluas makna Islam yang ramah budaya.

Namun di balik kekuatan komunitasnya, Yaspida menghadapi tantangan besar dari sisi infrastruktur digital. RF menjelaskan, “*Kami masih*

*pakai kamera pinjaman, internet di sini kadang lemot. Kalau hujan, sinyal bisa hilang.*" (Wawancara, September 2025). Kondisi geografis Sukabumi yang sebagian besar perbukitan membuat akses internet tidak stabil, sehingga proses produksi dan distribusi konten sering kali tertunda.

Kelemahan lainnya terletak pada kemampuan teknis tim produksi. Tidak semua santri memiliki keterampilan editing atau desain grafis yang memadai. Sebagian konten dibuat sederhana dengan alat seadanya. KH. MA menambahkan, "*Yang penting pesan sampai, meskipun gambar goyang atau suara kurang jelas.*" (Wawancara, Agustus 2025). Sikap ini menunjukkan semangat keikhlasan, tetapi di sisi lain menjadi hambatan untuk meningkatkan kualitas visual dan daya saing konten di tengah ekosistem digital yang semakin kompetitif.

Regenerasi tim media juga menjadi persoalan. Ketika santri yang aktif lulus, tidak banyak penerus yang langsung siap menggantikan posisi mereka. RF menyebut, "*Kami sering mulai dari nol lagi. Santri baru harus belajar semua, dari ngerekam sampai upload.*" (Wawancara, September 2025). Masalah ini menunjukkan bahwa pelatihan berkelanjutan menjadi kebutuhan mendesak jika Yaspida ingin mempertahankan eksistensinya di dunia digital.

Di sisi lain, pendekatan kultural yang digunakan Yaspida justru membuka peluang besar. Penggunaan bahasa Sunda dan gaya komunikasi yang ringan menjadikan dakwah lebih mudah diterima oleh masyarakat akar rumput yang mungkin merasa canggung dengan gaya ceramah formal. RF menjelaskan, "*Kalau ustaz ngomong pakai istilah Arab terus, orang kampung suka mundur. Tapi kalau pakai bahasa mereka, malah banyak yang cerita balik.*" (Wawancara, September 2025).

Peluang lain muncul dari potensi ekspansi konten lokal ke audiens nasional melalui media digital. Dengan konsep *Ngaji Nyunda*, Yaspida dapat

menampilkan kekayaan budaya Sunda sebagai bagian dari dakwah Islam Nusantara. Hal ini sejalan dengan visi *Islam Berkemajuan* yang menempatkan nilai lokal sebagai sarana memperkuat universalitas Islam.

Selain itu, peluang kolaborasi dengan komunitas kreatif lokal juga mulai terbuka. Beberapa alumni Yaspida kini bekerja di bidang desain dan media, dan mereka sering membantu pesantren dalam memproduksi konten tematik seperti video Ramadan atau kegiatan sosial. KH. MA menyebut, “*Kami ingin pesantren jadi rumah bagi semua orang yang ingin berbuat baik lewat media.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Meski peluang besar terbuka, ancaman tetap mengintai. Salah satu ancaman utama adalah potensi komersialisasi budaya. Dengan semakin populernya konten *Ngaji Nyunda*, beberapa pihak luar mulai menawarkan kerja sama berbayar yang berpotensi menggeser orientasi dakwah menjadi komersial. RF mengaku, “*Ada tawaran sponsor, tapi kami hati-hati. Jangan sampai dakwah kami jadi konten jualan.*” (Wawancara, September 2025).

Ancaman lain adalah distorsi makna budaya. Dalam beberapa kesempatan, penggunaan simbol budaya Sunda di media sosial menimbulkan perdebatan antara kelompok konservatif dan progresif. Sebagian menilai pendekatan tersebut terlalu ringan untuk dakwah, sementara lainnya melihatnya sebagai bentuk inovasi kultural. KH. MA menegaskan, “*Selama tidak keluar dari akidah, budaya itu jembatan, bukan penghalang.*” (Wawancara, September 2025).

Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital tetap menjadi risiko besar terhadap keberlanjutan dakwah. Ketergantungan pada jaringan lokal dan peralatan sederhana membuat Yaspida sulit mengikuti ritme distribusi konten yang cepat seperti pesantren lain di perkotaan. Dalam konteks teori *digital*

*divide* (van Dijk 2020), Yaspida mencerminkan kesenjangan digital antara pesantren rural dan urban yang memengaruhi kecepatan transformasi mereka.

Melalui analisis SWOT, terlihat bahwa Yaspida memiliki kekuatan pada modal budaya dan solidaritas komunitas, namun kelemahannya terletak pada aspek teknis dan infrastruktur. Peluang mereka besar dalam pengembangan dakwah berbasis budaya lokal yang humanis, sementara ancamannya datang dari risiko komersialisasi dan kesenjangan digital.

KH. MA menutup wawancara dengan refleksi sederhana namun dalam makna, “*Kami ini santri kampung, tapi semangat kami global. Kami pakai teknologi bukan untuk pamer, tapi untuk nyebarin nilai-nilai Sunda yang Islami.*” (Wawancara, September 2025). Ucapan ini menegaskan bahwa bagi Yaspida, dakwah digital bukan soal teknologi semata, tetapi tentang bagaimana pesan keagamaan tetap berakar pada tanah budaya yang menumbuhkannya.

# **BAGIAN IX**

## **DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI**

## **DIGITAL TERHADAP**

## **KEBERMAKNAAN DAKWAH**

### **A. Dampak terhadap Santri**

Transformasi digital yang terjadi di lingkungan pesantren di Jawa Barat membawa dampak signifikan terhadap peningkatan literasi media para santri. Jika dahulu santri dikenal sebagai penjaga tradisi keilmuan berbasis teks dan hafalan, kini mereka juga menjadi produsen dan kurator pesan-pesan keagamaan di dunia digital. Perubahan ini tidak hanya menambah keterampilan teknis, tetapi juga memperluas cara berpikir dan berkomunikasi santri dalam menyebarkan dakwah Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Pesantren seperti Al-Furqon Muhammadiyah Garut, Persis 67 Benda Tasikmalaya, dan Yaspida Sukabumi menjadi contoh nyata bagaimana literasi media tumbuh di ruang religius yang awalnya tertutup dari teknologi. HS, ketua tim media Al-Furqon, menjelaskan, *“Dulu santri cuma tahu nulis makalah dan naskah ceramah. Sekarang mereka bisa bikin video, edit, dan atur caption dakwah di Instagram. Semua dengan niat ibadah.”* (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini memperlihatkan adanya proses *digital empowerment*, yaitu kemampuan individu menguasai teknologi bukan hanya untuk kepentingan duniawi, tetapi juga sebagai instrumen religius.

Peningkatan literasi media di kalangan santri juga membawa perubahan paradigma dalam memahami makna dakwah. NR dari Pesantren

Persis 67 menuturkan bahwa santri kini lebih kritis dalam memfilter informasi keagamaan. *“Kalau dulu kita cuma dengar dari ustadz, sekarang kita bisa cek sumbernya, baca tafsir digital, dan diskusi di grup. Jadi lebih selektif,”* ujarnya (Wawancara, September 2025). Literasi media mengajarkan santri untuk tidak sekadar menjadi penerima pesan, tetapi juga pengelola makna. Mereka belajar membedakan antara konten yang otentik dan yang bersifat manipulatif, sekaligus menjaga integritas pesan dakwah di tengah derasnya arus informasi yang kerap bercampur dengan hoaks keagamaan.

Dalam konteks teori *Digital Religiosity* yang dikemukakan oleh Heidi Campbell (2012), fenomena ini menunjukkan bahwa keberagamaan di era digital tidak hanya diukur dari tingkat konsumsi terhadap konten religius, tetapi dari kemampuan individu menginterpretasikan, memproduksi, dan mengomunikasikan nilai-nilai agama melalui media baru (Campbell 2012a). Para santri tidak lagi hanya “mengkaji kitab,” tetapi juga “mengkaji algoritma.” Mereka menyadari bahwa setiap media memiliki logika dan dampak yang berbeda terhadap penyampaian pesan dakwah. HS menuturkan, *“Kalau bikin video YouTube, harus beda dengan ceramah di majelis. Kita sesuaikan gaya bicara, durasi, dan gambar supaya penonton nggak bosan.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Di Pesantren Yaspida, literasi media tidak hanya diajarkan secara teknis, tetapi juga secara etis. KH. MA sering mengingatkan santrinya, *“Santri itu harus paham media, tapi jangan diperbudak media. Pakai teknologi untuk berdakwah, bukan buat eksis.”* (Wawancara, September 2025). Pesan itu menjadi landasan etika digital bagi santri: mereka belajar bahwa kemampuan teknologis tanpa orientasi moral bisa menimbulkan *riya’ digital*, yaitu perilaku pamer amal melalui media sosial. Dengan demikian, literasi media di

pesantren tidak hanya berfokus pada kemampuan kognitif dan teknis, tetapi juga pada penguatan kesadaran spiritual.

Selain itu, perubahan budaya belajar juga tampak nyata. Santri kini menggunakan YouTube untuk memahami tajwid, Canva untuk membuat infografis dakwah, dan WhatsApp untuk berdiskusi dengan ustaz di luar jam pelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi telah memperluas ruang pembelajaran santri dari pesantren ke dunia maya tanpa menghilangkan nilai adab dan disiplin. Dalam beberapa kasus, para ustaz mulai memanfaatkan *Google Classroom* dan *Zoom Meeting* untuk kajian kitab. Menurut NR, “*Kalau dulu ngaji harus duduk di serambi, sekarang bisa sambil online. Tapi tetap sopan, tetap hormat ke guru.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Fenomena ini memperlihatkan pergeseran fungsi pesantren sebagai ruang produksi pengetahuan keagamaan yang tidak lagi terbatas secara fisik. Pesantren menjadi bagian dari jaringan global pengetahuan Islam yang tersebar secara digital. Dengan literasi media, santri dapat menjembatani teks klasik dan konteks modern. Mereka mampu menafsirkan ulang makna “*tabligh*” dalam konteks media baru: bukan hanya menyampaikan pesan lewat lisan, tetapi juga melalui visual, audio, dan interaksi daring.

Namun, proses penguatan literasi ini tidak sepenuhnya berjalan mulus. Sebagian santri masih mengalami kesulitan memahami etika bermedia, terutama dalam menjaga keseimbangan antara konten dakwah dan ekspresi diri. KH. AN dari Persis menilai, “*Santri zaman sekarang cepat belajar teknologi, tapi harus diingatkan supaya tidak kehilangan adabnya.*” (Wawancara, September 2025). Tantangan etis ini menunjukkan bahwa literasi media bukan hanya soal keterampilan teknis, tetapi juga proses pembentukan karakter digital yang berakar pada nilai-nilai spiritual.

Dalam kerangka ini, dakwah digital tidak hanya menghasilkan konten, tetapi juga menciptakan manusia baru: santri yang literat, komunikatif, dan reflektif. Mereka belajar bahwa teknologi bukan pengganti kitab, melainkan jembatan untuk memperluas makna kitab di ruang digital. Proses ini menunjukkan bahwa literasi media di pesantren bukan sekadar kemampuan membaca dan menulis di dunia maya, tetapi bagian dari perjalanan spiritual untuk memahami dan menyebarkan kebenaran dengan cara yang relevan di era digital.

Salah satu dampak paling terasa dari transformasi digital di dunia pesantren adalah perubahan cara santri mempelajari dan memahami ilmu agama. Jika sebelumnya proses pembelajaran di pesantren didominasi oleh metode tradisional seperti *bandongan* dan *sorogan*, kini muncul bentuk baru pembelajaran berbasis media visual dan interaktif. Pergeseran ini tidak sekadar menyentuh aspek teknis, tetapi juga epistemologis—mengubah cara santri berinteraksi dengan teks suci, guru, dan pengetahuan itu sendiri.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, misalnya, pelajaran tafsir kini tidak hanya dilakukan melalui kitab klasik, tetapi juga melalui tayangan visual yang menampilkan tafsir kontekstual dengan ilustrasi grafis dan video pendek. HS, salah satu santri pengelola media, menjelaskan, “*Kami buat video pendek tentang tafsir ayat, pakai gambar dan narasi supaya gampang dipahami. Banyak teman bilang lebih cepat nyantol di pikiran.*” (Wawancara, Agustus 2025). Penggunaan visual ini memperlihatkan bagaimana pesan agama kini dikomunikasikan dengan pendekatan *multimodal*, menggabungkan teks, gambar, dan suara untuk memperkaya pemahaman spiritual.

Perubahan metode ini juga membawa dampak psikologis terhadap semangat belajar santri. Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, ustaz

muda mulai menggunakan *PowerPoint*, *Infografis Quranic Studies*, dan *podcast diskusi tafsir* sebagai pelengkap kitab kuning. NR, salah satu pengajar, menyebut, “*Santri sekarang lebih fokus kalau materi divisualkan. Kalau cuma baca kitab tebal, mereka cepat bosan. Tapi kalau kita tampilkan dengan contoh video, langsung hidup suasannya.*” (Wawancara, September 2025).

Dalam konteks ini, metode visual bukan sekadar alat bantu belajar, tetapi juga sarana dakwah yang membangun koneksi emosional. Hal ini sejalan dengan pandangan Campbell (2012) tentang *Digital Religiosity*, di mana praktik keagamaan digital tidak hanya mereproduksi ajaran lama dalam format baru, tetapi menciptakan pengalaman religius yang lebih partisipatif dan personal (Campbell 2012a). Melalui video dan desain visual, pesan-pesan agama menjadi lebih mudah diakses, diingat, dan direnungkan.

Namun, pergeseran dari teks ke visual juga mengubah cara santri memahami makna kitab. Di Yaspida Sukabumi, KH. MA menuturkan bahwa sebagian santri muda mulai “*mengaji lewat layar.*” *Ia menjelaskan, “Sekarang santri bisa belajar tafsir dari YouTube, tapi tetap harus diawasi. Jangan sampai mereka ambil dari sumber yang tidak jelas sanadnya.*”

(Wawancara, Agustus 2025). Kekhawatiran ini menunjukkan bahwa di balik kemudahan akses, ada risiko dekonsekrasi ilmu agama—pengetahuan yang dulu diperoleh melalui proses berguru langsung kini bisa diakses dengan satu klik, tanpa filter otoritas keilmuan.

