



Ruang Keagamaan Digital: Persepsi Pengguna TikTok dan Youtube terhadap Konten Gus Baha

Jati Pamungkas^{1*}, Azis Prastica², Imam Sholikhuddin³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Syekh Wasil, Indonesia

*Penulis korespondensi: jatipamungkas@uinkediri.ac.id

Abstract. *The phenomenon of digital da'wah has significantly transformed the ways religious knowledge is accessed, interpreted, and disseminated in contemporary society. This study aims to analyze the patterns of actions and perceptions of TikTok and YouTube users toward religious content delivered by Gus Baha within the context of the digital religious space. Using Max Weber's theory of rationalization as an analytical framework, this research explores how religious authority, knowledge transmission, and user interpretation undergo processes of rationalization on digital platforms. This study employs a qualitative approach using virtual ethnography, content analysis, and in-depth interviews with users of both platforms. Data were collected through observation of uploaded content, analysis of user interactions and comments, and examination of engagement dynamics. The findings indicate that user responses to Gus Baha's content reflect Weber's four types of social action. Instrumentally rational actions are evident in the use of short videos as practical and efficient learning tools. Value-oriented rational actions appear in users' consistent efforts to deepen religious understanding. Affective actions emerge from emotional attachment to Gus Baha's communicative style, while traditional actions are reflected in the perception of digital da'wah as a continuation of established religious learning traditions. Furthermore, digital rationalization through algorithms, short-video formats, and platform accessibility, shapes how religious knowledge is selected, interpreted, and circulated. This study concludes that digital religious spaces function not only as channels of dissemination but also as arenas for the transformation of religious authority, meaning construction, and religious practice in the digital era.*

Keywords: Digital Da'wah; Rationalization; Religious Authority; Social Action; TikTok and YouTube.

Abstrak. Fenomena dakwah digital telah secara signifikan mengubah cara pengetahuan keagamaan diakses, ditafsirkan, dan disebarluaskan dalam masyarakat kontemporer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola tindakan dan persepsi pengguna TikTok dan YouTube terhadap konten keagamaan yang disampaikan oleh Gus Baha dalam konteks ruang keagamaan digital. Dengan menggunakan teori rasionalisasi Max Weber sebagai kerangka analisis, penelitian ini mengkaji bagaimana otoritas keagamaan, transmisi pengetahuan, dan interpretasi pengguna mengalami proses rasionalisasi di platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui etnografi virtual, analisis konten, dan wawancara mendalam dengan pengguna kedua platform tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten yang diunggah, analisis interaksi dan komentar pengguna, serta kajian terhadap dinamika keterlibatan (engagement). Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons pengguna terhadap konten Gus Baha mencerminkan empat tipe tindakan sosial Weber. Tindakan rasional instrumental terlihat dalam pemanfaatan video pendek sebagai sarana pembelajaran yang praktis dan efisien. Tindakan rasional berorientasi nilai tampak dalam upaya konsisten pengguna untuk memperdalam pemahaman keagamaan. Tindakan afektif muncul dari keterikatan emosional terhadap gaya penyampaian Gus Baha, sementara tindakan tradisional tercermin dalam penerimaan dakwah digital sebagai kelanjutan dari tradisi pembelajaran agama yang telah mapan. Selain itu, rasionalisasi digital melalui algoritma, format video pendek, dan kemudahan akses membentuk cara audiens memilih, menafsirkan, dan menyebarkan pengetahuan keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang keagamaan digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran pengetahuan, tetapi juga sebagai arena transformasi otoritas, konstruksi makna, dan praktik keagamaan di era digital.

Kata kunci: Dakwah Digital; Otoritas Keagamaan; Rasionalisasi; Tiktok dan Youtube; Tindakan Sosial.

