

Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid

Modern Da'wah in the Era of Media Convergence: Case Study Youtube of the Nurul Jadid Islamic Boarding School

Nur Aisyah

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia
nuraisyah@unuja.ac.id

Sawiyatin Rofiah

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia
sawiyatinrofiah@gmail.com

Abstract

This study aims to find out how the Nurul Jadid Islamic Boarding School utilizes this era of convergence as a medium for modern preaching. Nurul Jadid Islamic Boarding School is one of the famous Islamic Boarding Schools in East Java. This pesantren is known as a modern pesantren, because in its environment it applies modern culture without losing the traditional side in it. In this increasingly advanced era, the application of modern da'wah is highly recommended to convey Islamic teachings to the millennial community by using modern media as wasilah between da'i and mad'u. Seeing the times that continue to develop, it is possible to deliver da'wah creatively and innovatively so that it can attract the attention of the virtual community to the da'wah delivered. In this study, using a qualitative approach to the type of phenomenology with data collection techniques, analyzing data, interviews and direct observation. The result of this research is that the Nurul Jadid Islamic Boarding School as a modern Islamic boarding school applies convergence media as a medium to invite others to do good, remind someone of the end of the world, call on the ma'ruf and prevent the evil ones with da'wah that is packaged neatly and modernly.

Keywords: Modern Da'wah, Media Convergence, Islamic Boarding School

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pondok Pesantren Nurul Jadid memanfaatkan era konvergensi ini sebagai media untuk berdakwah secara modern. Pondok Pesantren Nurul Jadid adalah salah satu Pondok Pesantren terkenal di Jawa Timur. Pesantren ini dikenal sebagai pesantren modern, karena dalam lingkungannya menerapkan budaya modern tanpa menghilangkan sisi tradisional di dalamnya. Di zaman yang semakin maju ini, penerapan dakwah modern sangat dianjurkan untuk menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat milenial dengan menggunakan media-media modern sebagai wasilah antara da'i dan mad'u. Melihat zaman yang terus berkembang memungkinkan untuk penyampaian dakwah secara kreatif serta inovatif agar dapat menarik perhatian masyarakat maya kepada dakwah yang disampaikan. Didalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis fenomenologi dengan teknik pengumpulan data, menganalisis data, wawancara serta observasi secara langsung. Hasil dari penelitian ini Pondok Pesantren Nurul Jadid sebagai Pesantren modern menerapkan media konvergensi sebagai media untuk mengajak orang lain dalam kebaikan, mengingatkan seseorang akan hari akhir, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang mungkar dengan dakwah yang dikemas secara rapi dan modern.

Kata Kunci: Dakwah Modern, Konvergensi Media, Pesantren

Pendahuluan

Melihat teknologi dari tahun ke tahun saat ini mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini tidak lepas dari peranan mobilitas teknologi yang semakin tinggi. Seperti munculnya internet yang memberikan peluang besar dalam proses transformasi dakwah islam (Rustandi, 2019). Internet menjadi hal penting yang tidak akan dilupakan oleh masyarakat. Kemunculan berbagai macam media dan perkembangan teknologi menjadi sarana untuk berkomunikasi, berkolaborasi serta penanaman secara daring diantara jaringan masyarakat.

Salah satu teknologi digital yang berkembang saat ini ialah media sosial. Media sosial dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang berbasis internet melalui aplikasi sebagai penghubung konten berbagi, berpartisipasi, berkomunikasi dengan mudah secara online tanpa batas ruang dan waktu (Faldiansyah, 2020). Hal ini, tidak lepas dari zaman yang modern, banyak platform media sosial yang saat ini menjadi bagian yang digemari oleh remaja-remaja kekinian, seperti youtube, instagram, twitter, line, path, facebook dan lain sebagainya.

Media sosial dipandang sebagai media yang mampu menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak dalam cakupan yang sangat luas dan mudah untuk diakses dimana-mana. Pengguna internet sebagai media baru membuat da'i tidak kehilangan inovasi dan terus berkreasi untuk memanfaatkan ruang-ruang digital yang ada demi berlangsungnya dakwah islam (Rustandi, 2019).

Dakwah pada zaman ini, bisa disebut dengan dakwah modern. Dimana dakwah yang dilakukan sesuai dengan keadaan dan kondisi masyarakat modern, baik dari segi metode, materi dan media yang digunakan sebagai pembelajaran yang aktual. Sebab, jika materi dakwah islam yang ditelaah itu bagus, namun metode dan media yang dimanfaatkan tidak sesuai dengan keadaan yang dialami oleh masyarakat modern, maka dakwah akan mengalami kehampaan. Begitu pula sebaliknya, maka akan mengalami kehampaan jika tidak sesuai dengan keadaan dan metode yang digunakan.

Nur Ahmad (2018) dalam jurnalnya menyatakan bahwa perkembangan dakwah sekarang ini harus menyesuaikan dengan teknik dan strategi dakwah terbaru agar perkembangan teknologi informasi yang digunakan sesuai dengan pola kehidupan masyarakat. Karena melihat dari pola budaya masyarakat semakin tidak terbelenggu dan mengarah pada sikap hidup hedonisme, kapitalisme, individualisme dan konsumerisme, tentunya sangat membutuhkan perhatian khusus dari para pendakwah. Dalam hal ini pula, akhir-akhir ini banyak model dan strategi juga teknik baru dalam berdakwah seperti *dakwahtainment* yang dilakukan oleh peneliti, dakwah ini dilakukan melalui hiburan yang diselingi humor seperti film-film yang berjudul *Ayat-Ayat Cinta*, *Kun Fayakun*, *Para Pencari Tuhan*, *Mengaku Rosul* dan lain sebagainya. Merupakan film islami yang menjadi tujuan untuk berdakwah dan memperbaiki tatanan masyarakat personal maupun sosial (Ahmad, 2018).

Konsep *cyberdakwah* menjadi alternatif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Penelitian ini berupaya untuk menjawab fenomena pengguna internet sebagai ruang aktifitas baru dalam melaksanakan dakwah islam. Juga menggali berbagai kelebihan dan kekurangan aktifitas dakwah islam di ruang maya. Hal tersebut memberikan akses yang mudah dari pemanfaatan ruang-ruang virtual dalam menyampaikan dakwah secara kreatif, inovatif dan memiliki segmentasi yang luas dan keteraksesan dari sisi waktu dan tempat geografis yang tidak terbatas (Rustandi, 2019).