Fenomena ini menciptakan dialektika baru antara teks dan konteks. Santri tetap menghormati guru dan kitab klasik, tetapi juga terbuka terhadap media digital sebagai sarana eksplorasi makna. Di Pesantren Persis, misalnya, santri sering menonton ulang rekaman kajian ustaz mereka untuk mengulang pelajaran. NR mengatakan, “*Kalau dulu lupa catatan, ya sudah. Sekarang*

*tinggal replay video. Jadi bisa belajar lebih dalam.”* (Wawancara, September 2025).

Kehadiran media visual juga memperluas cakrawala pengetahuan santri. Mereka tidak hanya menghafal ayat dan hadis, tetapi juga belajar membuat storyboard, mengedit suara, dan menyusun narasi dakwah. HS menyebut, “*Sekarang santri itu ustazd sekaligus editor. Mereka belajar mengatur angle kamera supaya pesan dakwahnya kuat.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kegiatan ini menunjukkan integrasi antara aspek intelektual dan kreatif yang memperkaya makna pendidikan pesantren di era digital.

Namun, transformasi ini tidak lepas dari dilema. Beberapa ustazd senior masih memandang media visual sebagai gangguan terhadap kekhusukan belajar. KH. AN dari Persis menilai, “*Ilmu itu turun lewat adab, bukan layar. Kalau terlalu visual, takutnya yang terserap bukan maknanya, tapi tampilannya.*” (Wawancara, September 2025). Pendapat ini mengingatkan bahwa pembelajaran agama berbasis media tetap harus dijaga keseimbangannya agar tidak terjebak dalam estetika tanpa esensi.

Dalam perspektif pedagogi Islam modern, perubahan ini sebenarnya membuka ruang baru bagi metode *tarbiyah ma'lumatiyah*—pendidikan berbasis informasi yang menekankan pada integrasi ilmu, teknologi, dan spiritualitas. Melalui media digital, pesantren dapat menghadirkan pembelajaran yang lebih relevan dengan kebutuhan generasi Z tanpa kehilangan kedalaman ilmiah dan spiritual.

Perubahan metode belajar ini juga memperlihatkan bagaimana santri memaknai teknologi sebagai bagian dari ibadah. RF dari Yaspida mengatakan, “*Kalau kami bikin konten tafsir atau doa, niatnya bukan cari viewer, tapi semoga ada yang dapat manfaat.*” (Wawancara, September 2025). Dalam pernyataan sederhana itu tersirat makna mendalam: bahwa penggunaan media

digital oleh santri bukan sekadar alat belajar, tetapi juga bentuk pengabdian spiritual.

Dengan demikian, pergeseran dari teks ke visual bukanlah bentuk degradasi pengetahuan, melainkan perluasan cara belajar dan berdakwah. Pesantren kini menjadi ruang pertemuan antara kitab dan kamera, antara *qalam* dan *klik*. Transformasi ini menandai babak baru pendidikan Islam di mana tradisi tidak hilang, tetapi justru menemukan bentuk baru untuk tetap hidup dalam budaya digital.

Perubahan besar dalam dunia dakwah digital tidak hanya terjadi pada aspek teknis dan metodologis, tetapi juga pada ranah spiritual. Di tengah derasnya arus teknologi dan konten yang serba cepat, para santri di berbagai pesantren di Jawa Barat berusaha mempertahankan satu hal yang menjadi inti dari seluruh aktivitas mereka: niat ibadah. Integrasi antara keterampilan digital dan kesadaran spiritual menjadi wujud nyata bagaimana pesantren beradaptasi tanpa kehilangan jati diri.

HS, santri senior sekaligus pengelola media di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, menuturkan, “*Kami belajar ngedit, bikin konten, tapi tetap niatnya ibadah. Setiap kali mau upload, kami baca bismillah dan niatkan supaya ada orang yang dapat hidayah.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ucapan ini menggambarkan cara santri memahami teknologi bukan sekadar alat, melainkan wadah untuk menyalurkan nilai-nilai ilahi. Dalam pandangan mereka, kerja di depan komputer tidak kalah mulianya dengan mengajar atau berdakwah di mimbar selama diniatkan untuk kebaikan.

Prinsip niat ini menjadi fondasi spiritual yang menjaga kemurnian dakwah digital pesantren. NR dari Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menambahkan, “*Kalau nggak dijaga niatnya, bisa bahaya. Dari dakwah bisa berubah jadi cari pujian.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan

tersebut menyinggung fenomena yang disebut Campbell (2012) sebagai *performative religiosity*, yaitu kondisi ketika praktik keagamaan di ruang digital bergeser dari ekspresi iman menuju pencitraan publik (Campbell 2012a). Para santri sadar bahwa dunia digital mudah menggoda ego, karena setiap unggahan disertai angka *views*, *likes*, dan *followers* yang bisa memengaruhi keikhlasan hati.

Kesadaran ini membuat banyak pesantren menerapkan etika digital berbasis spiritualitas. Di Al-Furqon, sebelum memulai proses produksi konten, para santri biasa membaca doa bersama dan mendengarkan nasihat ustaz. KH. YS menjelaskan, “*Kami ingin santri tahu bahwa dakwah itu bukan lomba popularitas. Kalau satu orang saja sadar karena kontenmu, itu sudah cukup.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ritual sederhana ini berfungsi sebagai pengingat bahwa aktivitas digital mereka tetap berada dalam bingkai ibadah, bukan sekadar proyek kreatif.

Fenomena ini juga menunjukkan adanya spiritualitas baru di kalangan santri—spiritualitas yang tidak lagi terikat sepenuhnya pada ruang fisik, tetapi bisa hadir dalam ruang digital. RF dari Pesantren Yaspida Sukabumi menjelaskan, “*Kadang saya bikin video tengah malam setelah ngaji. Rasanya tenang, kayak berdzikir, cuma bedanya dzikirnya lewat visual.*” (Wawancara, September 2025). Pengalaman ini memperlihatkan bentuk *digital spirituality*, di mana proses pembuatan konten dakwah menjadi bagian dari praktik religius yang memadukan zikir, kreativitas, dan teknologi.

Dalam konteks teori *Digital Religiosity* (Campbell 2012a), pengalaman spiritual semacam ini merupakan bagian dari transisi identitas religius di era digital. Keberagamaan tidak lagi semata-mata diwujudkan dalam bentuk ritual formal, tetapi juga dalam proses produksi makna di dunia maya. Santri tidak hanya menyebarkan pesan agama, tetapi juga

menegosiasikan identitasnya sebagai *dai digital* yang beroperasi di tengah logika algoritma dan budaya populer.

Namun, tidak semua proses ini berjalan tanpa kendala. KH. AN dari Persis menegaskan pentingnya membangun kesadaran moral agar dakwah digital tidak kehilangan kedalaman. Ia mengatakan, “*Teknologi itu seperti pisau. Kalau niatnya benar, bisa jadi alat dakwah. Tapi kalau niatnya melenceng, bisa jadi alat fitnah.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan itu menegaskan pentingnya niat sebagai kompas moral dalam setiap aktivitas digital.

Untuk menjaga keseimbangan antara semangat berkarya dan keikhlasan, beberapa pesantren mengembangkan pembiasaan spiritual di ruang media. Di Yaspida, misalnya, setiap santri diwajibkan menulis *caption* dakwah disertai doa pendek atau refleksi diri. RF menjelaskan, “*Kami diajarkan bahwa kata-kata itu bisa jadi doa. Jadi kalau posting, harus dari hati.*” (Wawancara, September 2025). Praktik sederhana ini menjadi bentuk digitalisasi nilai *ikhlas* dan *tabligh* yang diajarkan dalam tradisi pesantren.

Integrasi antara teknologi dan niat ibadah ini juga memperlihatkan bahwa spiritualitas santri di era digital tidak melemah, melainkan menemukan bentuk baru. Mereka belajar menyeimbangkan antara *kompetensi digital* dan *kesadaran transendental*. Dalam perspektif dakwah, ini menjadi model keberagamaan yang progresif—spiritualitas yang tidak eksklusif di masjid, tetapi juga hidup di ruang digital.

Di sisi lain, pengalaman spiritual para santri dalam bekerja di media digital memperkuat nilai kebersamaan (*ukhuwah digital*). HS menuturkan, “*Kalau kita kerja bareng bikin video dakwah, rasanya kayak gotong royong ibadah. Ada yang shooting, ada yang edit, semua punya niat yang sama.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ungkapan ini memperlihatkan bagaimana proses

teknis produksi konten dapat menjadi pengalaman religius kolektif yang memperkuat solidaritas antar santri.

Pada akhirnya, integrasi niat spiritual dalam aktivitas digital bukan hanya menjaga kemurnian dakwah, tetapi juga menjadi bentuk *resistance spiritual* terhadap budaya digital yang cenderung konsumtif dan narsistik. Pesantren melalui para santrinya berhasil menghadirkan oase nilai di tengah padang algoritma—mengubah layar menjadi ladang amal, dan klik menjadi dzikir.

## **B. Dampak terhadap Pesantren**

Era digital membawa pesantren pada titik penting dalam sejarahnya: dari lembaga pendidikan tradisional yang berfokus pada transmisi ilmu keagamaan, kini menjadi aktor publik yang aktif dalam ruang dakwah modern. Transformasi ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga ideologis dan kelembagaan. Pesantren tidak lagi sekadar tempat belajar, tetapi juga pusat produksi pesan moral, ruang komunikasi sosial, dan lembaga keagamaan yang tampil di ruang digital sebagai sumber otoritas baru.

Perubahan peran ini tampak jelas di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut. KH. YS menjelaskan, “*Kalau dulu pesantren menunggu jamaah datang, sekarang pesantren yang datang ke jamaah lewat media.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pandangan ini menggambarkan pergeseran paradigma dari dakwah pasif ke dakwah proaktif. Pesantren kini memanfaatkan teknologi sebagai sarana memperluas cakupan dakwah, menjangkau masyarakat di luar tembok fisik, bahkan hingga lintas negara.

Reposisi ini juga diiringi restrukturisasi kelembagaan. Al-Furqon, misalnya, membentuk *Divisi Media Dakwah* yang berfungsi layaknya biro komunikasi publik. Divisi ini mengelola seluruh aktivitas digital pesantren,

mulai dari perencanaan konten, pengelolaan media sosial, hingga koordinasi dengan ustadz dan santri. HS, ketua divisi, menjelaskan, “*Setiap pesan yang keluar dari pesantren harus punya nilai dan identitas. Kami tidak ingin pesantren hanya aktif, tapi juga relevan dan dipercaya.*” (Wawancara, September 2025). Dengan demikian, pesantren tidak lagi hanya lembaga pengajar, tetapi juga lembaga komunikator moral yang memiliki strategi komunikasi tersendiri.

Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, reposisi kelembagaan ini bersifat lebih intelektual. KH. AN menuturkan, “*Kami ingin dakwah pesantren dikenal sebagai dakwah berbasis ilmu, bukan sekadar nasihat.*” (Wawancara, Agustus 2025). Untuk itu, mereka mengembangkan *jurnal digital keislaman* dan *program diskusi daring* sebagai bagian dari strategi dakwah ilmiah. Melalui pendekatan ini, pesantren tidak hanya beradaptasi terhadap digitalisasi, tetapi juga memperkuat posisi akademiknya di ruang publik. Reposisi semacam ini menandai pergeseran dari pesantren sebagai lembaga tradisional ke pesantren yang berperan sebagai lembaga riset dan penyebaran ilmu keagamaan modern.

Sementara itu, di Yaspida Sukabumi, proses reposisi berjalan dengan cara yang lebih kultural. Pesantren ini memanfaatkan platform digital untuk menampilkan wajah Islam yang ramah dan membumi melalui *Podcast Ngaji Nyunda* dan konten budaya dakwah lokal. KH. MA menuturkan, “*Pesantren kami ingin dikenal bukan hanya karena ngajinya, tapi juga karena kehangatan dan keterbukaannya terhadap masyarakat.*” (Wawancara, September 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa reposisi pesantren tidak harus meninggalkan tradisi, tetapi justru memperluas tradisi itu dalam bahasa dan bentuk yang bisa diterima generasi digital.

Dalam konteks teori kelembagaan, perubahan ini dapat dijelaskan dengan konsep *institutional transformation* (Scott 2001), yang menyatakan bahwa lembaga keagamaan yang mampu bertahan di tengah perubahan sosial adalah yang mampu menyesuaikan struktur dan praktiknya tanpa kehilangan legitimasi nilai. Pesantren yang mengintegrasikan teknologi dalam dakwahnya sedang melakukan *reframing* terhadap identitasnya: dari lembaga pembentuk individu saleh menjadi lembaga penggerak moral sosial di ruang publik digital.

Reposisi ini juga berdampak pada cara pesantren berinteraksi dengan masyarakat dan pemerintah. Di beberapa wilayah, pesantren kini menjadi mitra strategis dalam program literasi digital dan moderasi beragama. HS mengungkapkan, “*Kami pernah diundang oleh Dinas Kominfo untuk ngisi pelatihan dakwah digital bagi guru madrasah. Dulu nggak kebayang pesantren bisa sejajar dengan lembaga publik seperti itu.*” (Wawancara, Agustus 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa otoritas pesantren kini meluas ke ranah sosial-budaya dan kebijakan publik, menjadikan mereka bagian dari ekosistem digital nasional yang aktif.

Namun, proses reposisi ini juga tidak terlepas dari ketegangan internal. Sebagian ustadz senior masih melihat digitalisasi sebagai ancaman terhadap kesakralan ilmu agama. KH. AN mengingatkan, “*Teknologi itu ibarat air. Bisa jadi sumber kehidupan, tapi juga bisa menenggelamkan kalau tidak dikendalikan.*” (Wawancara, September 2025). Ketegangan ini memperlihatkan dinamika antara nilai tradisional dan kebutuhan modernisasi yang harus terus dinegosiasikan di dalam tubuh pesantren.