1. LATAR BELAKANG

K.H. Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) menjadi fenomena dakwah kontemporer di Indonesia: ceramahnya yang ringan, penuh contoh sehari-hari, beride bahasa Jawa/Indonesia yang hangat, dan mudah diakses lewat YouTube atau TikTok membuatnya populer lintas generasi. Untuk memperkuat substansi penelitian tentang konten dakwah Gus Baha diperlukan

analisis yang lebih sistematis menggabungkan kajian isi, gaya retorika, konteks budaya lokal, dan teori komunikasi atau media sehingga temuan tidak sekadar deskriptif tetapi juga menjelaskan *mengapa* dan *bagaimana* pesan-pesan itu efektif (Islam dan Cahyani, 2022). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara dakwah disampaikan dan diterima. Pengajian Gus Baha kini tersebar luas dalam bentuk video pendek di TikTok dan video panjang di YouTube, memungkinkan masyarakat mengakses ilmu keagamaan di mana saja dan kapan saja. Perubahan ini membentuk pola keberagamaan baru di ruang virtual. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam cara beragama, belajar agama, dan mengakses otoritas keagamaan. Di era ketika media sosial menjadi bagian integral dari keseharian, ruang keagamaan tidak lagi terbatas pada masjid, majelis taklim, atau pengajian tatap muka, melainkan juga menjelma dalam bentuk ruang virtual yang terbuka, dinamis, dan interaktif. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga membentuk ulang cara umat beragama memaknai teks, tradisi, dan figur otoritas keagamaan.

Dalam konteks inilah dakwah digital menjadi salah satu fenomena penting untuk dikaji, karena ia mempertemukan nilai tradisional agama dengan karakteristik media baru yang serba cepat, ringkas, dan algoritmik. Salah satu fenomena yang cukup menonjol dalam dunia dakwah digital di Indonesia adalah meningkatnya popularitas pengajian dan ceramah dari KH. Bahauddin Nur Salim yang lebih dikenal sebagai Gus Baha di platform media sosial seperti TikTok dan YouTube. Gus Baha, yang dikenal dengan gaya ceramahnya yang sederhana, humoris, dan sangat kuat dalam keilmuan, berhasil menarik perhatian berbagai kelompok masyarakat, mulai dari santri, mahasiswa, hingga masyarakat umum yang ingin belajar agama melalui media digital. Kehadiran Gus Baha dalam ruang digital mencerminkan bagaimana seorang ulama tradisional dapat memperoleh posisi baru sebagai figur karismatik dalam dunia maya melalui proses mediasi teknologi dan konstruksi makna oleh para penggunanya (Asep Jahar, 2023).

Platform seperti TikTok dan YouTube, dengan mekanisme algoritma yang berbeda, menghadirkan bentuk konsumsi dakwah yang unik dan beragam. TikTok yang berbasis konten pendek, cepat, dan sangat visual memungkinkan penyebaran potongan ceramah Gus Baha secara instan kepada audiens yang luas. Konten yang hanya berdurasi satu hingga tiga menit sering kali berisi intisari ceramah atau momen humoris yang menarik minat penonton, sehingga mendorong terjadinya internalisasi nilai keagamaan secara spontan dan emosional. Sementara itu, YouTube menjadi ruang untuk pengajian yang lebih panjang, terstruktur, dan mendalam,

sehingga audiens dapat memahami konteks penjelasan keagamaan secara lebih komprehensif. Perbedaan karakteristik kedua platform ini secara langsung memengaruhi pola konsumsi, persepsi, dan bentuk keterlibatan pengguna terhadap konten dakwah yang mereka akses. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena ia memperlihatkan bagaimana media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran pengetahuan keagamaan, tetapi juga menjadi arena konstruksi sosial makna keagamaan yang turut membentuk gaya keberagamaan masyarakat kontemporer.