Dalam penyatuan semua media ini, kita tidak pernah lepas dari berbagai macam platform, maka penulis ingin memaparkan media yang sering digunakan sebagai sarana dakwah modern oleh para da'i sebagai acuan dalam menggali potensi masyarakat agar menjadi hamba yang taat beragama kepada tuhan. Seperti platform yang digunakan sebagai sarana dakwah modern oleh Pondok Pesantren Nurul Jadid kepada masyarakat masa kini, yaitu akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki jumlah pengikut sebanyak 38.200, Facebook memiliki jumlah penggemar sebanyak 52.286, Twitter memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.794 dan Youtube dengan jumlah subscribe 84.300.

Objek penelitian ini ialah akun Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang bertempat di Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo dengan riset bahwa akun Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid banyak konten-konten menarik dalam menyebarkan islam, yang didalamnya terdapat banyak metode dakwah sebagai bentuk da'i modern saat ini, apakah sesuai dengan tuntutan zaman yang semakin maju.

Penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif, jenis fenomenologi dengan teknik pengumpulan data, menganalisis data, wawancara, observasi dan penarikan kesimpulan. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Kata kualitatif menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas atau frekuensinya.

Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan metodologi yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia. Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Dengan tujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang nyata dengan fenomena yang diselidiki (Wahyu, 2020). Dalam penelitiannya menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data dan informasi yang nantinya dimanfaatkan untuk membahas isi dan tujuan penelitian serta dilakukan dengan cara tanya

jawab antara peneliti dengan narasumber. Narasumber sendiri termasuk salah satu admin akun Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid

Dakwah Modern

Dakwah modern terdiri dari dua kata, yaitu dakwah dan modern. Untuk memahami pengertiannya, penulis akan mengkaji pengertian dakwah terlebih dahulu. Secara etimologis, dakwah menurut para ahli berasal dari kata *da'ayad'u-da'watan* yang memiliki arti memanggil atau menyeru, dengan artian ajakan, seruan, undangan, panggilan. Sedangkan secara termologis, dakwah diartikan dengan mengajak atau mengundang manusia untuk berada di jalan Allah SWT (Daulay & Handayani, 2020).

Banyak para ahli mendefinisikan dakwah secara trimologis, pertama yaitu Sayyid Qutby yang memberi pengertian dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain untuk masuk ke dalam sabil Allah. Kedua, Ahmad Guzzali menyatakan bahwa dakwah merupakan tindakan atau ucapan yang dapat mempengaruhi manusia agar mengikuti ajaran agama islam. Ketiga, Abdul Al Badi yang memecah dakwah menjadi dua takaran yaitu, Dakwah Fardiyah dan Dakwah Ummah. Keempat, ismail Al-Faruqi, mengungkapkan bahwa kebebasan, universal, dan rasional adalah hakikat. Dan kebebasan inilah yang menunjukkan bahwa dakwah bersifat universal (Widodo, 2019).

Dakwah dapat diartikan pula sebagai mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk mengamalkan ajaran dan nilai-nilai agama islam untuk membebaskan diri dari kebodohan, pembekuan pikiran, kemiskinan dan kemalasan. Karena dakwah berprinsip sebagai penyelamatan, yaitu penyelamatan manusia dari banyak hal yang merugikan manusia juga pembebasan diri dari alam, materi dan budaya, dengan kata lain semboyan islam yakni *amal ma'ruf nahi munkar* (Mamdud, 2019).

Selanjutnya pengertian modern, secara etimologis modern berasal dari bahasa latin yaitu “*moderna*” yang memiliki arti baru, sekarang dan saat ini. Sedangkan istilah modern dalam bahasa Indonesia adalah adjective yaitu kata sifat (Zulkarnaini, 2015). Dalam artian bahwa modern adalah sebuah keadaan dimana semuanya serba baru, mengubah tradisi lama yang semula bersifat takhayul, penuh mitos dan terbelakang menuju tradisi baru yang bersifat rasional, logos dan semakin majunya teknologi dan ilmu pengetahuan. Kemajuan ini ditandai dengan ilmu pengetahuan berkali-kali lipat lebih berkembang, teknologi semakin mutakhir, perubahan nilai pada pribadi, sosial serta budaya dilihat mampu menerima dan memberikan inovasi baru, banyaknya penemuan-penemuan baru serta kemampuan berpikir rasional yang menjadi dasar dan karakter sebagai pandangan masyarakat terhadap masa depan yang mereka inginkan.

Maka pengertian dakwah modern ialah mengajak seseorang untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya dengan menggunakan cara baru yang sesuai dengan masyarakat modern. Menggunakan alat-alat elektronik sebagai pelengkap untuk berdakwah, seperti internet, radio, buku juga televisi (Widodo, 2019). Namun dalam artian dakwah harus sesuai dengan perkembangan zaman. Selain mengacu kepada perkembangan zaman, dakwah juga mampu menilik kebutuhan masyarakat. Jika kegiatan dakwah tidak mengikuti perkembangan zaman, maka dakwah akan tertinggal. Pada kenyataannya, masih banyak da'i yang tidak mengikuti trend yang sedang

booming pada masanya ini. Metode yang digunakanpun dipandang klasik, itu membuat masyarakat kita terkadang kurang tertarik dengan kegiatan yang kerap kali berulang-ulang dari sebelumnya.

Berbeda pada era agraris, era dimana peran ulama dan para tokoh sangat kuat dalam mewujudkan masyarakat madani, masyarakat yang taat dan patuh juga rela berkorban akan keberlangsungan kehidupan mereka. Pendapat dan sikap ulama dulu menjadi contoh kehidupan masyarakat, syiar mereka didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat bersedia datang ke tempat pengajian memangkas jarak walaupun jauh, hanya karena ingin berjumpa dengan ulama yang mereka cintai dan mendapatkan tausiyah untuk menyejukkan hati agar bisa dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Ghofur, 2019). Sangat berbeda jauh dengan modernisasi yang sedang terjadi saat ini.

Peralihan yang fantastis tersebut tidak bisa disingkirkan dan diputar ulang seperti era agraris. Kekuatan pada era modernisasi tersebut sudah tidak bisa dirubah oleh pemerintah dan ulama. Modernisasi dilalui oleh semua manusia di muka bumi dalam perjalanan ruang dan waktu yang pasti. Karena modernisasi ini, menjadi keharusan yang kehadirannya sudah tidak bisa kita tolak (Ghofur, 2019).