Meski demikian, arah perubahan sudah jelas: pesantren kini menjadi lembaga dakwah modern yang tidak lagi dibatasi oleh ruang fisik dan waktu. Dakwah tidak lagi eksklusif dalam bentuk ceramah, tetapi hadir dalam format

digital yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Seperti dikatakan KH. MA, “*Kalau dulu pesantren itu menyalakan pelita di kampung, sekarang pelitanya nyala di layar.*” (Wawancara, September 2025).

Dengan reposisi ini, pesantren tidak kehilangan ruh spiritualnya, tetapi justru menemukan relevansi baru di tengah masyarakat yang terus bergerak. Modernisasi dakwah pesantren bukan sekadar perubahan bentuk, tetapi proses memperluas makna kehadiran Islam di tengah era digital.

Kemunculan pesantren di ruang digital telah mengubah wajah lembaga keagamaan ini di mata publik. Dulu, pesantren sering dipersepsikan sebagai institusi yang tertutup, konservatif, dan hanya relevan bagi kalangan internal. Kini, melalui media digital, citra itu perlahan bergeser menjadi lembaga yang modern, komunikatif, dan terbuka terhadap masyarakat luas. Transformasi ini bukan hasil dari kampanye pencitraan sesaat, tetapi bagian dari proses panjang di mana pesantren menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman tanpa kehilangan identitas spiritualnya.

Di Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut, perubahan citra ini terasa sangat nyata. KH. YS menuturkan, “*Dulu orang mengenal pesantren hanya dari cerita atau kabar mulut ke mulut. Sekarang, masyarakat bisa melihat langsung kegiatan kami lewat YouTube dan Instagram. Mereka jadi tahu bahwa pesantren itu tidak ketinggalan zaman.*” (Wawancara, Agustus 2025). Melalui konten visual seperti dokumentasi pengajian, kegiatan sosial, hingga karya kreatif santri, pesantren berhasil membangun kehadiran publik yang positif.

Proses ini menggambarkan bagaimana media digital berfungsi sebagai *jendela transparansi sosial* bagi lembaga keagamaan. Publik kini dapat mengakses aktivitas pesantren secara langsung, tanpa harus datang ke lokasi. HS, ketua tim media, menjelaskan, “*Banyak masyarakat yang tertarik*

*menyekolahkan anaknya setelah nonton konten dakwah kami. Mereka bilang, ternyata pesantren sekarang bersih, rapi, dan modern.”* (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas dakwah, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap pesantren sebagai lembaga pendidikan dan moral yang kredibel.

Di Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya, peningkatan citra publik diwujudkan melalui pendekatan akademik. Mereka mengelola website dan kanal media ilmiah yang menampilkan kajian keislaman, penelitian santri, dan diskusi teologis. NR, pengelola konten Persis, mengatakan, “*Kami ingin pesantren dikenal bukan hanya karena tradisi, tapi juga karena intelektualitasnya.*” (Wawancara, September 2025). Dengan strategi ini, Persis berhasil membangun citra sebagai lembaga dakwah berbasis ilmu pengetahuan yang profesional dan kredibel di ruang digital.

Sementara itu, Yaspida Sukabumi mengembangkan citra publiknya melalui pendekatan kultural. Konten *Ngaji Nyunda* mereka yang memadukan bahasa Sunda, musik lokal, dan nilai-nilai Islam moderat berhasil menarik simpati masyarakat dari berbagai kalangan. KH. MA menjelaskan, “*Kami ingin pesantren hadir dengan wajah yang ramah dan membumi. Orang yang melihat konten kami harus merasa dekat, bukan takut.*” (Wawancara, Agustus 2025). Strategi ini membuktikan bahwa pesantren mampu membangun komunikasi lintas sosial-budaya tanpa kehilangan substansi keagamaannya.

Dalam konteks teori komunikasi publik, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *strategic religious communication* (Heath 2010), di mana lembaga keagamaan membangun hubungan dengan publik melalui pesan yang autentik, konsisten, dan bernilai. Pesantren yang memanfaatkan media digital dengan narasi positif tidak hanya memperkuat reputasinya, tetapi juga berperan sebagai mediator nilai antara agama dan masyarakat modern.

Perubahan citra ini juga menandai terjadinya keterbukaan sosial di lingkungan pesantren. Jika sebelumnya interaksi pesantren dengan masyarakat terbatas pada kegiatan keagamaan seperti pengajian atau perayaan hari besar Islam, kini hubungan itu diperluas melalui interaksi digital yang lebih inklusif. RF dari Yaspida menyebut, “*Sekarang kami sering dapat komentar dari non-santri yang bilang suka dengar podcast kami karena bahasanya sederhana dan nggak menghakimi.*” (Wawancara, September 2025). Dakwah digital membuka ruang dialog baru antara pesantren dan masyarakat luas yang sebelumnya mungkin merasa jauh atau asing dengan kultur pesantren.

Selain memperluas relasi sosial, keterbukaan ini juga berimplikasi pada meningkatnya partisipasi publik dalam kegiatan pesantren. HS menyebut bahwa setelah pandemi, banyak masyarakat yang terlibat dalam program *donasi digital* dan *kelas ngaji daring*. “*Dulu yang nyumbang itu cuma alumni, sekarang banyak orang yang bahkan belum pernah datang ke pesantren, tapi ikut berdonasi karena mereka tahu kegiatan kami lewat media sosial.*” (Wawancara, Agustus 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa keterbukaan digital tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga memperluas dukungan sosial dan ekonomi bagi pesantren.

Namun, proses membangun citra publik juga menghadirkan tantangan. Sebagian pihak menilai bahwa keterbukaan digital berisiko mengikis kesederhanaan pesantren. KH. AN dari Persis menanggapi hal ini dengan bijak, “*Citra itu penting, tapi jangan jadi topeng. Citra harus tumbuh dari akhlak, bukan dari kamera.*” (Wawancara, September 2025). Kritik ini menjadi pengingat bahwa reputasi digital pesantren harus dijaga agar tetap selaras dengan nilai keikhlasan dan kejujuran yang menjadi ruh dakwah Islam.

Dengan keterbukaan sosial dan citra publik yang semakin positif, pesantren kini tidak lagi berdiri di pinggir arus modernitas, melainkan menjadi bagian aktif dari masyarakat digital. Perubahan ini membawa dampak jangka panjang terhadap persepsi publik: pesantren bukan lagi sekadar lembaga konservatif yang menjaga tradisi, tetapi juga pionir dakwah modern yang mampu berbicara dengan bahasa zaman.

Sebagaimana disimpulkan KH. YS di akhir wawancaranya, “*Kami ingin pesantren dikenal bukan karena bangunannya, tapi karena pikirannya yang terbuka.*” (Wawancara, September 2025). Pernyataan itu menegaskan arah baru pesantren di era digital: terbuka terhadap perubahan, namun tetap berpegang pada nilai-nilai yang menuntun perubahan itu sendiri.

Salah satu dampak paling menarik dari digitalisasi dakwah pesantren adalah bagaimana nilai-nilai tradisional Islam seperti *tablīgh* (penyampaian pesan), *irsyād* (bimbingan moral), dan *tanwīr* (pencerahan) diadaptasi dalam bentuk-bentuk komunikasi digital yang baru. Ketiga nilai ini telah lama menjadi pilar dakwah pesantren, tetapi kini menemukan ekspresi yang berbeda melalui video, podcast, infografis, dan media sosial. Transformasi ini bukan sekadar perubahan medium, tetapi juga refleksi tentang bagaimana pesantren memaknai kembali misi dakwahnya di tengah ekosistem digital yang serba cepat dan kompetitif.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjelaskan, “*Dulu tablīgh itu identik dengan ceramah di mimbar. Sekarang tablīgh bisa lewat YouTube atau Instagram. Yang penting pesannya sampai dan menggerakkan hati.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ucapan ini menggambarkan pergeseran dari dakwah konvensional yang bersifat satu arah menuju dakwah digital yang bersifat dialogis dan interaktif. Santri tidak lagi sekadar menyampaikan, tetapi juga mendengarkan dan menanggapi komentar,

menjalin diskusi, serta membangun hubungan dengan audiens secara berkelanjutan.

Dalam konteks *tablīgh*, media digital memberi ruang bagi penyampaian pesan agama yang lebih kreatif dan mudah diakses. HS, santri sekaligus pengelola media Al-Furqon, menuturkan, “*Kalau dulu dakwah cuma lewat teks atau ceramah langsung, sekarang kami bikin video tiga menit yang intinya sama: mengajak orang ke kebaikan, tapi dengan gaya yang ringan dan dekat.*” (Wawancara, September 2025). Video dakwah pendek, kutipan ayat bergrafis, dan potongan tausiyah menjadi bentuk baru dari *tablīgh visual*, yang mampu menembus batas geografis dan sosial.

Sementara itu, *irsyād* sebagai bimbingan moral juga mengalami perluasan makna di ruang digital. KH. AN dari Persis 67 Benda Tasikmalaya menjelaskan, “*Bimbingan itu sekarang tidak harus tatap muka. Ada santri yang konsultasi lewat DM, minta doa atau nasihat soal hidupnya. Ini bentuk irsyād yang baru.*” (Wawancara, September 2025). Di sini, pesantren menjalankan fungsi keagamaannya sebagai pembimbing spiritual yang hadir kapan pun dibutuhkan, memanfaatkan ruang digital untuk menjangkau mereka yang mungkin tak berani datang langsung ke kyai.

Peran *irsyād digital* ini juga memperlihatkan wajah baru hubungan kyai-santri yang lebih horizontal. NR dari Persis menambahkan, “*Kalau dulu kita menunggu giliran untuk sowan ke kyai, sekarang bisa langsung kirim pertanyaan lewat WhatsApp. Tapi adabnya tetap dijaga, karena yang penting bukan medianya, tapi niat dan sopannya.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dalam hal ini, media digital tidak menghapus nilai adab dan penghormatan, melainkan menyalurkannya dalam bentuk komunikasi yang lebih fleksibel.

Adapun nilai *tanwīr*, yakni pencerahan, menjadi semakin relevan di tengah arus informasi yang sering kali memicu kebingungan dan polarisasi.

Pesantren memainkan peran penting sebagai sumber otoritas moral yang menebarkan cahaya di ruang publik digital. KH. MA dari Yaspida Sukabumi menuturkan, *“Kita ingin dakwah di media jadi penerang, bukan pemecah. Banyak orang tersesat bukan karena jahat, tapi karena bingung. Tugas pesantren adalah menuntun, bukan menghakimi.”* (Wawancara, September 2025). Nilai *tanwīr* inilah yang menjadikan pesantren tetap relevan di tengah derasnya narasi-narasi ekstrem dan dangkal yang beredar di media sosial.

Dalam praktiknya, *tanwīr digital* diterjemahkan melalui konten yang mengedepankan nilai edukatif dan dialogis. Yaspida, misalnya, mengemas video dakwahnya dalam format percakapan ringan antara santri dan masyarakat sekitar, membahas isu-isu aktual dengan pendekatan empatik. RF, salah satu kreator konten Yaspida, menjelaskan, *“Kami ingin dakwah terasa manusiawi. Bukan cuma nyuruh, tapi ngajak mikir dan memahami.”* (Wawancara, Agustus 2025). Gaya komunikasi ini memperlihatkan bahwa pesantren berhasil menempatkan dakwah digital bukan sebagai ruang ceramah sepihak, tetapi sebagai arena refleksi sosial dan spiritual bersama.

Dari perspektif teori dakwah, proses ini menunjukkan bentuk *renewal of message* — pembaruan pesan keagamaan agar tetap bermakna dalam konteks zaman. Pesantren mampu menafsir ulang nilai-nilai klasik menjadi bahasa baru yang relevan bagi generasi digital. Seperti dijelaskan Campbell (2012) dalam konsep *digital religiosity*, adaptasi spiritual di ruang digital terjadi ketika nilai-nilai lama diolah ulang tanpa kehilangan makna transcendentalnya (Campbell 2012a). Hal ini persis yang dilakukan pesantren: menjaga substansi nilai dakwah sambil memperbarui kemasannya agar tetap dapat diterima audiens modern.

Lebih jauh lagi, ketiga nilai tersebut—*tablīgh, irsyād*, dan *tanwīr*—membentuk fondasi etik bagi seluruh aktivitas digital pesantren. Di tengah

dunia digital yang sering kali dangkal dan serba instan, pesantren menawarkan narasi alternatif: dakwah yang sabar, mendidik, dan menenangkan. KH. YS menegaskan, “*Kami tidak mau ikut-ikutan tren viral. Kalau satu orang saja tercerahkan, itu sudah tanwīr yang sesungguhnya.*” (Wawancara, September 2025).

Pernyataan ini menutup lingkaran reflektif tentang bagaimana pesantren menavigasi dunia digital dengan kompas spiritualnya sendiri. Dakwah digital bukan sekadar adaptasi teknologis, melainkan kelanjutan dari misi moral yang telah dijalankan pesantren selama berabad-abad. Dalam bahasa sederhana, pesantren kini tidak hanya menyalakan pelita di langgar, tetapi juga menyalakan Cahaya di layar—and dalam setiap klik yang membawa makna, nilai *tablīgh, irsyād*, dan *tanwīr* terus hidup.

### C. Dampak terhadap Masyarakat

Transformasi digital dakwah pesantren telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan ajaran Islam dan lembaga keagamaan. Jika dahulu masyarakat harus hadir langsung di majelis pengajian untuk mendengarkan ceramah, kini mereka dapat mengakses pesan-pesan keagamaan kapan pun dan di mana pun melalui media digital. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada pola konsumsi religius masyarakat, tetapi juga pada persepsi mereka terhadap pesantren sebagai sumber pengetahuan dan bimbingan spiritual yang terpercaya.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjelaskan, “*Sekarang jamaah tidak hanya datang ke pesantren, tapi pesantren juga hadir di rumah mereka lewat YouTube dan WhatsApp.*” (Wawancara, Agustus 2025). Pernyataan ini menegaskan pergeseran bentuk dakwah dari sistem *push*—di mana jamaah harus datang untuk menerima ilmu—ke sistem *pull*, di mana masyarakat secara aktif mencari dan mengakses dakwah sesuai

kebutuhan spiritual mereka. Dalam konteks ini, pesantren tidak lagi sekadar pengajar, tetapi menjadi *mitra spiritual* yang hadir dalam keseharian masyarakat digital.