Di era digital, proses belajar agama tidak lagi bersifat hierarkis atau satu arah, melainkan menjadi lebih fleksibel, dialogis, dan dipengaruhi oleh dinamika interaksi daring seperti komentar, likes, serta praktik berbagi konten. Melalui interaksi ini terbentuk ruang keagamaan digital yang berfungsi sebagai wadah bagi umat untuk menafsirkan ulang nilai-nilai keagamaan sekaligus menunjukkan bagaimana otoritas keagamaan dinegosiasi dan dibangun ulang dalam konteks media baru. Dalam konteks metodologi, penelitian mengenai ruang keagamaan digital menuntut pendekatan yang mampu menangkap dinamika online secara mendalam. Pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual menjadi relevan untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten dakwah, bagaimana mereka menafsirkan simbol-simbol digital, serta bagaimana makna keagamaan dinegosiasi dalam ruang maya. Melalui observasi konten, analisis interaksi, serta pemeriksaan komentar pengguna, peneliti dapat melihat bagaimana karakter platform membentuk pola konsumsi sekaligus merekonstruksi hubungan antara ulama dan audiens dalam bentuk yang baru.

Fenomena ini menarik karena ia menandai pergeseran bentuk keberagamaan masyarakat modern yang semakin terhubung dengan ritme media sosial. Keberagamaan tidak lagi selalu hadir dalam bentuk ritual dan aktivitas komunal yang terikat ruang fisik, tetapi juga muncul melalui praktik digital seperti menonton ceramah, mengomentari video dakwah, atau membagikan cuplikan pengajian kepada pengguna lain. Ruang keagamaan digital menjadi arena baru tempat nilai-nilai agama dirasionalisasi, dinegosiasi, dan dimaknai ulang sesuai konteks sosial pengguna. Pengguna media sosial dapat memilih ceramah sesuai preferensi, waktu, dan kebutuhan spiritual mereka, sehingga menunjukkan adanya karakter keberagamaan yang lebih personal dan fleksibel. Lebih jauh lagi, penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana masyarakat modern mengalami keberagamaan melalui media digital. Jika sebelumnya penyebaran pengetahuan keagamaan bergantung pada institusi formal seperti pesantren dan masjid, kini media sosial berperan sebagai distributor utama konten keagamaan yang dikonsumsi secara massal. Hal ini membuka peluang baru bagi dakwah untuk lebih inklusif dan mudah diakses, tetapi juga menghadirkan tantangan baru

terkait otoritas keagamaan, fragmentasi pemahaman, serta potensi bias algoritma dalam menentukan konten yang muncul pada pengguna. Fenomena rasionalisasi digital tidak hanya memengaruhi cara konten agama disebarkan, tetapi juga memengaruhi otoritas keagamaan itu sendiri. Otoritas yang sebelumnya berbasis kharisma dan tradisi kini turut dipengaruhi oleh algoritma, engagement, dan popularitas di media sosial (Hoover, 2006). Hal ini menjadikan ruang digital sebagai arena baru bagi konstruksi makna keagamaan, di mana pengguna dapat menafsirkan, memilah, bahkan mengkritisi ajaran agama berdasarkan preferensi personal dan informasi yang direkomendasikan oleh platform.

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang sangat religius dan memiliki tingkat penetrasi digital yang tinggi, penelitian tentang dakwah digital menjadi semakin relevan. Platform seperti TikTok dan YouTube bukan hanya alat hiburan, tetapi juga menjadi sarana penting bagi umat Muslim untuk belajar agama, mengklarifikasi pertanyaan keagamaan, dan memperkuat identitas spiritual mereka. Dengan memahami pola konsumsi dan persepsi pengguna terhadap konten dakwah khususnya pengajian Gus Baha penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap wacana akademik mengenai transformasi keberagamaan di era digital, serta menawarkan gambaran mengenai masa depan otoritas dan pendidikan keagamaan dalam masyarakat teknologi. Berdasarkan kompleksitas fenomena tersebut, penelitian ini berupaya menggali lebih dalam bagaimana dakwah digital membentuk pola konsumsi pengetahuan keagamaan, bagaimana algoritma memengaruhi preferensi spiritual pengguna, serta bagaimana figur ulama dikonstruksi dan diinterpretasi melalui interaksi digital. Dengan mengkaji konteks ini secara komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika keberagamaan kontemporer dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana masyarakat modern bernegosiasi dengan nilai, otoritas, dan makna agama dalam ruang keagamaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori Tindakan Sosial dari Max Weber. Max Weber adalah seorang sosiolog, ekonom, dan pemikir sosial asal Jerman yang dianggap sebagai salah satu pendiri sosiologi modern (Sarosa, 2001). Pemikirannya telah memberikan kontribusi besar terhadap berbagai disiplin ilmu, termasuk sosiologi, ekonomi, dan ilmu politik (Alan Sica, 2004). Teori tindakan sosial Max Weber merupakan kerangka teoretis dalam sosiologi yang berfokus pada tindakan individu dan makna subjektif yang mereka berikan pada tindakan tersebut (Ritzer, 2019). Teori ini berupaya memahami bagaimana individu bertindak dalam konteks sosial dan bagaimana tindakan mereka dipengaruhi oleh orang lain. Max Weber