Perubahan yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i (Ghofur, 2019). Sebagai Da'i di era konvergensi ini, baiknya melakukan revitalisasi cara dakwah yang pernah dilakukan oleh Rosulullah namun dibungkus dengan cara yang berbeda. Dakwah harus dikemas dengan modernisasi agar diminati masyarakat milenial ini. Dengan cara memanfaatkan media sebagai penghubung (*wasilah*) modern dan mengembangkan metode (*toriqoh*) dengan mengikuti perkembangan zaman (Santoso, 2019).

Dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 menyebutkan metode dakwah yang dapat dijadikan sebagai tumpuan atau pola pikir da'i generasi millennial, yaitu: dakwah *bil hikmah, bil mauidzah hasanah dan bil mujadalah*. Dari ketiga landasan metode dakwah tersebut kini semakin berkembang seiring masuknya teknologi dan media modern (Santoso, 2019). Sedangkan secara umum, dakwah dapat dilakukan dengan tiga kategori, yaitu dakwah *bil lisan*, artinya dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah agama, diskusi keislaman, khutbah, nasihat dan lain-lain. kedua yakni dakwah *bil hal*, artinya dakwah dengan perbuatan, seperti bershodaqoh, memberi teladan yang baik, menjadi panutan bagi khalayak, bertutur kata yang sopan dan lain sebagainya. Terakhir, yaitu dakwah *bil kitabah*, artinya dakwah yang dilakukan melalui tulisan yang menginspirasi. Seperti, menulis buku islami, membuat surat kabar, majalah mengarang kitab dan lain sebagainya. Termasuk berbicara melalui media massa, da'i harus dapat mengetahui bagaimana cara berkomunikasi dengan baik karena setiap media selalu memiliki ciri dan komunikasi yang berbeda-beda (Rohmah, 2021). Dengan mengetahui metode dan media yang digunakan sebagai penyampai dakwah, maka da'i harus mampu memahami dan dapat menyampaikan pesan kepada mad'u dengan harapan diterima dan dipahami dengan baik.

Mengingat dakwah pada hari ini membutuhkan proses pendekatan yang lebih efisien sesuai dengan perkembangan dunia teknologi yang lebih maju. Para da'i harus menyejajarkan langkahnya dengan masyarakat hari ini yang memerlukan penyesuaian baru dalam menerima ajaran dakwah, guna mewujudkan masyarakat muslim sejahtera sesuai kehendak sang kuasa. Oleh sebab itu,

kemajuan media sosial semakin dikenal oleh kalangan masyarakat, sudah seharusnya dinikmati oleh para da'i sebagai media dalam menyampaikan kebenaran (Mujib, 2018).

Peranan media sosial pada era globalisasi ini sangat penting. Selain praktis, media sosial juga sangat efektif karena membuat pengguna merasa lebih nyaman dalam menggunakannya. Ketergantungan masyarakat terhadap gadget dapat kita manfaatkan sebagai batu loncatan dalam memahami paham agama islami (Afifah et al., 2020). Karena tantangan-tantangan yang dihadapi saat ini lebih kompleks dan masyarakat menuntut layanan agama dapat memberikan motivasi dan bekal untuk memecahkan masalah duniawi yang semakin rumit.

Data yang diperoleh dari *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*, dalam layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Line, Pinterest, Whatsapp, Fb Messenger, Wechat, QQ, Tiktok, Snapchat, dan lain-lain. Hootsuite (We are Social) secara berkala menyajikan data dan juga tren yang dibutuhkan dalam memahami internet, media sosial juga perilaku e-commerce di setiap tahunnya. Biasanya di bulan kedua setiap tahunnya, Hootsuite menerbitkan data tersebut.

Pada tahun 2022 ini, hootsuite sudah menerbitkan data serta trend tentang internet dan media sosial pada 15 Februari yang lalu, dari total populasi di Indonesia dengan total populasi (jumlah penduduk) 277,7 juta jiwa, pengguna Mobile Unik sebanyak 370,1 juta, Pengguna Internet sebanyak 204,7 juta sedangkan Pengguna Media Sosial Aktif sebanyak 191,4 juta.

Rentang usia yang menggunakan internet atau disebut dengan netizen (warganet) sangat bervariasi. Mulai yang berumur (18-25 tahun) dan yang dikenal sebagai digital natives, hingga yang berusia lanjut yang diperkirakan berumur 65 tahun. Dilansir dari www.internetsehat.id digital natives tercatat sebagai pengguna yang sering menggunakan dalam jumlah terbanyak sebanyak 49%. Disusul mereka yang berusia dikisaran 26-35 tahun sebanyak 33,8%, 36-45 tahun sebanyak 14,6%, kemudian usia 46-55 tahun sebanyak 2,4%, selanjutnya dalam usia 56-65 tahun yaitu paling sedikit peminat menggunakan internet 0,2% (Nihayaty & Rohmy, 2020).

Melihat dari data tersebut rata-rata penyebaran informasi tersebar cepat melalui media sosial, juga pengguna internet yang berbeda-beda usia menjadi keuntungan tersendiri bagi mereka yang ingin mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang berbagai hal. Begitu pula dengan dakwah, sebagaimana diketahui bahwa dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini berpijak pada dakwah modern, yang mana didalamnya dakwah dikemas dengan konsep modern dengan teknologinya tanpa melupakan dakwah tradisional seperti zaman Rosulullah SAW, meskipun dimasa Rosulullah belum ditemukan adanya teknologi seperti zaman ini (Latief, 2018). Oleh karenanya, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah harus memperhatikan etika-etika dan norma-norma dalam bermedsos yang harus disertai dengan sikap arif dan bijaksana.

Berdasarkan keterangan tersebut maka dibutuhkan model dakwah yang baru atau perubahan signifikan yang berdasar pada era revolusi 4.0. Sehingga nilai-nilai dakwah akan diterima dengan mudah dan diserap oleh seluruh aspek masyarakat yang tak terbatas, dengan menggunakan teknologi yang tertuang dalam media sosial terkini. (Wibowo, 2019).