Perubahan pola interaksi ini tampak jelas pada masyarakat urban di sekitar Garut dan Sukabumi, yang mulai menjadikan dakwah digital pesantren sebagai sumber rujukan utama dalam memahami ajaran agama. RF, warga Sukabumi yang rutin mengikuti *Podcast Ngaji Nyunda* dari Yaspida, menuturkan, “*Saya merasa lebih dekat dengan pesantren. Bahasanya santai, tapi dalem. Kadang saya putar sambil kerja, dan tetap dapet nilai agamanya.*” (Wawancara, September 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa pesantren telah berhasil menyesuaikan format dakwah dengan gaya hidup masyarakat modern yang dinamis dan serba cepat, tanpa mengorbankan kedalaman pesan.

Selain memperluas akses terhadap ilmu agama, dakwah digital pesantren juga berperan penting dalam memperkuat literasi keagamaan masyarakat. Di tengah banjir informasi dan maraknya konten keagamaan yang tidak terverifikasi, kehadiran pesantren di ruang digital memberikan alternatif yang kredibel dan moderat. KH. AN dari Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya menegaskan, “*Banyak orang yang sekarang bingung bedakan mana ustaz beneran dan mana yang cuma influencer. Karena itu, kami hadir supaya masyarakat dapat dakwah yang benar, bukan sensasi.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Dalam kerangka teori *Uses and Gratifications* (Blumler and Katz 1974), masyarakat kini menggunakan dakwah digital pesantren bukan hanya untuk mendapatkan informasi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual, identitas sosial, dan rasa keterhubungan. Konten pesantren berfungsi sebagai *social glue*—perekat sosial yang mempertemukan individu dari berbagai latar belakang dalam ruang digital yang bernuansa religius.

Misalnya, tayangan live streaming pengajian dari Al-Furqon kerap diikuti oleh ribuan penonton dari luar Jawa Barat, bahkan dari luar negeri. HS, pengelola kanal tersebut, mengungkapkan, *“Pernah ada penonton dari Malaysia yang bilang kalau setiap malam Jumat ikut ngaji bareng kami lewat YouTube.”* (Wawancara, September 2025).

Dampak sosial lainnya adalah munculnya *komunitas dakwah online* berbasis nilai-nilai pesantren. Di media sosial, masyarakat membentuk grup WhatsApp atau Telegram yang berisi kajian, tanya-jawab, dan saling berbagi refleksi keagamaan. NR dari Persis mengamati, *“Sekarang banyak jamaah bikin grup belajar mandiri. Mereka diskusi soal fikih, adab, bahkan politik Islam, tapi rujukannya ke konten pesantren.”* (Wawancara, Agustus 2025). Dengan demikian, pesantren tidak hanya menjadi pengajar, tetapi juga penggerak komunitas keagamaan digital yang menumbuhkan partisipasi aktif masyarakat.

Keterbukaan ini juga mengubah persepsi masyarakat terhadap pesantren sebagai lembaga yang inklusif dan adaptif. Sebelumnya, sebagian masyarakat menilai pesantren sebagai ruang yang eksklusif dan hanya terbuka bagi kalangan tertentu. Namun kini, dengan adanya media digital, batas-batas sosial dan kultural mulai mencair. KH. MA dari Yaspida menyebut, *“Sekarang ada anak-anak SMA negeri yang ikut kajian online kami. Dulu mungkin mereka sungkan datang langsung ke pesantren, tapi lewat digital jadi lebih mudah.”* (Wawancara, September 2025). Ini menunjukkan bahwa dakwah digital telah berperan sebagai jembatan sosial yang mempertemukan masyarakat dengan pesantren melalui ruang yang aman, terbuka, dan interaktif.

Dalam konteks yang lebih luas, dampak dakwah digital juga dirasakan pada tataran moral masyarakat. Pesan-pesan yang disebarluaskan pesantren

tentang adab, keikhlasan, dan kesederhanaan menjadi inspirasi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu warga Garut, ibu rumah tangga bernama DS, mengatakan, *“Saya sering lihat video santri yang ngaji sambil bersih-bersih asrama. Dari situ saya belajar bahwa ibadah itu bisa dari hal kecil.”* (Wawancara, Agustus 2025). Dakwah semacam ini menghidupkan kembali kesadaran spiritual yang praktis dan membumi, memperlihatkan bahwa agama bukan hanya dogma, tapi juga etika kehidupan.

Namun, perubahan ini juga membawa dinamika baru dalam relasi sosial-keagamaan masyarakat. Ada sebagian kalangan yang menganggap bahwa dakwah digital membuat interaksi keagamaan menjadi lebih dangkal dan instan. KH. AN menanggapi hal ini dengan reflektif, *“Ya, itu tantangan kita. Jangan sampai orang cukup nonton video satu menit lalu merasa alim. Tapi kalau itu jadi pintu awal untuk belajar lebih dalam, itu sudah baik.”* (Wawancara, September 2025). Pernyataan ini menegaskan bahwa dakwah digital bukan tujuan akhir, melainkan jembatan menuju kesadaran keagamaan yang lebih substansial.

Dalam perspektif sosiologis, fenomena ini dapat dilihat sebagai bentuk *religious reconfiguration*—restrukturisasi pengalaman keagamaan di tengah era digital. Masyarakat tidak lagi menggantungkan makna religius pada tempat atau figur tunggal, tetapi membangun pengalaman iman secara terdistribusi melalui jaringan digital yang luas. Pesantren dalam hal ini berperan sebagai penyeimbang moral, memastikan bahwa arus spiritualitas digital tetap berpijakan pada nilai-nilai otentik Islam.

Pada akhirnya, dampak dakwah digital terhadap masyarakat bukan hanya memperluas akses terhadap pengetahuan agama, tetapi juga memperdalam pengalaman spiritual dan memperkuat relasi sosial. Masyarakat kini melihat pesantren bukan lagi sebagai lembaga kuno yang berdiri di

pinggir modernitas, melainkan sebagai mitra kultural yang relevan, adaptif, dan inspiratif. Seperti disimpulkan oleh KH. YS, “*Kalau dulu pesantren itu datang ke masyarakat lewat jalan tanah, sekarang lewat jaringan internet. Tapi tujuannya tetap sama—menerangi hati.*” (Wawancara, September 2025).

#### **D. Dimensi Spiritual dan Sosial Dakwah Digital**

Kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah cara dakwah dilakukan, tetapi juga menggeser dimensi spiritualitas dan struktur sosial di dalamnya. Dakwah yang sebelumnya berlangsung dalam ruang sakral—seperti masjid, majelis taklim, dan pesantren—kini bergerak ke ruang publik digital yang terbuka dan cair. Transformasi ini melahirkan dua sisi yang saling berinteraksi: di satu sisi, spiritualitas baru yang lebih inklusif dan reflektif; di sisi lain, risiko munculnya religiositas yang dangkal dan performatif.

KH. YS dari Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Garut menjelaskan, “*Sekarang zikir bisa lewat layar, pengajian bisa lewat YouTube, tapi yang penting bukan medianya, melainkan hatinya tetap hadir.*” (Wawancara, Agustus 2025). Ucapan ini menggambarkan bentuk *spiritualitas digital*, di mana makna kehadiran tidak lagi terikat pada ruang fisik, tetapi pada intensi dan kesadaran batin seseorang dalam berinteraksi dengan pesan keagamaan. Santri dan jamaah belajar menemukan Tuhan dalam ruang yang tak berbatas—sebuah bentuk *iman virtual* yang hidup di dalam dunia digital.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori *Digital Religiosity* (Campbell 2012a), yang melihat praktik keagamaan online sebagai proses pembentukan identitas spiritual baru. Dalam konteks pesantren, santri yang berdakwah melalui media digital tidak hanya menyalurkan pesan agama, tetapi juga mengalami bentuk baru dari keterhubungan transendental. RF dari Yaspida Sukabumi menuturkan, “*Kalau bikin konten dakwah, saya ngerasa kayak lagi muhasabah juga. Kita belajar, nyari dalil, nulis naskah. Itu jadi*

*proses ibadah tersendiri.*” (Wawancara, September 2025). Aktivitas kreatif digital dengan demikian menjadi ruang kontemplasi, bukan sekadar ekspresi publik.

Namun, spiritualitas digital ini juga menimbulkan tantangan. Di tengah budaya media yang menekankan kecepatan dan visualisasi, ada kecenderungan munculnya *dakwah instan*—pesan-pesan agama yang singkat, viral, namun sering kali kehilangan kedalaman reflektif. KH. AN dari Persis 67 Benda Tasikmalaya mengingatkan, “*Sekarang banyak orang merasa cukup nonton satu menit video dakwah, padahal dakwah itu proses panjang, bukan hiburan.*” (Wawancara, Agustus 2025). Dakwah digital berpotensi tergelincir menjadi konsumsi spiritual yang cepat, di mana keimanan diukur dari jumlah tontonan, bukan dari penghayatan makna.

Dinamika ini memperlihatkan adanya *dialektika spiritualitas* antara dua kutub: spiritualitas substansial dan spiritualitas performatif. Yang pertama berakar pada refleksi, niat, dan kesadaran moral; sementara yang kedua cenderung muncul dari dorongan popularitas, validasi sosial, dan estetika digital. Santri dan kyai di berbagai pesantren menyadari dilema ini, dan berupaya menjaga keseimbangan antara ekspresi modern dan substansi ajaran. NR dari Persis menuturkan, “*Kita boleh pakai efek video, musik latar, tapi jangan sampai pesan agamanya tenggelam.*” (Wawancara, September 2025).

Di sisi lain, dakwah digital juga membuka peluang bagi lahirnya spiritualitas sosial baru. Jika dulu praktik keagamaan cenderung bersifat individual atau komunitarian terbatas, kini muncul bentuk solidaritas religius di ruang digital. Jamaah saling menyapa, berbagi pengalaman, bahkan saling mendoakan di kolom komentar. HS, pengelola media Al-Furqon, mengisahkan, “*Waktu ada bencana di Garut, banyak pengikut channel kami yang langsung bantu donasi setelah lihat konten dakwah kami. Itu bukti*

*bahwa dakwah digital bisa menggerakkan hati, bukan cuma klik.”* (Wawancara, Agustus 2025).

Spiritualitas sosial seperti ini memperluas makna dakwah sebagai praktik transformasi sosial, bukan sekadar komunikasi pesan. Pesantren, melalui kanal-kanal digitalnya, kini tidak hanya membimbing masyarakat untuk beriman, tetapi juga mengajak mereka untuk berbuat. Ini sejalan dengan nilai *tanwīr* (pencerahan) dan *irsyād* (bimbingan moral) yang menjadi basis dakwah pesantren. Melalui dunia digital, pesantren menanamkan nilai-nilai solidaritas, empati, dan kepedulian dalam format yang bisa menjangkau jutaan orang sekaligus.

Dalam dimensi sosial, dakwah digital juga mengubah struktur otoritas keagamaan. KH. MA dari Yaspida mencatat, “*Sekarang banyak jamaah belajar dari santri muda. Dulu yang didengar cuma kyai, sekarang ustadz muda juga dipercaya.*” (Wawancara, September 2025). Pergeseran ini memperlihatkan bahwa ruang digital memberi tempat bagi munculnya otoritas baru berbasis kompetensi dan kredibilitas konten, bukan semata-mata posisi hierarkis. Namun, di balik demokratisasi ini, ada tantangan menjaga akurasi dan kedalaman ilmu agar otoritas keagamaan tetap berakar pada tradisi keilmuan pesantren.

Fenomena tersebut sejalan dengan konsep *Networked Religion* (H Campbell 2013), yang menjelaskan bahwa praktik keagamaan digital menciptakan jejaring sosial baru di mana individu, lembaga, dan komunitas berinteraksi secara horizontal. Dalam konteks pesantren, hal ini berarti kyai, santri, dan jamaah membentuk ekosistem religius yang lebih cair, di mana setiap individu dapat berkontribusi dalam penyebaran nilai Islam. Dakwah menjadi kolaboratif, bukan lagi satu arah.

Meskipun begitu, munculnya spiritualitas sosial dan performatif di ruang digital tetap menuntut refleksi kritis. KH. AN mengingatkan, “*Kalau niatnya dakwah, maka semua alat bisa jadi jalan pahala. Tapi kalau niatnya hanya viral, itu yang bahaya.*” (Wawancara, Agustus 2025). Kalimat ini menegaskan pentingnya kesadaran moral sebagai fondasi dalam setiap bentuk aktivitas digital keagamaan. Dakwah digital tanpa ruh spiritual akan kehilangan substansi dan berubah menjadi sekadar hiburan berlabel agama.

Pada akhirnya, dimensi spiritual dan sosial dakwah digital menunjukkan dua hal penting: pertama, bahwa ruang digital dapat menjadi arena lahirnya spiritualitas yang reflektif dan empatik; kedua, bahwa ruang ini juga rawan mengalami degradasi makna jika kehilangan bimbingan nilai-nilai pesantren. Dalam keseimbangan inilah pesantren menemukan relevansinya: bukan sekadar pengguna teknologi, tetapi penjaga makna di tengah derasnya arus informasi.

Sebagaimana dikatakan KH. YS di akhir wawancara, “*Zaman boleh berubah, tapi dakwah tetap tentang hati. Kalau hatinya ikhlas, sinyal ke langit tidak pernah putus.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat sederhana itu menegaskan bahwa spiritualitas sejati tidak bergantung pada medium, melainkan pada niat dan ketulusan dalam menyampaikan pesan Tuhan.

Transformasi digital dalam dakwah pesantren merupakan salah satu fenomena paling signifikan dalam perkembangan keislaman Indonesia kontemporer. Ia bukan sekadar adaptasi terhadap kemajuan teknologi, tetapi juga bentuk *redefinisi makna dakwah* itu sendiri. Dakwah tidak lagi dipahami semata sebagai aktivitas verbal yang dilakukan di mimbar, tetapi sebagai praktik sosial dan kultural yang melibatkan media, jejaring, dan dinamika spiritualitas baru.