mendefinisikan tindakan sosial sebagai perilaku individu yang memiliki makna dan konteks sosial. Tindakan ini dilakukan dengan mempertimbangkan tindakan orang lain dan berorientasi pada interaksi sosial. Tinjauan tentang teori tindakan sosial Max Weber meliputi analisis terhadap konsep-konsep kunci yang diajukan Weber, serta relevansinya dalam studi sosiologi. Max Weber mendefinisikan tindakan sosial sebagai perilaku individu yang memiliki makna dan orientasi terhadap orang lain. Tindakan ini tidak hanya berfokus pada aksi fisik, tetapi juga pada makna subjektif yang diberikan oleh individu (Supraja, 2012).

Fenomena dakwah digital melalui platform TikTok dan YouTube menghadirkan bentuk baru ruang keagamaan yang bersifat virtual, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Dalam konteks ini, pengajian Gus Baha menjadi salah satu konten keagamaan yang banyak dikonsumsi karena gaya penyampaiannya yang santai, argumentatif, serta dianggap relevan dengan kebutuhan spiritual masyarakat modern. Untuk memahami pola tindakan serta persepsi pengguna terhadap konten tersebut, teori tindakan sosial Max Weber dapat dijadikan kerangka analisis utama. Menurut Weber, tindakan sosial adalah perilaku manusia yang memiliki makna subjektif dan berorientasi pada tindakan orang lain. Tindakan dalam ruang digital bukan hanya aktivitas melihat video, menyukai konten, atau berkomentar, tetapi juga mengandung makna terkait motivasi keberagamaan, pencarian pengetahuan, bahkan pembentukan identitas religius baru. Dalam konteks ini, pengguna TikTok dan YouTube menunjukkan beragam tipe tindakan, antara lain. Dalam konteks digital, tindakan ini tidak hanya berupa perbuatan fisik seperti menonton, memberi like, dan membagikan konten, tetapi juga mencakup motivasi keagamaan, pencarian makna, dan pembentukan identitas religious

Weber membagi tindakan sosial menjadi empat kategori utama:

Tindakan Rasional Instrumental

Tindakan ini dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan tertentu dan cara yang paling efisien untuk mencapainya. Individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memilih tindakan yang paling efektif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Weber, tindakan rasional instrumental adalah tindakan yang didorong oleh perhitungan paling efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Banyak pengguna TikTok dan YouTube mengonsumsi pengajian Gus Baha karena alasan praktis: durasi singkat, akses mudah, dan penjelasan yang padat. Pada platform TikTok, potongan video berdurasi 30–60 detik memungkinkan pengguna memahami inti ceramah tanpa harus mengikuti satu pengajian penuh. Sebagian pengguna menonton pengajian Gus Baha untuk memperoleh pemahaman keagamaan secara cepat, praktis, dan efisien. Platform TikTok yang menyajikan potongan singkat menjadikan proses pembelajaran agama lebih mudah

dipahami dan hemat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai bahwa konsumsi konten digital adalah cara paling efektif untuk mencapai tujuan belajar agama