Penggunaan media sosial seperti Youtube, Instagram dan Facebook mampu menampilkan foto atau video berdurasi panjang, mampu menyimpan sampai kapanpun, juga diminati oleh banyak kalangan, maka menggunakan media Youtube, Instagram dan Facebook dianggap sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah para da'i. Karena khalayak dapat mengakses dengan mudah nasihat-nasihat yang terkandung dalam sirat dakwah. Bukan hanya dapat mengakses, khalayak juga dapat menyalurkan pemikirannya sendiri tentang pelajaran yang dipahami olehnya.

Cara yang digunakan para pendakwah berbeda-beda, mulai dari yang klasik maupun modern. Tergantung dari Passion masing-masing. Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah dengan menggunakan metode dakwah *bilkitabah* maupun *bilkalam* tapi dakwah modern tentunya dapat menggunakan metode audiovisual dengan menampilkan video dan berbagai konten yang mencakup dakwah milenial era konvergensi media ini (Wibowo, 2019). Dengan begitu, dakwah yang mengikuti tren masa kini, membuat jumlah *followes* bertambah dari hari kehari, tersebar luas dari seluruh sudut kota maupun desa dan merata dari kalangan anak-anak, remaja sampai orang tua. Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo berupaya mengimplementasikan nilai-nilai diatas untuk memberikan pembelajaran yang meluas, bukan hanya kepada santri saja, melainkan juga pembelajaran kepada seluruh oknum masyarakat.

Konvergensi Media

Keberadaan konvergensi media sangat mendukung proses dakwah, terlebih masa sekarang dihalangi oleh pandemi yang semakin marak. Karena dilihat dari berbagai pandangan, pemanfaatan konvergensi media lebih efektif dan efisien, yaitu efektif dari segi jangkauannya dan efisien dari segi biayanya (Sediyarningsih, 2018).

Konvergensi berarti merampingkan berbagai macam teknologi yang berbeda menuju ke satu arah (Warapsari & Campaign, 2020). Atau adanya dua hal atau lebih kemudian bertemu dan bersatu dalam satu titik (Kusumah, 2020). Dari perkembangan teknologi yang semakin maju, media massa melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya seperti integrasi teks, angka, gambar, video dan suara (Khumairoh, 2021). Bisa diartikan bahwa konvergensi media adalah penggabungan media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu tujuan.

Perkembangan teknologi direspon baik oleh masyarakat luas. Seiring dengan pemerataan akses internet di Indonesia hingga ke pelosok desa, jaminan menikmati dan berselancar di dunia maya menjadi hal yang sangat lumrah. Internet dan segala produk turunannya sudah menjadi keharusan kehidupan masyarakat dalam segala lapisan (Fahma & Darwis, 2020).

Disisi lain, pesatnya perkembangan teknologi masyarakat Indonesia sepenuhnya belum mampu memanfaatkan adanya teknologi informasi dan komunikasi dikarenakan keterbatasan akses di setiap daerah. Berbeda dengan negara tetangga seperti Singapura, Australia, Filipina dan Malaysia yang terbilang murah dan mudah. Adanya internet kali ini dinilai sangat penting untuk mendapatkan akses informasi public atau yang berkaitan tentang pemerintah, pendidikan, ekonomi, kesehatan ataupun dakwah yang bisa meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat (Haqqu, 2020).

Maka kolaborasi antara media massa konvensional dengan teknologi internet memunculkan karakter baru yang semakin interaktif, dimana penggunaanya mampu berkomunikasi secara langsung dan memperoleh konsekuensi langsung atas pesan. Karena memberikan kesempatan kepada khalayak

untuk dapat berinteraksi dengan media massa dan bahkan khalayak dapat mengisi konten media massa serta dapat mengontrol kapan, di mana dan bagaimana mereka mengakses informasi dalam berbagai jenisnya. Seperti halnya tayangan televisi tidak selalu diakses di depan layar televisi konvensional akan tetapi dapat diakses melalui berbagai macam platform dimana dan kapan saja dibutuhkan (Haqqu, 2020).

Profil Pondok Pesantren Nurul Jadid

Pondok pesantren merupakan aset budaya asli Indonesia yang memiliki visi misi untuk mendidik, membina, mengasuh serta membimbing santri untuk menjadi manusia yang memiliki karakter keimanan dan ketaqwaan yang tinggi, menguasai ilmu dan teknologi, memiliki pola pikir yang kritis serta mampu mengaplikasikan dan mengembangkan potensi dalam kehidupan sehari-harinya (Fawaid & Hasanah, 2020).

Pesantren merupakan benteng terakhir negara dan agama sebagai pencetak kader da'i muda yang kompeten dalam berdakwah. Pesantren menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam sistem sosial masyarakat muslim Indonesia, bertahannya peran sosial yang ada dalam pesantren memberikan banyak warna dalam kehidupan masyarakat muslim. Apalagi sumber daya yang dimiliki pesantren juga merupakan modal utama yang sangat kuat untuk mengemban amanah islam sebagai lembaga yang mempunyai tugas dan bertanggung jawab akan kesejahteraan masyarakat muslim era milenial ini (Yaqin et al., 2021). Pesantren memiliki peranan penting dalam mendidik da'i muda sebagai jembatan antara masyarakat dengan negara dan manusia dengan tuhan, agar kehidupan di dunia seimbang dengan kehidupan di akhirat.

Dalam perjalanan sejarah bangsa Indonesia, peran strategis pesantren dalam kehidupan bermasyarakat yaitu untuk membangun peradaban yang berakhlak mulia dan bermoral berdasarkan ajaran dan nilai-nilai islam. Pesantren mampu mengimbangi perkembangan zaman saat ini, dengan membuat perubahan-perubahan yang menjelma dalam bentuk lembaga pendidikan islam yang mampu bersaing dengan lembaga pendidikan umum. Hal ini terbukti dengan adanya lembaga pendidikan formal di pesantren yaitu SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA/SMK serta perguruan tinggi (Darwis, 2020). Seperti salah satu pondok pesantren yang mengajarkan nilai-nilai agama dalam bentuk semboyan yaitu Pondok Pesantren Nurul Jadid dengan semboyannya "*Mondok untuk mengaji dan membina akhlaqul karimah*" tanpa melupakan pendidikan formal yang harus dikantongi oleh santri dalam menuntut ilmu di pesantren.