Secara teoretis, perubahan ini mencerminkan pergeseran dari paradigma *komunikasi dakwah tradisional* menuju *komunikasi dakwah digital*, di mana pesan keagamaan beroperasi dalam ekosistem yang interaktif, partisipatif, dan visual. Pesantren sebagai lembaga dakwah klasik berhasil menavigasi transisi ini tanpa kehilangan orientasi nilai. KH. YS dari Al-Furqon Muhammadiyah Garut menyatakan, “*Kami tetap berpegang pada prinsip *tabligh, irsyād, dan tanwīr*. Bedanya sekarang alatnya saja yang berubah.*” (Wawancara, September 2025).

Analisis ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pesantren dalam memanfaatkan teknologi digital berakar pada kemampuannya menjaga keseimbangan antara *form* dan *substance*. Bentuk dakwah mengalami inovasi—melalui YouTube, podcast, infografis, atau media sosial—tetapi substansi nilai spiritual, etika, dan moral tetap menjadi fondasi utama. Hal ini sejalan dengan teori *New Media Theology* (Heidi Campbell 2013), yang menegaskan bahwa media bukan sekadar sarana penyebaran pesan, melainkan juga ruang produksi makna religius baru. Pesantren memanfaatkan ruang ini untuk memperluas misi dakwahnya dari lokal ke global, dari fisik ke digital.

Dalam konteks sosial, dakwah digital pesantren telah menciptakan bentuk baru dari *komunitas iman* yang bersifat terbuka dan lintas batas. Masyarakat yang sebelumnya terpisah oleh jarak, latar sosial, atau budaya kini dapat berinteraksi dalam ruang yang sama, berbagi pengalaman spiritual, dan membangun solidaritas moral. HS dari Al-Furqon menjelaskan, “*Sekarang jamaah dari Malaysia, Jepang, sampai Arab Saudi ikut ngaji bareng kami lewat YouTube. Rasanya kayak pesantren tanpa pagar.*” (Wawancara, Agustus 2025). Fenomena ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dakwah bukan hanya memperluas jangkauan geografis, tetapi juga memperluas makna kebersamaan dalam Islam.

Namun, di balik peluang tersebut, muncul pula tantangan yang kompleks. Digitalisasi dakwah membawa risiko banalitas, di mana pesan-pesan agama kehilangan kedalaman karena harus disesuaikan dengan logika media: cepat, singkat, dan menarik secara visual. KH. AN dari Persis 67 Benda Tasikmalaya mengingatkan, “*Sekarang orang lebih cepat terpengaruh video satu menit daripada ngaji satu jam. Ini yang harus kita waspadai.*” (Wawancara, September 2025). Dakwah digital berisiko menjadi *performative religiosity* (Campbell 2012a), ketika tujuan dakwah bergeser dari pencarian makna menuju pencarian popularitas.

Meski begitu, risiko ini tidak dapat dijadikan alasan untuk menolak teknologi. Justru di sinilah pesantren memainkan peran penting sebagai *penjaga keseimbangan makna*. Dalam tradisi pesantren, setiap bentuk dakwah selalu dilandasi oleh niat (*niyyah*) dan etika (*akhlaq*). Ketika kedua nilai ini dipertahankan dalam ruang digital, maka dakwah tidak kehilangan kesakralannya meski dilakukan melalui layar. NR dari Persis menegaskan, “*Kalau niatnya lillāh, YouTube pun bisa jadi majelis ilmu.*” (Wawancara, Agustus 2025).

Analisis ini menunjukkan bahwa makna keberagamaan di era digital bukan melemah, melainkan mengalami *reformulasi*. Spiritualitas kini tidak hanya hadir dalam bentuk ritual, tetapi juga dalam aktivitas kreatif dan reflektif yang berbasis teknologi. Santri yang mengedit video dakwah, menulis naskah, atau mendesain infografis sedang menjalankan bentuk ibadah baru yang memadukan iman dan keterampilan. Fenomena ini sesuai dengan konsep *digital spirituality* (Campbell 2015), di mana praktik keagamaan menemukan ekspresi baru melalui teknologi tanpa kehilangan kedalaman religius.

Lebih jauh, digitalisasi dakwah pesantren juga menantang otoritas keagamaan tradisional. Otoritas kyai kini berbagi ruang dengan santri muda

dan bahkan dengan masyarakat awam yang aktif di media. KH. MA dari Yaspida Sukabumi memandang hal ini sebagai peluang, bukan ancaman: *“Dulu dakwah hanya bisa dilakukan oleh kyai di mimbar. Sekarang santri pun bisa jadi dai digital, asal tetap dalam bimbingan.”* (Wawancara, September 2025). Dengan demikian, digitalisasi memperluas partisipasi dakwah, menjadikan pesantren sebagai lembaga yang lebih demokratis dan inklusif.

Dari sisi teologis, dakwah digital pesantren dapat dibaca sebagai upaya *tajdīd ad-dīn* (pembaruan keagamaan), di mana pesantren tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga memperbarui agar relevan dengan zaman. Nilai-nilai seperti *tablīgh*, *irsyād*, dan *tanwīr* tetap menjadi roh utama, namun dikemas dalam bahasa dan medium yang lebih komunikatif. Sebagaimana dikatakan KH. YS, *“Tugas pesantren itu menjaga cahaya agar tetap menyala, tidak peduli lampunya berubah dari pelita ke LED.”* (Wawancara, September 2025).

Secara reflektif, dakwah digital pesantren menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi bagian dari ibadah jika dikelola dengan kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial. Dunia digital, yang sering dianggap sekuler dan dangkal, justru bisa menjadi ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai ketuhanan. Pesantren dengan karakternya yang moderat dan berbasis ilmu menjadi pelaku penting dalam menjaga keseimbangan antara inovasi dan tradisi.

Pada akhirnya, makna dakwah di era digital tidak lagi terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga pada penciptaan makna baru tentang keberagamaan. Dakwah digital membuka ruang bagi umat Islam untuk memaknai ulang hubungan mereka dengan Tuhan, sesama manusia, dan teknologi. Dalam konteks ini, pesantren tampil sebagai pelaku transformasi

yang mampu menjembatani masa lalu dan masa depan, tradisi dan inovasi, spiritualitas dan modernitas.

Seperi dirangkum KH. MA dalam refleksinya, “*Kami tidak takut dengan dunia digital. Yang kami takutkan adalah jika hati santri berhenti berdakwah.*” (Wawancara, September 2025). Kalimat itu menutup dengan kuat esensi seluruh pembahasan ini—bahwa teknologi hanyalah alat, sementara dakwah adalah panggilan hati yang tidak pernah usang oleh zaman.

## **BAGIAN X**

### **PENUTUP**

Perjalanan panjang pembahasan dalam buku ini memperlihatkan bahwa dakwah pesantren di Jawa Barat tengah berada di persimpangan penting antara kontinuitas tradisi dan tuntutan inovasi digital. Pesantren, yang selama berabad-abad menjadi benteng moral dan intelektual umat Islam, kini menghadapi realitas baru di mana teknologi informasi tidak lagi sekadar alat bantu, melainkan ruang utama pembentukan wacana, perilaku, dan kesadaran keagamaan masyarakat. Transformasi strategi dakwah di era digital bukan hanya sebuah adaptasi teknologis, tetapi juga manifestasi dari kemampuan pesantren untuk melakukan reaktualisasi nilai-nilai Islam agar tetap relevan dengan perubahan sosial yang begitu cepat.

Era digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, media baru membuka akses dakwah yang nyaris tak terbatas. Pesan-pesan keislaman dapat disebarluaskan secara masif, menembus batas geografis dan sosial, serta menjangkau generasi muda yang sebelumnya sulit disentuh oleh pendekatan konvensional. Namun di sisi lain, terbuka pula potensi disruptif: banjir informasi yang tidak terverifikasi, munculnya otoritas-otoritas keagamaan baru yang tidak memiliki legitimasi keilmuan, serta komodifikasi agama yang kadang menggeser substansi spiritual menjadi sekadar tontonan populer. Dalam konteks inilah, peran pesantren menjadi sangat penting—bukan hanya sebagai institusi pendidikan agama, tetapi juga sebagai penjaga autentisitas dan moralitas dakwah Islam di tengah hiruk-pikuk dunia digital.

Transformasi dakwah pesantren harus dipahami sebagai proses dialektis antara nilai dan inovasi. Nilai-nilai dasar pesantren—keikhlasan, kesederhanaan, kedalaman ilmu, serta ketaatan spiritual—merupakan fondasi yang tidak boleh hilang. Namun pada saat yang sama, inovasi teknologi menjadi jembatan untuk memperluas cakrawala dakwah dan mempercepat proses pembelajaran. Dalam hal ini, para kiai, ustaz, dan santri dituntut untuk memiliki kompetensi ganda: penguasaan ilmu keislaman yang mendalam serta literasi digital yang kuat. Perpaduan keduanya akan melahirkan model dakwah baru yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif—mengubah cara berpikir dan bertindak umat secara positif.

Buku ini menegaskan bahwa teori-teori yang telah dibahas sebelumnya, seperti *Teori Komunikasi Dakwah*, *Teori Adopsi Teknologi*, *Teori Media Baru*, *Teori Pembelajaran Sosial*, dan *Teori Sosialisasi Digital*, bukanlah entitas yang berdiri sendiri, melainkan instrumen analitis yang saling melengkapi untuk memahami kompleksitas dakwah pesantren modern. Teori Komunikasi Dakwah menjelaskan dinamika hubungan antara da'i dan mad'u dalam konteks budaya dan teknologi; Teori Adopsi Teknologi menunjukkan bagaimana proses penerimaan inovasi digital di kalangan pesantren berlangsung secara bertahap; sedangkan Teori Media Baru memberi kerangka tentang bagaimana teknologi komunikasi membentuk paradigma baru dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Adapun Teori Pembelajaran Sosial dan Teori Pendidikan Agama menegaskan bahwa dakwah bukan sekadar proses komunikasi, tetapi juga proses pembelajaran sosial yang menanamkan nilai dan perilaku keagamaan. Keseluruhan teori ini bermuara pada satu kesimpulan besar: dakwah digital pesantren harus menjadi medium yang mengintegrasikan pengetahuan, nilai, dan tindakan sosial.

Hasil kajian menunjukkan bahwa sebagian besar pesantren di Jawa Barat telah menunjukkan kesiapan dalam menghadapi era digital. Banyak di antara mereka yang sudah mengembangkan kanal YouTube, memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, atau podcast untuk berdakwah, serta membuat aplikasi pembelajaran berbasis digital. Langkah ini menunjukkan bahwa pesantren tidak menolak modernitas, tetapi berupaya menaklukkannya dengan cara yang arif. Adaptasi tersebut juga sejalan dengan semangat *tajdīd al-dīn*—pembaruan keagamaan yang tidak mengubah substansi ajaran, tetapi memperbarui metode penyampaiannya agar sesuai dengan konteks zaman. Inilah bentuk nyata *ijtihad institusional* pesantren dalam merespons perubahan sosial.

Namun, keberhasilan dakwah digital pesantren tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan teknologinya, melainkan juga oleh visi ideologis dan integritas moral yang melandasinya. Pesantren harus mampu menjaga keseimbangan antara idealisme keilmuan dan daya tarik publik. Dalam dunia digital yang sangat kompetitif, konten dakwah sering kali terjebak pada logika pasar—mengejar jumlah tayangan dan pengikut, tetapi kehilangan kedalaman pesan. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk mengembangkan etika dakwah digital: bagaimana menghadirkan pesan keagamaan yang menarik tanpa kehilangan substansi, populer tanpa menjadi dangkal, modern tanpa tercerabut dari akar tradisi.

Dari perspektif pendidikan, transformasi dakwah digital juga menuntut redefinisi peran santri. Santri tidak lagi hanya diposisikan sebagai penerima ilmu, tetapi juga sebagai produsen pengetahuan yang mampu berkontribusi melalui karya digital. Proses pembelajaran di pesantren harus diarahkan pada pengembangan *digital religiosity*—religiusitas yang tidak hanya diperlakukan secara ritual, tetapi juga diekspresikan melalui ruang digital. Literasi digital

menjadi bagian integral dari kurikulum dakwah, karena tanpa kemampuan memahami dinamika algoritma, logika media, dan etika berinternet, pesan dakwah dapat kehilangan efektivitasnya.

Selain itu, keberhasilan transformasi dakwah juga memerlukan sinergi antara pesantren, pemerintah, lembaga swasta, dan masyarakat. Dukungan kebijakan publik yang berpihak pada digitalisasi pesantren, penyediaan infrastruktur internet di daerah pedesaan, serta pelatihan teknologi untuk para pengasuh dan santri merupakan langkah konkret untuk memperkuat posisi pesantren dalam ekosistem dakwah nasional. Dengan demikian, dakwah pesantren tidak hanya berfungsi sebagai transmisi nilai keagamaan, tetapi juga sebagai bagian dari pembangunan sosial dan pemberdayaan umat.

Transformasi dakwah juga memiliki dimensi teologis yang mendalam. Dalam Islam, dakwah bukan hanya aktivitas verbal, tetapi bentuk pengabdian kepada Allah dan pelayanan kepada sesama. Dengan demikian, digitalisasi dakwah bukan sekadar respons terhadap perkembangan teknologi, melainkan bagian dari aktualisasi nilai *rahmatan lil 'alamin*—menghadirkan Islam sebagai sumber kedamaian dan kemaslahatan bagi semua. Ketika pesantren memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dakwah, sejatinya mereka sedang melaksanakan mandat profetik untuk menyebarkan kebaikan di setiap ruang kehidupan, termasuk di ruang virtual.