Tindakan Rasional Berorientasi Nilai

Tindakan ini didasarkan pada keyakinan atau nilai-nilai tertentu, terlepas dari hasil yang mungkin diperoleh. Individu bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral, etika, atau estetika, meskipun tindakan tersebut mungkin tidak efisien dalam mencapai tujuan praktis. Banyak pengguna mengonsumsi konten pengajian karena dorongan nilai religius, seperti ingin memperdalam iman, mencari kebenaran ajaran Islam, atau melaksanakan kewajiban moral untuk menuntut ilmu. Meski tidak selalu efisien, tindakan ini dilandasi keyakinan bahwa mendengarkan ulama adalah bagian dari nilai-nilai spiritual dan etis dalam Islam.

Tindakan ini didorong oleh nilai-nilai internal seperti keyakinan agama, moralitas, atau etika, terlepas dari efisiensinya.

Pada konteks pengajian Gus Baha, banyak pengguna mengikuti konten tersebut karena dorongan spiritual.

Berdasarkan penelitian Campbell dalam *Digital Religion*, praktik keagamaan di ruang digital sering muncul dari komitmen nilai religius yang telah dimiliki individu sebelumnya. Mereka menilai bahwa memperdalam pemahaman Islam melalui ulama merupakan bagian dari ibadah dan kewajiban moral.

Komentar pengguna seperti:

“Dengar Gus Baha bikin hati tenang.”

Menggambarkan tindakan berorientasi nilai yang dipengaruhi oleh komitmen religius. Melalui lensa Weber, tindakan ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak menghilangkan nilai keagamaan, tetapi justru memperluas ruang aktualisasinya.

Tindakan Afektif

Tindakan ini dipicu oleh emosi atau perasaan. Individu bertindak berdasarkan reaksi emosional, seperti cinta, kemarahan, atau kebahagiaan, tanpa mempertimbangkan rasionalitas atau konsekuensi dari tindakan tersebut. Sebagian pengguna menunjukkan keterlibatan emosional merasa tenang, tersentuh, atau tercerahkan setelah mendengarkan ceramah Gus Baha. Ekspresi ini terlihat dalam komentar-komentar yang menekankan perasaan damai atau haru. Konten religius di media sosial sering memicu reaksi emosional yang kuat karena penyampaiannya dianggap sederhana, humoris, dan menenangkan. Tindakan afektif dalam teori Weber adalah tindakan yang digerakkan oleh emosi (Heidi Campbell, 2013).

Konten Gus Baha sering memunculkan reaksi emosional karena gaya ceramahnya yang menenangkan, penuh humor, namun dalam secara teologis. Banyak pengguna merespons dengan ekspresi kagum, haru, dan rasa damai.

Penelitian Rachman dalam *Jurnal Komunikasi Islam* menemukan bahwa konten dakwah yang disampaikan dengan narasi humoris dan penuh keteladanan lebih mudah membangun kedekatan emosional dengan audiens (Rachman, 2021). Hal ini terjadi pada ceramah Gus Baha yang sering bercerita tentang kisah-kisah klasik, pengalaman pribadi, dan nilai kesederhanaan.

Reaksi emosional ini bukan sekadar “perasaan sesaat,” tetapi menjadi pintu masuk untuk keterikatan spiritual dan bahkan mendorong perilaku lain seperti berbagi video ke keluarga dan teman.

Tindakan Tradisional

Tindakan ini dilakukan berdasarkan kebiasaan atau tradisi yang sudah ada. Individu mengikuti norma dan praktik yang diwariskan dari generasi ke generasi tanpa banyak berpikir tentang tujuan atau alasan di baliknya (Fathiha, 2022). Ada pula pengguna yang menonton karena kebiasaan mengikuti pengajian sejak kecil atau karena lingkungan keluarga yang membiasakan konsumsi konten ceramah. Tradisi religius keluarga terbawa ke ruang digital dan diwujudkan melalui pola menonton rutin.