Pondok Pesantren Nurul Jadid adalah pondok pesantren modern yang terkenal di Jawa Timur. Tepatnya di Desa Karanganyar Kecamatan Paiton, sekitar 30 km ke arah timur kota Probolinggo. Awal mula berdirinya Pondok Pesantren Nurul Jadid didirikan oleh Pengasuh pertama yakni KH. Zaini Mun'im pada tanggal 10 Muharrom 1948 M. Saat ini pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid ialah KH. Zuhri Zaini, BA dan KH. Abd Hamid Wahid sebagai Kepala Pesantren. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh terdapat 2 santri ditahun pertama pondok pesantren didirikan. Saat ini pada tahun 2022 jumlah santri di Pondok Pesantren tersebut berjumlah kurang lebih sepuluh ribu santri dari berbagai macam daerah (*Sejarah Pondok Pesantren Nurul Jadid*, 2022).

Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki kualitas terbaik se-kabupaten Probolinggo, dari pemanfaatan teknologi yang semakin mutakhir, manajemen pendidikan yang memuaskan, dan fasilitas yang memadai, dengan itu Pondok Pesantren Nurul Jadid semakin dikenal oleh masyarakat luas. Bukan hanya itu, banyak sistem yang mempengaruhi perkembangan Pondok Pesantren Nurul Jadid. Mulai dari sistem pola anak asuh dan wali asuh, adanya trilogi santri dan panca kesadaran santri, sistem pembayaran pesantren yang menerapkan *e-commerce*, juga memiliki brand credibility yang baik dan lain sebagainya (Shalihah et al., 2020).

Berawal dari adanya tuntutan dan kebutuhan zaman, pesantren berkewajiban untuk menyebarkan ajaran agama islam karena pesantren merupakan ladang untuk menumbuhkan dan mencetak calon-calon muballigh penerus ulama' sekaligus pemikir agama dalam meneruskan sebuah jihad perjuangan ulama terdahulu. Setiap santri yang menuntut ilmu di pesantren menjadi penerus kyai dan ulama sebagai penghubung penyebaran agama di masa mendatang. Namun di pesantren bukan hanya mengkaji ilmu tentang khazanah keislaman saja, tapi pesantren juga memberikan pengetahuan formal dan teknologi guna menciptakan manusia yang berkembang dan tumbuh sesuai tantangan zaman (Fawaid & Hasanah, 2020).

Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki visi "Menjadi pesantren unggul dan mandiri melalui pengembangan pendidikan, pengkaderan, dakwah dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka membentuk pribadi yang salih, mandiri, berilmu, berjuang dan berbakti serta mewujudkan masyarakat yang mandiri, sejahtera lahir bathin di dunia akhirat". Sedangkan misinya adalah (a) menyelenggarakan pendidikan berdasarkan jenjang, jalur dan jenis. (b) menyelenggarakan kaderisasi untuk menghasilkan kader umat dan bangsa untuk meneruskan perjuangan para pendahulu. (c) menyelenggarakan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun tindakan menuju perubahan yang lebih baik. (d) Mengusahakan masyarakat mandiri, sejahtera lahir dan bathin. (e) melakukan usaha-usaha untuk mencapai kemandirian pesantren, khususnya bidang ekonomi.

Secara garis besar, tujuan dari pesantren Nurul Jadid ialah terbentuknya pribadi yang salih, mandiri berilmu, berjuang dan berbakti kepada agama, masyarakat dan bangsa serta sejahtera lahir dan bathin di dunia akhirat dibawah ridho dan ampunan Allah SWT. Sebagai aktivitas dakwah Pondok Pesantren Nurul Jadid merupakan salah satu pesantren modern yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah dan pengenalan pesantren kepada masyarakat *cyber* (masyarakat maya). Dengan tuntutan zaman yang semakin maju, pondok pesantren harus menyesuaikan keadaan dan waktu pada saat ini.

Pondok Pesantren Nurul Jadid memiliki visi "Menjadi pesantren unggul dan mandiri melalui pengembangan pendidikan, pengkaderan, dakwah dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka membentuk pribadi yang salih, mandiri, berilmu, berjuang dan berbakti serta mewujudkan masyarakat yang mandiri, sejahtera lahir bathin di dunia akhirat". Sedangkan misinya adalah (a) menyelenggarakan pendidikan berdasarkan jenjang, jalur dan jenis. (b) menyelenggarakan kaderisasi untuk menghasilkan kader umat dan bangsa untuk meneruskan perjuangan para pendahulu. (c) menyelenggarakan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun tindakan menuju perubahan yang lebih baik. (d) Mengusahakan masyarakat mandiri, sejahtera lahir dan bathin. (e) melakukan usaha-usaha

untuk mencapai kemandirian pesantren, khususnya bidang ekonomi (*Sejarah Pondok Pesantren Nurul Jadid*, 2022).

Secara garis besar, tujuan dari pesantren Nurul Jadid ialah terbentuknya pribadi yang salih, mandiri berilmu, berjuang dan berbakti kepada agama, masyarakat dan bangsa serta sejahtera lahir dan bathin di dunia akhirat dibawah ridho dan ampunan Allah SWT (*Sejarah Pondok Pesantren Nurul Jadid*, 2022). Sebagai aktivitas dakwah Pondok Pesantren Nurul Jadid merupakan salah satu pesantren modern yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah dan pengenalan pesantren kepada masyarakat *cyber* (masyarakat maya). Dengan tuntutan zaman yang semakin maju, pondok pesantren harus menyesuaikan keadaan dan waktu pada saat ini.

Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid

Menurut Dr. Rulli Nasrullah Youtube adalah media sosial dengan konten video yang berbasis internet, yang dapat memberikan informasi dari seseorang kepada seluruh khalayak dengan cara membuat channel. Pemilik channel tersebut ialah seseorang yang mempunyai akun. Setiap orang dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Mulai dari kategori musik, game, vlog, informasi populer sampai dakwah islam dan agama lainnyapun termasuk dalam kategori. Situs youtube ini sama halnya dengan channel televisi, namun perbedaannya youtube dikemas dalam bentuk media sosial dan dapat mencari dalam pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Bukan hanya itu, kita juga bisa berpartisipasi dalam mengunggah (meng-upload) video yang kita buat ke server youtube dan membaginya ke seluruh dunia (Fadlun, 2021).