Konteks Jawa Barat memberikan ilustrasi menarik tentang bagaimana kearifan lokal dan nilai pesantren dapat berbaur dengan teknologi global. Pesantren di wilayah ini tumbuh di tengah tradisi religius yang kuat dan masyarakat yang dinamis. Karakter masyarakat Sunda yang terbuka, adaptif, dan komunikatif menjadi modal sosial yang besar dalam mengembangkan dakwah digital yang santun dan inklusif. Dalam konteks ini, pesantren Jawa Barat berpotensi menjadi model bagi transformasi dakwah nasional, di mana

tradisi dan modernitas bukan dipertentangkan, tetapi disinergikan untuk mencapai kemaslahatan umat.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi pesantren juga tidak bisa diabaikan. Kesenjangan digital antara pesantren kota dan pesantren desa masih cukup lebar. Sebagian pesantren belum memiliki infrastruktur yang memadai, sementara sebagian lainnya masih menghadapi resistensi budaya terhadap penggunaan teknologi. Ada pula kekhawatiran bahwa digitalisasi akan mengikis nilai keikhlasan dan kesederhanaan yang menjadi ciri khas kehidupan pesantren. Oleh karena itu, proses transformasi harus dilakukan secara gradual, partisipatif, dan berbasis nilai. Teknologi hanyalah alat; substansi dakwah tetap bertumpu pada keimanan, keilmuan, dan keikhlasan.

Refleksi akhir dari seluruh pembahasan ini menunjukkan bahwa pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi pelopor dakwah digital yang berkarakter. Pesantren telah membuktikan ketangguhannya melewati berbagai perubahan zaman—dari era kolonial, modernisasi, hingga globalisasi. Kini, di era digital, pesantren kembali diuji: apakah ia mampu mempertahankan otentisitasnya sekaligus tampil relevan di ruang publik global. Jawabannya bergantung pada sejauh mana pesantren mampu menginternalisasi nilai-nilai Islam ke dalam teknologi, bukan sebaliknya. Ketika pesantren berhasil mengislamkan ruang digital—bukan didigitalisasi oleh budaya global yang sekuler—maka di sanalah makna sejati transformasi dakwah akan terwujud.

Dengan demikian, buku ini menyimpulkan bahwa transformasi strategi dakwah pesantren di era digital merupakan keniscayaan sejarah. Transformasi ini bukan pilihan, melainkan keharusan moral dan intelektual. Pesantren yang tidak beradaptasi dengan teknologi berisiko kehilangan relevansi sosialnya, sementara pesantren yang adaptif memiliki peluang besar untuk memperkuat peran keagamaan dan kebangsaan di tengah masyarakat

modern. Namun, keberhasilan transformasi tersebut mensyaratkan integrasi yang seimbang antara tradisi dan inovasi, antara teks dan konteks, antara spiritualitas dan teknologi.

Akhirnya, buku ini mengajak para pembaca, akademisi, praktisi dakwah, dan seluruh komunitas pesantren untuk terus berfikir kritis dan kreatif dalam memaknai era digital. Dunia digital bukanlah ancaman bagi pesantren, tetapi medan baru untuk memperluas dakwah dan meneguhkan peran Islam sebagai kekuatan moral peradaban. Di tengah krisis moral, polarisasi sosial, dan arus informasi yang tak terbendung, pesantren harus tampil sebagai *moral compass*—kompas etis yang menuntun umat menuju kehidupan yang beradab, berilmu, dan berakhlak. Hanya dengan cara demikian, pesantren akan terus menjadi sumber cahaya (*nur*) yang menerangi zaman, sebagaimana peran historisnya sejak awal berdiri: menanamkan ilmu, membangun karakter, dan menyebarkan rahmat bagi seluruh alam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Zahra, Muhammad. 2015. *Knowledge-Based Da'wah: Integrating Science and Faith in Modern Islamic Preaching*. Cairo: Dar al-Fikr.
- Adeyemo, Lateef Kayode. 2014. "Religious Communication as a Mass Communication: A Case Study of Effective Da" Wah in the Contemporary Society." *Uluum Islamiyyah Journal* 12:127–43.
- Aditya, Ibnu, and Indira Fatra Deni. 2024. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar Dalam Youtube Has Creative." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 10(3):549–58.
- Admin. 2016. "Selayang Pandang Latar Belakang Berdirinya Pesantren Persis Benda Tasikmalaya." *Persatuan Islam 67 Benda*. Retrieved July 22, 2025 (<https://www.persis67benda.com/selayang-pandang?utm>).
- Admin. 2025. "Al-Furqon MBS Cibiuk." *Al-Furqon MBS Cibiuk*. Retrieved June 28, 2025 (<https://www.youtube.com/channel/UCw4CvSh2Mqlqyo62vPE8YPw>).
- Agustin, Oriza, Khomsahrial Romli, Fitri Yanti, Jasmadi Jasmadi, Indah Eftanastarini, and Leny Setiyana. 2019. "Public Relations as Da'wah Communication Strategies In Economic Empowerment of Islamic Communities." in *The First International Conference On Islamic Development Studies 2019, ICIDS 2019, 10 September 2019, Bandar Lampung, Indonesia*.
- Ahmed, Maroof, Iin Afriyanti Umar, Rahayu Azkiya, and Salsabila Abdul Ghofur. 2023. "Stressors and Coping Mechanism Strategies of Islamic Boarding School Students." *International Journal of Academic Studies in Science and Education* 1(1):56–70.
- Amzat, Ismail Hussein. 2022. *Supporting Modern Teaching in Islamic Schools: Pedagogical Best Practice for Teachers*. Routledge.
- Anderson, Eileen S., Richard A. Winett, and Janet R. Wojcik. 2007. "Self-Regulation, Self-Efficacy, Outcome Expectations, and Social Support: Social Cognitive Theory and Nutrition Behavior." *Annals of Behavioral Medicine* 34:304–12.
- Anggadwita, Grisna, Leo-Paul Dana, Veland Ramadani, and Reza Yanuar

- Ramadan. 2021. "Empowering Islamic Boarding Schools by Applying the Humane Entrepreneurship Approach: The Case of Indonesia." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 27(6):1580–1604.
- Anggraini, Gita, Muhibbin Syah, Asep Nursobah, and Bambang Samsul Arifin. 2022. "Integration of Islamic Religion and Character Education with Environmental Education at Adiwiyata Junior High School." *Journal of Social Science* 3(2):341–52.
- Apramuka, B., and P. D. I. Kusuma. 2020. "M-Payment as Financial Inclusion Strategy in Islamic Boarding School Cooperatives." P. 1040 in *SHS Web of Conferences*. Vol. 86. EDP Sciences.
- Aronson, Elliot, and J. Merrill Carlsmith. 1962. "Performance Expectancy as a Determinant of Actual Performance." *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 65(3):178.
- Asy'arie, Bima Fandi, Amirul Muttaqin, and Moh Aly Mustofa. 2024. "Exploration of Trends in Religious Moderation Values in Islamic Boarding Schools: A Systematic Literature Review." *Borneo Journal of Islamic Education* 4(2):101–18.
- Azra, Azyumardi. 2020. *Islam Nusantara Dan Transformasi Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Baharuddin, Baharuddin. 2021. "Komunikasi Dakwah Tokoh Agama Dalam Membangun Masyarakat Multikultural Di Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar."
- Bandura, A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, Albert. 1969. "Social-Learning Theory of Identificatory Processes." *Handbook of Socialization Theory and Research* 213:262.
- Bandura, Albert. 1978. "The Self System in Reciprocal Determinism." *American Psychologist* 33(4):344.
- Bandura, Albert. 1991. "Social Cognitive Theory of Self-Regulation." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):248–87.
- Bandura, Albert. 2014. "Social-Cognitive Theory." Pp. 341–60 in *An introduction to theories of personality*. Psychology Press.

- Bandura, Albert, and Nancy E. Adams. 1977. "Analysis of Self-Efficacy Theory of Behavioral Change." *Cognitive Therapy and Research* 1(4):287–310.
- Barnes, Susan B. 2012. *Socializing the Classroom: Social Networks and Online Learning*. Lexington Books.
- Barthes, Roland. 1977. *Image, Music, Text*. New York: Hill and Wang.
- Baym, Nancy K. 2015. *Personal Connections in the Digital Age*. John Wiley & Sons.
- Bingham, Tony, and Marcia Conner. 2010. *The New Social Learning: A Guide to Transforming Organizations through Social Media*. Berrett-Koehler Publishers.
- Blumler, Jay G., and Elihu Katz. 1974. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press.
- Campbell, H. 2013. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge.
- Campbell, Heidi. 2010. *When Religion Meets New Media*. Routledge.
- Campbell, Heidi. 2013. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
- Campbell, Heidi A. 2012a. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge.
- Campbell, Heidi A. 2012b. "Introduction: The Rise of the Study of Digital Religion." Pp. 1–31 in *Digital religion*. Routledge.
- Campbell, Heidi A. 2015. *When Religion Meets New Media*. London: Routledge.
- Campbell, Heidi A., and Giulia Evolvi. 2020. "Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies." *Human Behavior and Emerging Technologies* 2(1):5–17.
- Carey, James W. 1989. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York: Routledge.

- Castells, Manuel. 2000. "Toward a Sociology of the Network Society." *Contemporary Sociology* 29(5):693–99.
- Castells, Manuel. 2007. "Communication, Power and Counter-Power in the Network Society." *International Journal of Communication* 1(1):29.
- Castells, Manuel. 2009a. *Communication Power*. Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 2009b. *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Mit Press.
- Castells, Manuel. 2011. *The Rise of the Network Society*. John wiley & sons.
- Castells, Manuel, and Gustavo Cardoso. 2006. *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations Washington, DC.
- Chuanchen, Chuanchen, and Abdul Wahid Zaini. 2023. "Cultivating Cultural Synergy: Unifying Boarding Schools, Local Wisdom, and Authentic Islamic Values for the Enhancement of Islamic Identity." *Managere: Indonesian Journal of Educational Management* 5(2):187–97. doi: 10.52627/manager.v5i2.339.
- Cohen, Ira J. 2008. *Emile Durkheim: Sociologist of Modernity*. John Wiley & Sons.
- Coleman, James S. 1990. *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Couldry, Nick. 2012. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity.
- Cucu, Cucu, and Amalia Irfani. 2024. "Da'wah and Social Media: Analysis of the Da'wah Model for Community Empowerment on the Trace Bang Ibra Youtube." P. 68 in *Proceedings of the 1st International Conference Da'wah and Communication Disruptios Era 5. 0 (ICDCDE 2024)*. Springer Nature.
- Cunningham, Stuart, and Education Training. 1998. *New Media and Borderless Education: A Review of the Convergence between Global Media Networks and Higher Education Provision*. Canberra.
- Daniel Rusyad, H., S. I. Kom, and M. Sos. 2022. *Dakwah Transformatif Muhammadiyah Dalam Jihad Konstitusi: Studi Pemikiran Din Syamsuddin Dan Haedar Nashir Tentang Jihad Konstitusi (2010-2021)*.

- AbQarie Press.
- Darmon, Muriel. 2023. *Socialization*. John Wiley & Sons.
- Davenport, Thomas H., and John C. Beck. 2001. "The Attention Economy." *Ubiquity* 2001(May):1-es.
- Davis, Derek, and Elena Miroshnikova. 2013. *The Routledge International Handbook of Religious Education*. Routledge.
- Davis, Fred D. 1987. "User Acceptance of Information Systems: The Technology Acceptance Model (TAM)."
- Davis, Fred D. 1989. "Technology Acceptance Model: TAM." *Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption* 205:219.
- van Dijk, Jan A. G. M. 2020. *The Digital Divide*. Cambridge: Polity Press.
- Van Dijk, Teun A. 2006. "Discourse, Context and Cognition." *Discourse Studies* 8(1):159–77.
- Dreher, Sabine. 2020. *Religions in International Political Economy*. Springer.
- Dreher, Sabine, and Peter J. Smith. 2016. *Religious Activism in the Global Economy: Promoting, Reforming, or Resisting Neoliberal Globalization?* Rowman & Littlefield.
- Dumiyati, Dumiyati, Aries Musnandar, Julhadi Julhadi, and Zaedun Na'im. 2023. "The Development of Islamic Education Curriculum on Building Religious Moderation at Manbaul Ulum Islamic Boarding School." *AL-WIJDĀN Journal of Islamic Education Studies* 8(3):359–81.
- Dwivedi, Yogesh K., Nripendra P. Rana, Hsin Chen, and Michael D. Williams. 2011. "A Meta-Analysis of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)." Pp. 155–70 in *Governance and Sustainability in Information Systems. Managing the Transfer and Diffusion of IT: IFIP WG 8.6 International Working Conference, Hamburg, Germany, September 22-24, 2011. Proceedings*. Springer.
- Dwivedi, Yogesh K., Nripendra P. Rana, Anand Jeyaraj, Marc Clement, and Michael D. Williams. 2019. "Re-Examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model." *Information Systems Frontiers* 21:719–34.

- Efendy, Rustan, Ali Rahman, and Abdul Rahim Karim. 2023. "Scientific Transformation of Islamic Boarding Schools through Role of Alums the Islamic Education Study Program." *Al-Hayat: Journal of Islamic Education* 7(2):355–69.
- Ehlebracht, Mark. 2022. "Exploring the Impact of Social Media on the Religious and Spiritual Beliefs of Emerging Adults."
- Eickelman, Dale F., and Jon W. Anderson. 2003. "Redefining Muslim Publics." *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* 2:1–18.
- Einstein, Mara. 2008. "Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age." *Religion and American Culture* 18(1):1–23.
- Eriksen, Thomas Hylland. 2020. *Globalization: The Key Concepts*. Routledge.
- Ess, Charles. 2013. *Digital Media Ethics*. Polity.
- Faridah, Nur. 2025. "Inovasi Dakwah Di Era Digital: Perspektif Muhammadiyah." *Jurnal Komunikasi Islam* 14(1):45–62.
- Fatmawati, Endang. 2025. "Digitalization of Ramadan Da'wah: Effective Strategies for Islamic Education in the Technological Era." *Indonesian Journal of Studies on Humanities, Social Sciences and Education* 2(1):14–32. doi: <https://doi.org/10.54783/e8q2va80>.
- Fauzi, Himdan Khadafy. 2024. "Model Pengelolaan Web Dakwah Berbasis Pondok Pesantren: Studi Kasus Pada Web Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut."
- Fealy, Greg, and Sally White. 2008. *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Featherstone, Mike, Roland Robertson, and Scott M. Lash. 1995. "Global Modernities."
- Feenberg, Andrew. 2010. *Between Reason and Experience: Essays in Technology and Modernity*. Mit Press.
- Finnemann, Niels Ole. 2011. "Mediatization Theory and Digital Media."
- Fiqih, Muh Ainul. 2022. "Peran Pesantren Dalam Menjaga Tradisi-Budaya Dan Moral Bangsa." *PANDAWA* 4(1):42–65.
- Gane, Nicholas, and David Beer. 2008. *New Media: The Key Concepts*. Berg.