Melalui empat tipe tindakan tersebut, terlihat bahwa ruang keagamaan digital bukan sekadar sarana penyebaran ceramah, tetapi juga membentuk perilaku keagamaan baru yang lebih fleksibel, personal, dan dipengaruhi oleh dinamika algoritma. Persepsi pengguna terhadap pengajian Gus Baha juga umumnya positif karena mereka menilai bahwa gaya penyampaiannya sederhana, tidak provokatif, dan memberi pemahaman agama yang logis. Hal ini menunjukkan adanya proses rasionalisasi nilai dalam konsumsi agama digital di mana masyarakat memilih konten yang relevan, menenangkan, dan sesuai kebutuhan spiritual mereka.

Dengan demikian, studi ini menunjukkan bahwa TikTok dan YouTube tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi telah berubah menjadi ruang keagamaan digital yang membentuk pola tindakan sosial baru. Interaksi, komentar, pilihan konten, dan keputusan mengikuti pengajian tertentu mencerminkan bagaimana masyarakat menafsirkan, memaknai, dan mengonstruksi ulang religiositas dalam era digital.

Weber mendefinisikan tindakan tradisional sebagai tindakan yang dilakukan karena kebiasaan atau sesuatu yang diwariskan.

Banyak pengguna menonton pengajian Gus Baha karena terbiasa mengikuti pengajian sejak kecil atau tumbuh dalam keluarga religius.

Penelitian Ismail dalam *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* menunjukkan bahwa praktik keagamaan tradisional kini bermigrasi ke ruang digital masyarakat yang terbiasa mengikuti pengajian tatap muka kini beralih pada pengajian online tanpa meninggalkan nilai tradisi religious (Ismail, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa ruang keagamaan digital tidak memutus tradisi, melainkan memperluasnya melalui media baru.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode etnografi virtual sebagai pendekatan utama untuk menelusuri secara mendalam bagaimana pengguna TikTok dan YouTube bertindak serta membentuk persepsi mereka terhadap konten dakwah Gus Baha dalam konteks ruang keagamaan digital. Etnografi virtual dipilih karena memungkinkan peneliti mengamati praktik keagamaan yang kini berpindah ke ranah online, di mana proses belajar agama, interaksi, dan pembentukan makna berlangsung sepenuhnya melalui medium digital. Dalam pelaksanaannya, peneliti melakukan observasi pasif dengan mengikuti berbagai akun yang aktif mengunggah konten ceramah Gus Baha, mencermati video yang muncul di linimasa, serta mempelajari cara platform menampilkan konten melalui mekanisme algoritmik. Peneliti mencatat pola keterlibatan pengguna seperti jumlah suka, komentar, bagikan, duplikasi video, dan unggahan ulang sebagai indikator bagaimana audiens merespons materi keagamaan tersebut. Selain itu, penelitian juga menganalisis format penyajian dan transformasi konten, mulai dari potongan ceramah singkat khas TikTok hingga video pengajian berdurasi panjang di YouTube, untuk memahami bagaimana digitalisasi memengaruhi struktur pesan, intensitas keterlibatan, serta cara pengetahuan agama dipersepsi oleh pengguna.

Berbagai ekspresi keberagaman digital seperti komentar bernuansa doa, ungkapan penghargaan terhadap keilmuan Gus Baha, hingga diskusi antar pengguna juga diamati sebagai bagian dari performa religius dan proses pembentukan otoritas keagamaan di media sosial. Lebih jauh, peneliti melakukan observasi dinamika algoritma dengan melihat bagaimana FYP TikTok dan rekomendasi YouTube membentuk preferensi tontonan serta memengaruhi pola rasionalisasi tindakan ala Weber, mencakup motivasi instrumental, pencarian nilai keagamaan, keterlibatan emosional, dan reproduksi tradisi ngaji kitab. Seluruh data dikumpulkan menggunakan teknik pendokumentasian jejak digital, seperti menyimpan tangkapan layar, merekam metadata video, mendokumentasikan alur komentar, serta mencatat hasil pengamatan berkala agar perubahan interaksi dapat dipahami secara kronologis. Dengan cara ini, penelitian

sepenuhnya bergantung pada dinamika yang berlangsung di ruang digital tanpa memerlukan wawancara langsung, sehingga mampu menghadirkan gambaran menyeluruh tentang bagaimana ruang keagamaan digital terbentuk, dipraktikkan, dan dimaknai oleh pengguna TikTok dan YouTube.