Banyak kelebihan yang dimiliki konten youtube diantaranya ialah banyaknya variasi informasi didalamnya, ada seni dan juga literasi (Daulay & Handayani, 2020). Sebagai media keterampilan yang banyak diminati oleh masyarakat modern, youtube memiliki banyak fungsi salah satunya media integrasi social yang berfungsi membangun kesadaran masyarakat untuk saling memiliki. Seolah youtube menjadi suatu kebutuhan dan keterampilan baru yang harus dimiliki dan dipelajari oleh masyarakat modern. Namun para youtubers tidak semuanya bisa memperbanyak subscribers karena persaingan semakin ketat dengan bermunculannya para youtubers baru. Hal tersebut, tergantung pada keterampilan dalam menyiapkan konten yang menarik agar dapat memberikan nilai plus saat kontennya trending di youtube (Rahma & Mada Wijaya Kusumah, 2020).

Dalam penggunaan youtube ada beberapa karakteristik yang membuat pengguna betah saat menggunakan media youtube, (Daulay & Handayani, 2020) yaitu:

1. Video yang diunggah tidak ada batasan durasi. Melihat dari media sosial lainnya seperti snapchat, instagram dan lain sebagainya memiliki batasan durasi maksimal, inilah yang membedakan youtube dengan media sosial lainnya.
2. Tidak mengandung unsur SARA dan illegal. Karena saat pengunggahan video ada beberapa pertanyaan yang harus dijawab sebagai bentuk konfirmasi pengaman sistem, yang hanya mengizinkan video sesuai dengan kaidah yang berlaku.
3. Apresiasi. Youtube memberikan apresiasi yang mengunggah konten menarik ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 penonton dengan mendapatkan honorium dari youtube.

4. Dapat menonton secara offline. Fitur yang memudahkan pengguna menonton konten dengan mendownload terlebih dahulu.
5. Tersaji editor praktis. Di menu awal saat mengunggah video, terdapat fitur edit untuk mengedit video yang akan diunggah oleh pengguna. Ada beberapa menu yang ditawarkan oleh fitur tersebut, seperti memfilter warna, pemotongan video atau menambah efek pemindahan video.

Riset mengungkapkan bahwa paling banyak penggunaan media sosial yang digemari oleh penduduk di Indonesia adalah Youtube, terlihat dari data *Hootsuite* dan *We are Sosial* di Indonesia tahun 2021. Bahwa total keseluruhan penduduk Indonesia 93,8 persen banyak yang menggunakan youtube sebagai aplikasi *mobile video streaming*, berkisar dari umur 16 hingga 64 tahun dengan rata-rata penggunaan youtube yaitu 25,9 jam perbulan (Daulay & Handayani, 2020).

Dengan berkembangnya youtube, banyak yang beralih menjadi youtubers dengan memanfaatkan konten kreatif dan inovatif yang banyak menarik penonton untuk melihatnya. Begitu pula para pendakwah, memanfaatkan youtube sebagai media dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan terkait agama dan informasi terbaru dalam islam. Seperti Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang memanfaatkan youtube sebagai media dakwah dan pengenalan islam yang mendalam melewati pengajian streaming serta konten-konten menarik lainnya.

Dalam penelitian ini, youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid sebagai tempat penelitian yang memiliki banyak keunggulan serta kreatifitas yang tinggi. Pondok Pesantren Nurul Jadid bergabung dengan youtube pada tanggal 21 April 2017. Saat ini memiliki followers sebanyak 83,3k dengan jumlah total tontonan 8.364.184 views.

Pengelola akun youtube Pondok Pesantren dibawah oleh bagian Tim Multimedia Pesantren. Faqihus Sholeh (2021) sebagai Ketua Sub Bagian Tim Multimedia Pesantren, mengatakan bahwa akun youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid dikelola secara bertahap, dengan tujuan youtube sebagai branding pesantren dan sebagai wadah berkreasi santri. Bukan hanya itu, tujuan youtube sendiri yang paling utama ialah sebagai media dakwah untuk mengenalkan secara terperinci pondok pesantren karena melihat santri sebagai tameng terakhir agama dan negara.

Menurut Muhammad Ghofirul Humam (2022) admin youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid, Channel Youtube ini bergabung pada tanggal 21 April 2017, di mana pada waktu itu merupakan awalmula adanya Multimedia Nurul Jadid sebelum menjadi eNJe Picture di bawah IT dan kesekretariatan. dalam channel ini kita sudah merilis atau memproduksi beberapa konten yaitu konten edukasi, entertainment, dan informasi. seperti yang kita ketahui di channel tersebut ada pengajian kitab sebagai konten edukasi, konten hari hari penting keislaman atau kenegaraan ataupun konten ajang kresasi santri sebagai edutainment sekaligus, konten sholawat sebagai entertainment dan tentunya tujuan dari semua konten yang sudah kita buat itu tidak lain dan tidak jauh dari dakwah secara digital karena dalam beberapa tahun terakhir ini dan kedepannya pasti dakwah ini akan mengalami perkembangan dalam metodenya.

Konten-konten dakwah yang disajikan sangat menarik untuk ditonton, apalagi Pondok Pesantren Nurul Jadid adalah Pondok Pesantren yang sangat dikenal oleh kalangan masyarakat karena menjadi salah satu pesantren modern yang berada di Jawa Timur. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan branding pesantren, dakwah bisa dilakukan dengan sangat efektif.

a. Pengajian Pengasuh

Sebagai media dakwah akun youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid sangat memudahkan santri dan alumni serta khalayak dalam mengakses sorogan kiai. Dalam postingan yang diunggah, banyak respon positif dari masyarakat serta komentar yang membangun. Dilihat dari alumni-alumni yang tersebar luas di seluruh nusantara, alumni Pondok Pesantren Nurul Jadid merasa terbantu dengan adanya akun youtube tersebut.

Pengajian ini dibimbing langsung oleh pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid yakni KH. Zuhri Zaini, BA dengan tiga macam kitab yaitu Fathul Qorib, Riyadhus Sholihin dan Tafsir Jalalain. Kedua dibimbing oleh KH. Najiburrahman Wahid, M. Pd sebagai wakil kepala pesantren Pondok Pesantren Nurul Jadid. Beliau mengisi sorogan dengan dua macam kitab yaitu Al-Adzkar dan Muroqil Ubudiyah. Bukan hanya diisi oleh pengajian, konten ini juga diisi dengan tausiyah dewan-dewan pengasuh juga Kuliah tasawwuf bersama kiai.