- Gardner, Gray. 2020. "Pixelated Preachers: Simulcast Preaching and the Question of Embodiment in Multi-Site Churches." *Bible and the Contemporary World* 2(2):237–83.
- Gardner, Howard, and Katie Davis. 2013. *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*. Yale University Press.
- Gauthier, François. 2016. *Religion in the Neoliberal Age: Political Economy and Modes of Governance*. Routledge.
- Gauthier, François, Tuomas Martikainen, and Linda Woodhead. 2016. "Introduction: Religion in Market Society." Pp. 1–18 in *Religion in the Neoliberal Age*. Routledge.
- Ghalandari, Kamal. 2012. "The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of e-Banking Services in Iran: The Moderating Role of Age and Gender." *Middle-East Journal of Scientific Research* 12(6):801–7.
- Giddens, Anthony, and Christopher Pierson. 1998. *Conversations with Anthony Giddens: Making Sense of Modernity*. Stanford University Press.
- Goldstein, Warren S. 2017. "Religion in the Neoliberal Age: Political Economy and Modes of Governance, Written by Martikainen, Tuomas, & Francois Gauthier, 2013." *Comparative Sociology* 16(2):307–10.
- Gould, Meredith. 2015. *The Social Media Gospel: Sharing the Good News in New Ways*. Liturgical press.
- Green, Lelia. 2010. *The Internet: An Introduction to New Media*. Berg.
- Gross, Zehavit. 2011. "Religious Education: Definitions, Dilemmas, Challenges, and Future Horizons." *International Journal of Educational Reform* 20(3):256–76.
- Gyekye, Kwame. 1997. *Tradition and Modernity: Philosophical Reflections on the African Experience*. Oxford University Press.
- Habermas, Jurgen. 1990. *The Philosophical Discourse of Modernity: Twelve Lectures*. MIT press.
- Habermas, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.

- Habermas, Jürgen. 2014. *Religion and Rationality: Essays on Reason, God and Modernity*. John Wiley & Sons.
- Hall, Stuart. 1997. "The Spectacle of the Other." *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* 7.
- Hanafi, Yusuf, Ahmad Taufiq, Muhammad Saefi, M. Alifudin Ikhsan, Tsania Nur Diyana, Titis Thoriquttyas, and Faris Khoirul Anam. 2021. "The New Identity of Indonesian Islamic Boarding Schools in the 'New Normal': The Education Leadership Response to COVID-19." *Heliyon* 7(3).
- Haq, Izzuthoriqul, and Muhammad Labib Syauqi. 2021. "Digital Native Character in Social Media Interpretation: A Study on Instagram Accounts, @ Quranreview." *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat* 18(1):45–67.
- Hartono, Toni, Imron Rosidi, and Pipir Romadi. 2020. "The Da'i (Muslim Preachers) And Social Change Challenges: A Study Of Da'i Professionalism In Dumai, Riau." *AFKARUNA* 16(1):58–81.
- Hasan, Moch Sya'roni, and Abd Rozaq. 2023. "Service Learning in Building an Attitude of Religious Moderation in Pesantren." *Taffir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education* 4(4):559–76.
- Hasan, Noorhaidi. 2009. "Islamizing Formal Education: Integrated Islamic School and a New Trend in Formal Education Institution in Indonesia."
- Heath, Robert L. 2010. *The SAGE Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hefner, CLAIRE-MARIE. 2022. "Morality, Religious Authority, and the Digital Edge." *American Ethnologist*, n/a (n/a). <Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.1111/Amet 13088>.
- Held, David, and Anthony McGrew. 2003. *The Great Globalization Debate: An Introduction*. Vol. 4. Polity Press, Cambridge.
- Helland, Christopher. 2016. "Digital Religion." *Handbook of Religion and Society* 177–96.
- Hilmiati, Hanifah. 2019. "Layanan Bimbingan Kelompok Untuk Mengatasi Perilaku Ghasab Dikalangan Santri: Penelitian Di Pondok Pesantren Persis 67 Benda Tasikmalaya."
- Hjarvard, Stig. 2011. "The Mediatisation of Religion: Theorising Religion,

- Media and Social Change." *Culture and Religion* 12(02):119–35.
- Hoq, Kazi Mostak Gausul. 2014. "Information Overload: Causes, Consequences and Remedies-A Study." *Philosophy and Progress* 49–68.
- Howard, Philip N. 2010. *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*. Oxford University Press.
- Howcroft, Debra. 1998. *Spanning the Spectrum from Utopia to Dystopia*. The University of Manchester (United Kingdom).
- Hrynyshyn, Derek. 2017. *The Limits of the Digital Revolution: How Mass Media Culture Endures in a Social Media World*. Bloomsbury Publishing USA.
- Huda, Al ihsan Huda, and A. Obianto. 2025. "Transformasi Dakwah Pesantren Melalui Media Digital: Studi Kasus Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi [Transformation of Islamic Boarding School Da'wah through Digital Media: A Case Study of Darussalam Islamic Boarding School, Blokagung, Banyu]." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9(1):146–59. doi: 10.58518/alamtara.v9i1.3608 [in indonesian].
- Huda, Miftahul, and Riza Obianto. 2025. *Etika Digital Dan Dakwah Moderat Di Pesantren Indonesia*. Bandung: UIN Press.
- Husna, Ulfatul, and Muhammad Thohir. 2020. "Religious Moderation as a New Approach to Learning Islamic Religious Education in Schools." *Jurnal Pendidikan Islam* 14(1):199–222.
- Hutchings, Tim. 2017. *Creating Church Online: Ritual, Community and New Media*. Routledge.
- Ibrahim, Roslina, N. S. Leng, R. C. M. Yusoff, G. N. Samy, Suraya Masrom, and Z. I. Rizman. 2017. "E-Learning Acceptance Based on Technology Acceptance Model (TAM)." *Journal of Fundamental and Applied Sciences* 9(4S):871–89.
- Idris, Muh, Saidna Zulfiqar bin Tahir, Nasruddin Yusuf, Evra Willyya, Sabil Mokodenseho, and Yusriadi Yusriadi. 2021. "The Implementation of Religious Moderation Values in Islamic Education and Character Subject at State Senior High School 9 Manado." *Academy of Strategic Management Journal* 20:1–16.

- Al ihsan Huda, Rizqi Huda, and Agung Obianto. 2025. "Transformasi Dakwah Pesantren Melalui Media Digital: Studi Kasus Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9(1):146–59. doi: <https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i1.3608>.
- Insyirah, Yeni, Muh Nur Rochim Maksum, Mutohharun Jinan, and Saddam Husein. 2023. "The Contribution of the Digital Era in the Social Life of Adolescent Millennials with Integrity: From the Perspective of the Quran Surah Al-Mujadilah Verse 11." P. 67 in *Proceedings of the International Conference on Islamic and Muhammadiyah Studies (ICIMS 2023)*. Vol. 773. Springer Nature.
- Islas, Octavio, Amaia Arribas, and Fernando Gutiérrez. 2018. "The Contribution of Alvin Tofler to the Theoretical and Conceptual Imaginary of Communication." *Revista Latina de Comunicación Social* (73):648–61.
- Ismail, Fajar Romdhon. 2025. "Pelatihan Dakwah Bil-Kitabah Santri PERSIS Al-Asma, Teguhkan Tradisi Literasi Islam." *Persis.or.Id*.
- Jacobsen, Christine. 2010. *Islamic Traditions and Muslim Youth in Norway*. Vol. 10. Brill.
- James, Carrie. 2009. *Young People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project*. The MIT Press.
- Japhet, Kiambi. 2020. "Role of Christian Religious Education Subject on Student Behaviour: A Case of Day Secondary Schools in North Imenti Meru County, Kenya."
- Jarboe, Greg. 2009. *YouTube and Video Marketing: An Hour a Day*. John Wiley & Sons.
- Jenkins, Philip. 2006. *The New Faces of Christianity: Believing the Bible in the Global South*. Oxford University Press.
- Johnston, Graham M. 2001. *Preaching to a Postmodern World: A Guide to Reaching Twenty-First Century Listeners*. Baker Books.
- Kahfi, Al, and Kholis Ali Mahmudi. 2024. "Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 9(2):63–79.

- Kamal, Faisal. 2018. "Transformasi Pendidikan Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Abad 21." *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1(2):17–30.
- Kardi, Kardi, Hasan Basri, Andewi Suhartini, and Fitri Meliani. 2023. "Challenges of Online Boarding Schools In The Digital Era." *At-Tadzir: Islamic Education Journal* 2(1):37–51.
- Katz, Elihu, Michael Gurevitch, and Hadassah Haas. 1974. "On the Use of the Mass Media for Important Things." *American Sociological Review* 38(2):164–181.
- Keane, Webb. 2007. *Christian Moderns: Freedom and Fetish in the Mission Encounter*. Vol. 1. Univ of California Press.
- Kimaru, Patrick Muriuki Wangari. 2019. "Social Media and Church Communication: The Role of Modern Technology in Transformation of Church Interactions: A Case Study of Christ Embassy Church Norway."
- Kotter, J. P. 1996. *Leading Change*. Harvard Business Review Press.
- Koukounaras Liagkis, Marios. 2022. "The Socio-Pedagogical Dynamics of Religious Knowledge in Religious Education: A Participatory Action-Research in Greek Secondary Schools on Understanding Diversity." *Religions* 13(5):395.
- Lankshear, Colin, and Michele Knobel. 2011. *New Literacies: Everyday Practices and Social Learning*. McGraw-Hill Education (UK).
- Learman, Linda. 2004. *Buddhist Missionaries in the Era of Globalization*. University of Hawaii Press.
- Lechner, Frank J., and John Boli. 2020. *The Globalization Reader*. John Wiley & Sons.
- Lévy, Pierre. 2011. "3.1 Towards a Science of Collective Intelligence." *Common Knowledge: The Challenge of Transdisciplinarity* 165.
- Lévy, Pierre. 2013. *The Semantic Sphere 1: Computation, Cognition and Information Economy*. John Wiley & Sons.
- Lewin, Kurt. 1951. "Intention, Will and Need."
- Livingstone, S., and M. Stoilova. 2021. "Data and Privacy Literacy: The Role of the School in Educating Children in a Datafied Society." *Oxford*

*Review of Education* 47(6):700–716.

- Livingstone, Sonia. 2008a. *Engaging with Media: Media Literacy, Media Education and the Public's Understanding of Media*. London: London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, Sonia. 2008b. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: SAGE Publications.
- Machendrawaty, Nanih, Asep Shodiqin, and Dudy Imanuddin Effendi. 2022. “Da’wah Education Based on Religious Moderation Training Using Digital Technology at Islamic Boarding Schools in East Bandung.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 16(1):109–34.
- Makhutla, Nthabiseng E. 2021. “Effectiveness of Using Social Media for Preaching During Covid-19 Lockdown.” *Pharos Journal of Theology* 102(2).
- Mannerfelt, Frida. 2023. *Co-Preaching: The Practice of Preaching in Digital Culture and Spaces*. Vol. 2. BoD-Books on Demand.
- Margawati, Erni, and Azriel Christian Nurcahyo. 2024. *Learning Christian Religious Education (CRE) Through Online Games*. AMERTA MEDIA.
- Martikainen, Tuomas. 2017. “The Global Political Economy, Welfare State Reforms, and the Governance of Religion.” Pp. 71–93 in *Post-Secular Society*. Routledge.
- Masturin, Masturin. 2022. “Development of Islamic Religious Education Materials Based on Religious Moderation in Forming Student Character.” *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3(4):346–55.
- Mavelli, Luca. 2020. “Neoliberalism as Religion: Sacralization of the Market and Post-Truth Politics.” *International Political Sociology* 14(1):57–76.
- McKenzie, Leon, and R. Michael Harton. 2002. *The Religious Education of Adults*. Smyth & Helwys Publishing, Inc.
- McLuhan, Eric, and Frank Zingrone. 1997. *Essential McLuhan*. Routledge.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, Marshall. 2019. “The Medium Is the Message (1964).” Pp. 20–31

- in *Crime and media*. Routledge.
- Medoff, Norman J., and Barbara K. Kaye. 2016. *Electronic Media: Then, Now, and Later*. Routledge.
- Melani, Lani, Didin Hafidhuddin, and Ulil Amri Syafri. 2017. "Kurikulum Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Akhlak Al-Karîmah Pesantren Darussyifa Al-Fitrah Sukabumi." *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam* 6(2):169–94.
- Mubarak, Hafiz, A. Wajid Muntaqa, AMAZ Abidin, Didi Sudrajat, and Abdul Wahab Syakhrani. 2022. "THE TECHNOLOGICAL REVOLUTION AND THE DYNAMICS OF ISLAMIC DA'WAH." *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 6(1):44–58.
- Muhaemin, Muhaemin, Rusdiansyah Rusdiansyah, Mustaqim Pabbajah, and Hasbi Hasbi. 2023. "Religious Moderation in Islamic Religious Education as a Response to Intolerance Attitudes in Indonesian Educational Institutions." *Journal of Social Studies Education Research* 14(2):253–74.
- Mujahid, Imam. 2021. "Islamic Orthodoxy-Based Character Education: Creating Moderate Muslim in a Modern Pesantren in Indonesia." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 11(2):185–212.
- Multazam, Dian Indah. 2022. "THE STRATEGY OF ISLAMIC DAKWAH IN THE ERA OF GLOBALIZATION AND MODERNIZATION USING SOCIAL MEDIA." *INFOKUM* 10(5):169–78.
- Munajat, Nur, Muhammad Ghozil Aulia, and Jauharotun Nafiisah. 2024. "The Role of Communication Ethics in the Educational Domain of Islamic Religious Education." *IJIRCS: International Journal of Islamic Religion Dan Culture Studies* 2(2):9–22.
- Mursidi, Agus, M. Kamal, Harwanti Noviandari, Nurul Agustina, and M. Haddadalwi Nasyafiallah. 2021. "Virtual Boarding School Education Management: The Idea of Equitable Islamic Education Services to the Millennial Generation." *Linguistics and Culture Review* 5(S3):1054–66.
- Nafisah, Syifaun, Siti Rohaya, and Nazrul Effendy. 2024. "Digital Technology Utilization and Library's Role in Religious Literacy." *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol* 12(1):103–20.
- Naqqiyah, Maulidatus Syahrotin, and Ali Nurdin. 2019. "Da'i Credibility in