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi yang menyelidiki kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumennya, pengumpulan data kualitatif dan teknik analisis kualitatif lebih menekankan pada hasil. Pendekatan dalam penelitian kualitatif ini adalah menggunakan model etnografi yang mana model penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan ciri-ciri budaya seseorang atau sekelompok orang yang tergabung dalam suatu kelompok komunitas budaya (Hanurawan, 2016; Johnson dan Christensen, 2004). Pendekatan penelitian etnografi adalah metode penelitian yang mendalam untuk memahami dan menjelaskan suatu kelompok atau budaya tertentu. Keterlibatan peneliti dalam pendekatan ini bersifat secara langsung dalam kehidupan sehari-hari kelompok tersebut untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang nilai-nilai, norma, dan praktik budaya.

Teknik Pengumpulan Data Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku, peristiwa, atau situasi tertentu tanpa campur tangan atau manipulasi dari peneliti. Menurut Sugiyono (2016), observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri khusus dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan untuk melakukan identifikasi faktor-faktor fungsional yang didukung dengan kajian analisis jabatan. Tujuan observasi sebagai teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diamati dan dokumentasi informasi kontekstual.

Wawancara

Wawancara penelitian merupakan suatu metode pengumpulan data dimana terjadi interaksi langsung antara peneliti dan partisipan. Seorang peneliti dalam melakukan wawancara dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada partisipan untuk mendapatkan informasi mendalam, pemahaman, dan pandangan mereka terkait topik penelitian. Menurut Anas Sudijono Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi. Wawancara dilakukan dengan menyajikan pertanyaan dan jawaban lisan pada satu sisi, tatap muka, dan dengan tujuan tertentu. (Sudijono, 2011). Wawancara adalah cara efektif untuk mengeksplorasi informasi kualitatif dan membawa dimensi

kemanusiaan ke dalam penelitian.

Analisis Data

Analisis Data dalam Teknik Pengumpulan Data menurut Patton (1980), analisis data adalah proses pengorganisasian data ke dalam pola, kategori, dan deskripsi dasar. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi pendekatan deskriptif dan interpretatif untuk memahami makna dan konteks data kualitatif. Teknik analisis data merupakan metode memilah, mengelompokkan data dari hasil wawancara kemudian mengolah data yang sudah dikumpulkan sehingga peneliti dapat mengambil makna, pola atau informasi yang relevan.

Instrument Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang diamati. (Sugiyono, 2013). Alat pengumpulan data yang paling penting dalam penelitian adalah peneliti. Peneliti ini menentukan topik, fokus utama dan mengumpulkan data. Tugas peneliti adalah untuk menentukan fokus utama penelitian berdasarkan pemikiran subjektif. Peneliti pengumpulan data memerlukan bahan tulis berupa buku dan pulpen. pena ini digunakan untuk mencatat hal-hal atau informasi penting pada saat observasi. Instrumen pengumpulan data melalui alat rekam suara merupakan media pendukung yang digunakan peneliti selama melakukan wawancara. Keterbukaan informan ketika melakukan pengumpulan data melalui alat rekam suara dapat meningkatkan kredibilitas data yang dikumpulkan