Bukan hanya pengajian aktif ketika di pondok, santri juga diwajibkan mengikuti pengajian pengasuh ketika liburan pesantren. Misalnya, pulangan ramadan tahun 2022 ini, semua santri diwajibkan mengikuti pengajian online yang disiarkan langsung dari pesantren.



Gambar 1. KhotmilKutub KH. ZuhriZaini.

b. Al-Kisah

Konten al-kisah sangat menarik untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Cara mengemas cerita untuk mendistribusikan pesan-pesan dakwah di dalamnya telah terdigitalisasi dalam bentuk cerita yang khas. Sajian video yang menarik juga membuat masyarakat *cyber* tertarik untuk melihat unggahan tersebut. Karena berisikan kreatifitas santri tentang cerita motivasi yang dikemas secara modern.

Seperti yang diceritakan dalam al-kisah tentang mensyukuri nikmat Allah, didalamnya terdapat cerita seekor ikan yang mencari tahu tentang air yang katanya sangat berharga bagi kehidupan kita? Dapat disimpulkan bahwa air memang sangat berharga dan penting bagi kehidupan, Karena tanpa air kehidupan akan mati. Pesan dakwah yang dapat

diambil ialah sebagai manusia kita harus mensyukuri bahwa segala apa yang kita cari berada disekitar kita.

c. Murottal Qur'an

Tidak pernah lepas dari kreatifitas santri dan inovasi santri, murottal qur'an menjadi salah satu konten yang digemari oleh kalangan santri. Dari konten ini kita bisa belajar irama-irama yang disajikan oleh Tim Multimedia Pesantren. Seperti irama Rost, Nahawan, Jiharkah dan lain sebagainya.

d. Talk With

Menurut penulis, talk with ialah konten kreatif sebagai wadah memberitahu keadaan atau hal apa saja yang berkaitan tentang santri di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Perbincangan santai yang dilakukan membuat kita memahami atau mengetahui bagaimana pesantren saat ini. Dengan ini, bisa ditarik benang merah, bahwa memahami karakter dan keadaan seseorang itu perlu, karena ketika bertemu dengan salah seorang yang belum memahami karakter masing-masing maka semua persepsi tentang keadaan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

e. Trust In Process

Konten ini berisikan tentang video yang menghadirkan kisah para santri yang berprestasi dan menginspirasi. Konten ini mengajarkan dengan terus menghargai proses, juga mengingatkan kita bahwa kehidupan itu pasti berproses dan tidak ada yang instan juga suatu proses yang diperoleh tidak akan mengkhianati hasil. Mempercayai diri sendiri tentang proses kehidupan dengan segala bentuk konsekuensinya dalam mencapai tujuan hidup yang diinginkan, justru fase itulah yang membuat seseorang ingin terus menjadi individu yang lebih baik, dapat memberikan manfaat yang positif bagi orang lain, dan yang terpenting ialah membuat masing-masing individu lebih bisa mensyukuri atas rahmat yang diberikan oleh Allah SWT.

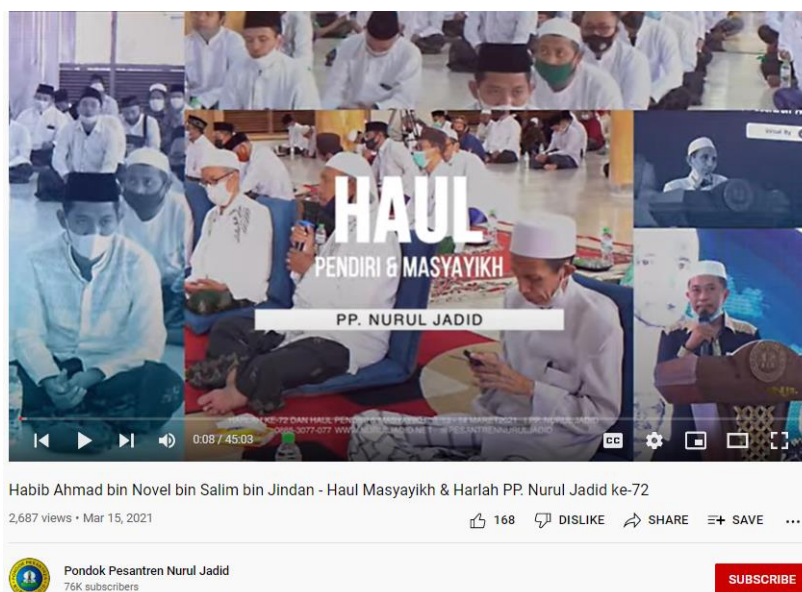
f. MuhibbusSholawah

Mebumikan dakwah dengan sholawat. Sholawat merupakan sesuatu yang dianjurkan bagi umat islam diseluruh dunia atau suatu cara untuk memberikan doa keselamatan, yang dalam konteks ini ditujukan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan menunjukkan rasa cinta kita kepada Nabi Muhammad SAW yang diwujudkan dengan sanjungan-sanjungan kepada beliau (Aziz, 2019).

g. Event Nurul Jadid

Setiap kegiatan besar yang berada di Pondok Pesantren Nurul Jadid dokumentasinya sebagian besar berada di youtube. Seperti memperingati Haul Masyayikh dan Harlah Pondok Pesantren, Peringatan Hari Besar Islam, Kemerdekaan Indonesia, Hari Santri Nasional, Osabar dan lain Sebagainya. Ini memudahkan alumni dan masyarakat untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Nurul Jadid. Dalam memperingati seluruh kegiatan kebanyakan didalamnya terdapat ceramah agama para masyayikh dan habaib yang diundang dalam acara tersebut.

kegiatan yang dilaksanakan di pesantren, dihadiri langsung oleh pengasuh dan santri Pondok Pesantren Nurul Jadid. Ini dimanfaatkan sebagai media dakwah yaitu dengan konsep pengajian umum. Dimana kiai atau habaib yang diundang memberikan tausiyah kepada santri secara langsung maupun virtual.



Gambar 2. Haul Masyayikh dan Harlah PP Nurul Jadid ke 72

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa dakwah modern Pondok Pesantren Nurul Jadid memberikan banyak manfaat kepada santri, alumni bahkan khalayak umum. Karena banyak memberikan nilai positif serta memberikan kemudahan dalam mengakses atau dalam mencari informasi pesantren. Pesan yang disampaikan setiap konten yang berinovatif memiliki tujuan dan karakter masing-masing, ini menandakan bahwa dakwah yang dilaksanakan sesuai dengan keinginan masyarakat cyber. Karena konten yang disajikan dapat dijadikan sebagai pedoman, motivasi serta informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Bukan hanya sebagai media dakwah, konten tersebut juga sebagai sarana informasi kepada alumni pondok pesantren dikarenakan ingin mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren agar tetap taaluq kepada almamater.