- the Post-Truth Era: A Study of Da'i in Surabaya." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 13(2):250–67.
- Nasir, Muhammad, and Muhammad Khairul Rijal. 2021. "Keeping the Middle Path: Mainstreaming Religious Moderation through Islamic Higher Education Institutions in Indonesia." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 11(2):213–41.
- Negara, Missy Deva. 2023. "Pembacaan Ayat Al-Qur'an Dalam Zikir Khwajagan Di Pondok Pesantren Darussyifa Al-Fitroh Sukabumi."
- Nikmatullah, Cecep, Wawan Wahyudin, and Anis Fauzi. 2023. "Digital Pesantren: Revitalization of the Islamic Education System in the Disruptive Era." *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian* 1–14.
- Nisa, Eva F. 2018. "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 46(134):24–43.
- Nurazizah, Rinda Sofiatul. 2023. "Penerapan Model Pembelajaran Creative Problem Solving (CPS) Melalui Media Flipchart Untuk Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPA Di MI Al Kautsar Durisawo Ponorogo."
- Nwatu, Gideon U. 2011. *Biometrics Technology: Understanding Dynamics Influencing Adoption for Control of Identification Deception within Nigeria*. Walden University.
- Oktarian, Vicky Dwi Nurrahmad Di. 2022. "Peran Kepemimpinan KH E Supriatna Mubarok Dalam Pengelolaan Pondok Pesantren: Studi Deskriptif Di Pondok Pesantren Darussyifa Al-Fitroh (Yaspida) Kota Sukabumi."
- Ott, Craig, and Harold A. Netland. 2006. *Globalizing Theology: Belief and Practice in an Era of World Christianity*. Baker Academic.
- Ott, Craig, Stephen J. Strauss, and Timothy C. Tennent. 2010. *Encountering Theology of Mission (Encountering Mission): Biblical Foundations, Historical Developments, and Contemporary Issues*. Baker Books.
- Palfrey, John, and Urs Gasser. 2011. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. ReadHowYouWant. com.
- Pandura, A. 1977. "Social Learning Theory." *New Jer.*

- Peters, Timothy D. 2018. "Corporations, Sovereignty and the Religion of Neoliberalism." *Law and Critique* 29(3):271–92.
- Pihlström, Sami. 2023. *Humanism, Antitheodicism, and the Critique of Meaning in Pragmatist Philosophy of Religion*. Rowman & Littlefield.
- Pohl, Florian. 2006. "Islamic Education and Civil Society: Reflections on the Pesantren Tradition in Contemporary Indonesia." *Comparative Education Review* 50(3):389–409.
- Pratama, Andika, Uyu Wahyudin, Ihat Hatimah, Eko Sulistiono, Debi S. Fuadi, Ferianti Ferianti, Toni Hidayat, Haryanto Haryanto, and Sardin Sardin. 2024. "From Tradition to Action: The Potential of Community Empowerment Through Local Wisdom for Sustainable Environmental Protection Practices." *The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences* 35:271–82.
- Purwadi, Yohanes Slamet, and Ferry Muhammadsyah Siregar. 2010. "Socio-Cultural Functions of Pesantren in Dealing with Modernity." *Retrieved January*.
- Qizam, Ibnu, Izra Berakon, and Herni Ali. 2024. "The Role of Halal Value Chain, Sharia Financial Inclusion, and Digital Economy in Socio-Economic Transformation: A Study of Islamic Boarding Schools in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing*.
- Rafique, Hamaad, Alaa Omran Almagrabi, Azra Shamim, Fozia Anwar, and Ali Kashif Bashir. 2020. "Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM)." *Computers & Education* 145:103732.
- Rahman, Fazlur. 2017. *Islam & Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Vol. 15. University of Chicago Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramey, Joshua. 2016. *Politics of Divination: Neoliberal Endgame and the Religion of Contingency*. Rowman & Littlefield.
- Ramirez, Mary Anne Rea, and Tina Marie Ramirez. 2017. "Changing Attitudes, Changing Behaviors. Conceptual Change as a Model for Teaching Freedom of Religion or Belief." *JSSE-Journal of Social Science Education* 98–109.

- Raya, Moch Khafidz Fuad. 2024. "Digital Islam: New Space for Authority and Religious Commodification among Islamic Preachers in Contemporary Indonesia." *Contemporary Islam* 1–34.
- Reader, John. 2017. *Reconstructing Practical Theology: The Impact of Globalization*. Routledge.
- Risdiana, Aris. 2016. "Budaya Organisasi Pondok Pesantren Berbasis NU Dan Persis Benda 67 Di Tasikmalaya Jawa Barat." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16(2):73–83.
- Robinson, Haddon W. 2014. *Biblical Preaching: The Development and Delivery of Expository Messages*. Baker Academic.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- Rogers, Everett M., Arvind Singhal, and Margaret M. Quinlan. 2014. "Diffusion of Innovations." Pp. 432–48 in *An integrated approach to communication theory and research*. Routledge.
- Saad M, Hasbalah. 2022. "Tradisi Membaca Surat Al-Kahfi Di Pondok Pesantren Al-Furqon Muhammadiyah Boarding School Cibiuk Garut."
- Saat, Norshahril. 2018. *Tradition and Islamic Learning*. Flipside Digital Content Company Inc.
- Sadri, Ahmad. 1992. *Max Weber's Sociology of Intellectuals*. Oxford University Press, USA.
- Sah, Moh Arief, and A. Jauhar Fuad. 2024. "Islamic Boarding School Education Cultivates Moderate Character in Poso Central Sulawesi." *Al-Hayat: Journal of Islamic Education* 8(3):1173–96.
- Sajoo, Eva. 2015. "Education, Religion and Values." *Education and International Development: An Introduction* 201.
- Saleh, Sadhriany Pertiwi, Hafied Cangara, Safiyyah Sabreen, and Syamsuddin Ab. 2022. "Digital Da'wah Transformation: Cultural and Methodological Change of Islamic Communication in the Current Digital Age." *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis* 5(08):2022–43. doi: 10.47191/ijmra/v5-i8-18.
- Santi, Indyah Hartami, and Bayu Erdani. 2021. *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM.

- Saputra, Darwin Eka, and Muhammad Sirozi. 2025. "Strategi Penguatan Daya Saing Pesantren Di Era Digital." *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 10(01):85–99.
- Scherer, Matthew. 2014. "Religion in the Neoliberal Age: Political Economy and Modes of Governance. Edited by. Tuomas Martikainen and François Gauthie. Burlington, VT: Ashgate Publishing Company, 2013. 260pp. \$109.95 Cloth-Religion in a Consumer Society: Brands, Consumers, Market." *Politics and Religion* 7(4):841–47.
- Scott, W. Richard. 2001. *Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Senge, P. M. 1990. "The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization."
- Shah, Nishant, Ashish Rajadhyaksha, and Nafis Hasan. 2022. *Overload, Creep, Excess—An Internet from India*. Vol. 45. Institute of Network Cultures.
- Siagian, Imam, and Hasan Nasution. 2023. "Distributed Learning System Dalam Pendidikan Pesantren Modern." *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam* 9(1):101–20.
- Smith, Christian. 2003. "Theorizing Religious Effects among American Adolescents." *Journal for the Scientific Study of Religion* 42(1):17–30.
- Smith, Jonathan, Belinda Hewitt, and Zlatko Skrbis. 2015. "Digital Socialization: Young People's Changing Value Orientations towards Internet Use between Adolescence and Early Adulthood." *Information, Communication & Society* 18(9):1022–38.
- Solahudin, Dindin. 2020. "Dakwah Moderat: Paradigma Dan Strategi Dakwah Syekh Ghazali."
- Solahudin, Dindin. 2023. "Moderate Da'wah and National Resilience: A Case Study at the Bandung Regency Religious Harmony Forum (FKUB)." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 17(1):177–202. doi: 10.15575/idalhs.v17i1.25944.
- Solihin, Ihin, Aan Hasanah, and Hisny Fajrussalam. 2020. "Core Ethical Values of Character Education Based on Islamic Values in Islamic Boarding Schools." *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 3(2):21–33. doi:

<https://doi.org/10.33648/ijoaser.v3i2.51>.

- Sterin, J. Charles, and Tameka Winston. 2017. *Mass Media Revolution*. Routledge.
- Subchi, Imam, Zulkifli Kusmana, Dewi Khairani, and Rena Latifa. 2022. "Cyber Fatwa and Da'wah Acceptance in New Media: How Technology Affects Religious Message by Female Ulama."
- Sukayat, Tata. 2023. "Da'wah Communication in the Contemporary Era: Implementing Da'wah Ethics on Social Media." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43(2):375–90.
- Sultana, Munazza, and Syed Abdul Ghaffar Bukhari. 2021. "Globalization as a Great Challenge to DAWAH and Its Solution in Islamic Perspective." *Peshawar Islamicus* 12(2):85–96.
- Tabassum, Nabila, and Muhammad Riaz. 2024. "Preaching Islam in the Digital Age: A Study of Dr. Farhat Hashmi's Communication and Media Strategies." *The Dialogue* 19(3):9–27.
- Tabb, William K. 2004. *Economic Governance in the Age of Globalization*. Columbia University Press.
- Teece, Geoffrey. 2010. "A Religious Approach to Religious Education: The Implications of John Hick's Religious Interpretation of Religion for Religious Education."
- Thohir, Ajid, Mulyana Mulyana, and Ucep Hermawan. 2024. "Kyai Dan Pendidikan Kewirausahaan: Membangun Ekonomi Masyarakat Perkotaan."
- Tibi, Bassam. 2009. *Islam's Predicament with Modernity: Religious Reform and Cultural Change*. Routledge.
- Tuna, Mehmet H. 2020. "Islamic Religious Education in Contemporary Austrian Society: Muslim Teachers Dealing with Controversial Contemporary Topics. *Religions*, 11(8), 392. Muslim Teachers Dealing With." *Religions* 11(8):392.
- Ullah, Haroon. 2018. *Digital Rebels: Islamists, Social Media and the New Democracy*. Yale University Press.
- Ummah, Athik Hidayatul. 2021. "New Media and Women's Da'wah

- Movement in the Post Covid-19 Era." *Hikmatuna: Journal for Integrative Islamic Studies* 7(2):125–34.
- Venkatesh, Viswanath, Susan A. Brown, Likoebe M. Maruping, and Hillol Bala. 2008. "Predicting Different Conceptualizations of System Use: The Competing Roles of Behavioral Intention, Facilitating Conditions, and Behavioral Expectation." *MIS Quarterly* 483–502.
- voor het Regeringsbeleid, Wetenschappelijke Raad, and Nasr Abû Zayd. 2006. *Reformation of Islamic Thought: A Critical Historical Analysis*. Amsterdam University Press.
- Wahab, Wahyudi Abdul, and M. Hasbi Umar. 2024. "The Leadership Vision of Charismatic Kyai in the Implementation of Religious Moderation Values in Al-Baqiyatush Shalihat Islamic Boarding School, Jambi Province." *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)* 6(2):399–424. doi: 10.47006/ijierm.v6i2.336.
- Wahono, Margi, Dasim Budimansyah, Elly Malihah, and Susan Fitriasari. 2023. "The Role of Social Capital of Islamic Students (Santri) in Facing the Impacts of Globalization: A Case Study at Buntet Islamic Boarding School." *Society* 11(2):377–97.
- Wardana, Guntur, and Lempang Hasibuan. 2024. "Implementation of the Partnering of the Faculty of Economics, UIN Malang with Madrasah Aliyah (MA) At-Taufiq Bogem Jombang in Increasing the Interest of Santri/Wati in Entrepreneurship." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari* 3(10):625–34.
- Wardani, Anesti Rohma, Farid Setiawan, Moh Rifki, Nazhif Nafi'Dinulloh, Indo Ahya Maulana, Nur'aini Zahro, Hafizh Ananda Rizkilla, and Nurul Khiyarah. 2022. "Konsep Dasar Analisis Kebijakan Pendidikan." *Jurnal Education and Development* 10(3):88–93.
- Weber, Max. 1968. *On Charisma and Institution Building: Selected Writings*. Vol. 322. University of Chicago Press.
- Wesselmann, Eric D., Joseph P. Zompetti, and Anna R. George. 2021. "The Dynamics of Inclusion and Moral Values in Understanding Reactions to Pope Francis' Rhetoric." *Understanding Pope Francis: Message, Media, and Audience* 197.
- White, Connie M. 2011. *Social Media, Crisis Communication, and Emergency*

- Management: Leveraging Web 2.0 Technologies.* CRC press.
- Whitehouse, Harvey. 2004. *Modes of Religiosity: A Cognitive Theory of Religious Transmission.* Rowman Altamira.
- Wibowo, Arief. 2008. "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *Konfereksi Nasional Sistem Informasi* 9.
- Witte, Alison C. 2013. *Preaching and Technology: A Study of Attitudes and Practices.* Bowling Green State University.
- Yang, Sunggu A. 2021. "The Word Digitalized: A Techno-Theological Reflection on Online Preaching and Its Types." *Homiletic* 46(1):75–90.

# TRANSFORMASI STRATEGI DAKWAH PESANTREN JAWA BARAT DI ERA DIGITAL

DINDIN SOLAHUDIN  
RIFKI ROSYAD

GUNUNG DJATI PUBLISHING  
2025

ISBN 978-634-7117-15-1 (PDF)