Seiring dengan perkembangan teknologi, islam juga mengalami perkembangan. Setidaknya kita sebagai aktivis dakwah dapat mempromosikan konten keagamaan yang dapat mengangkat moral manusia, meningkatkan sistem pendidikan, juga memakmurkan pemerintahan. Dengan kata lain, kita sebagai penerus ulama terdahulu dapat mengimbangi perkembangan zaman yang harus kita lewati saat ini. Melihat bahwa ramalan ke depan bahwa yang berkuasa adalah mereka yang menguasai informasi dan media adalah sebagai pengangkut informasi tersebut. Jadi konvergensi media yang saat ini sebagai acuan dalam praktisi media, tidak salah kalau kita gunakan untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, nilai-nilai keagamaan, serta keagungan menyebarkan ajaran Allah. Sehingga dakwah yang kita laksanakan benar-benar efektif kedepannya.

Daftar Pustaka

- Afifah, L., Muhlis, A., Fatoni, U., Sosial, M., Media, S., & Dormitory, I. 2020. *Strategi Dakwah Santri dalam Menghadapi Berita Hoax di Media Sosial*. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 5(April). 148-167
- Ahmad, N. 2018. *Rekontruksi Dakwahtainment sebagai media dakwah*. *Al Munzir*.19(2). 113-134
- Aziz, M. S. 2019. *Sosial Media Sebagai Sumber Informasi Dan Dakwah Jamaah Majelis Sholawat AlBanjari Koordinator Kecamatan Waru*. *Wasilatuna*.02(2)
- Darwis, M. 2020. *Revitalisasi Peran Pesantren Di Era 4.0*. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(01), 128-137
- Daulay, A., & Handayani, R. 2020. *Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Bedakwah di Tengah Pandemi*. *Hikmah*.15(1). 123-138
- Fadlun. 2021. *Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Di Channel*. *An-Nida*.13(2). 107-113
- Fahma, A. H., & Darwis, M. 2020. *Eksistensi Para "Gus" di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital*. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*. 6(2) 138-157
- Faldiansyah, I. 2020. *Dakwah Media Sosial : Alternatif Dakwah Kontemporer*. *Tawshiyah*15(2). 36 - 58
- Fawaid, A., & Hasanah, U. 2020. *Pesantren Dan Religious Authoritative Parenting: Studi Kasus Sistem Wali Asuh Di Pondok Pesantren Nurul Jadid*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*.19(1). 27- 40
- Ghofur, A. 2019. *Dakwah Islam di Era Milenial*. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 5(2). 136-149
- Haqqu, R. 2020. *Era Baru Televisi Dalam Pandangan*. *Rekam*.16(1). 15-20
- Ilmiati, T. 2020. *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Naskah Wawacan Kean Santang Aji*. *Komunika*.3(2). 127-150
- Khumairoh, U. 2021. *Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media The Impact of Media Conglomeration on the Mass Media*. *Muqoddima*. 63-78
- Kusumah, M. W. 2020. *Konvergensi Media Dakwah di Masa Pandemi Covid 19*.

- Latief, M. N. 2018. *Dakwah dalam Perspektif Media Sosial*. Jurnalisa. 04(1). 61-75
- Mamdud, R. 2019. *Dakwah Islam di Media Massa*. Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam.3(1). 47-54
- Mujib, A. 2018. *Pesan AlQuran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era New Media*. Jurnal Komunikasi Islam. 7(1). 42-65
- Nihayaty, A. I., & Rohmy, A. M. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Komunitas Untuk Menghadapi Konten Islam Ekstrem Di Internet*. Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam. 6(2). 213-227
- Rohmah, S. 2021. *Komunikasi Dakwah Dalam Seni Musik Nasyid (Studi Seni Musik di Pondok Pesantren Sunan Drajat)*. Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam. 7(1). 42-61
- Rahma, F. N., & Mada Wijaya Kusumah. 2020. *Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)*. Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19. 19. 41-54
- Ridho, M. 2021. *Dakwah Islam Dalam Perspektif Komunikasi Massa*. El-Hamra. 6(1). 27-34
- Rubawati, E. 2018. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies). 2(1). 126-142
- Rustandi, R. 2019. *Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam*. Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam. 3(2). 84-95
- Santoso, B. R. 2019. *Revitalisasi Metode Dakwah Anakronistis Dai Generasi Milenial*. Tasamuh UIN Mataram.17(1). 133-154
- Sediyarningsih, S. 2018. *Konvergensi Media Di Era Digital (Eksploitasi Media Komunikasi Dalam Proses Belajar Mengajar Di Era Digital)*. Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh.19(1). 52-57
- Sejarah Pondok Pesantren Nurul Jadid*. (2022). <https://www.nuruljadid.net/sejarah-pesantren>
- Shalihah, H., Nurul, U., & Paiton, J. 2020. *Implementasi Trilogi Santri Dalam Menumbuhkan Kesadaran Berbangsa Dan Bermegara Santri Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo*. IX (1). 53-72

- U. Dinillah, & A. Kurnia SF. 2019. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah)*. Kaganga. 1(1). 60-88
- Wahyu, W. 2020. *Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial*. Komunida Media Komunikasi Dan Dakwah
- Wahyuningsih, T., & Zulfazmi, A. Z. 2020. *Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media)*. Academic Journal of Da'wa and Communication. 1(1). 76-91
- Warapsari, D., & Campaign, B. 2020. *Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media*. 08(01).1-19.
- Wibowo, A. 2019. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*. Jurnal Islam Nusantara.03(02). 339-356
- Widodo, A. 2019. *Dakwah Islam Di Era Revolusi Industri 4.0*. Khabar.1 (1). 49-65
- Yaqin, A., Lutfillah, L., & Muhtadin, R. 2021. *Strategi Membangun Ekonomi Pesantren melalui Sentralisasi Kebutuhan Fashion Pada Industri Konveksi Pondok Pesantren Nurul Jadid*. Ekonomica Sharia: Jurnal. 7 (1). 1-16
- Zulkarnaini. 2015. *Dakwah islam di era modern*. Jurnal Risalah. 26(3). 151-158