Teknik Analisi Data

Teknik analisis data merupakan serangkaian prosedur atau langkah- langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sehingga dapat diambil makna, pola, atau informasi yang relevan. Teknik analisis data penelitian kualitatif pasca pengumpulan data. Tahap pertama, memadatkan data, yaitu memilih, memfokuskan, menyederhanakan, menjumlahkan, dan mengubah data mentah atau mengurangi data. Tahap kedua, menampilkan informasi dalam format ringkas untuk memfasilitasi referensi. Tahap ketiga, menarik dan memverifikasi kesimpulan, adalah proses menyepakati temuan penelitian dengan memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis mendukung kesimpulan tersebut⁴.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena dakwah digital yang berkembang pesat di media sosial, khususnya TikTok dan YouTube, memberikan ruang baru dalam mempelajari tindakan keagamaan masyarakat modern. Dalam konteks ini, teori tindakan sosial Max Weber menjadi kerangka analitis yang

relevan untuk memahami pola tindakan pengguna ketika berinteraksi dengan konten pengajian Gus Baha. Weber menjelaskan bahwa tindakan sosial mencakup perilaku individu yang memiliki makna subjektif dan berorientasi pada tindakan orang lain (Weber, 2019). Dengan demikian, setiap tindakan pengguna terhadap konten digital tidak hanya berwujud klik, komentar, atau durasi menonton, tetapi juga mengandung makna sosial yang dapat dianalisis secara lebih mendalam.

Weber membagi tindakan sosial ke dalam empat tipe utama: (1) tindakan rasional instrumental, (2) tindakan rasional berorientasi nilai, (3) tindakan afektif, dan (4) tindakan tradisional. Keempat tipe tindakan ini muncul dalam perilaku pengguna TikTok dan YouTube dalam mengonsumsi konten ceramah Gus Baha yang tersebar dalam berbagai format, mulai dari video pendek berdurasi 30 detik hingga pengajian panjang yang mencapai 2–3 jam.

Tindakan Rasional Instrumental

Tindakan rasional instrumental adalah tindakan yang dilakukan dengan pertimbangan tujuan tertentu yang ingin dicapai secara efisien. Dalam konteks pengguna TikTok dan YouTube, jenis tindakan ini tampak pada mereka yang menonton potongan ceramah Gus Baha untuk memperoleh pemahaman agama secara cepat, praktis, dan sesuai kebutuhan. Karakter TikTok yang menekankan video pendek dan algoritma yang menyaring konten sesuai preferensi pengguna membuat klip ceramah Gus Baha menjadi sarana memperoleh informasi agama secara instan.

Banyak pengguna menggunakan potongan ceramah tersebut sebagai jawaban cepat untuk persoalan fikih, adab, atau motivasi keagamaan. Sebagaimana ditemukan Ibad (2025), pengguna TikTok dalam dakwah digital sering memanfaatkan konten agama dalam format ringkas sebagai strategi memperoleh manfaat praktis dalam waktu singkat (Ibad, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa tindakan pengguna didasarkan pada rasionalitas kalkulatif: bagaimana memperoleh pemahaman agama dengan usaha paling minimal. Tindakan rasional instrumental juga tampak pada penggunaan fitur “Simpan”, “Putar Nanti”, atau playlist di YouTube, yang memungkinkan pengguna menyusun materi pengajian sesuai kebutuhan spesifik. Pengguna menggunakan kanal dakwah Gus Baha sebagai “perpustakaan digital” yang dapat diakses kapan pun dan diputarkan ulang sesuai kebutuhan akademik, ibadah, atau refleksi personal.

Tindakan Rasional Berorientasi Nilai

Tipe kedua adalah tindakan yang dilandasi komitmen pada nilai moral, etika, atau religius tertentu, bukan semata efisiensi (Weber, 2019). Banyak pengguna menonton ceramah Gus Baha karena mereka meyakini bahwa mendengarkan ulama adalah bentuk ibadah dan kewajiban menuntut ilmu agama. Ceramah Gus Baha dipandang sebagai bagian dari tradisi

keilmuan pesantren yang memiliki nilai-nilai spiritual dan intelektual tinggi.

Seperti dikemukakan Nisa (2018), banyak pengguna media sosial mengikuti dakwah digital sebagai bentuk komitmen religius, bukan sekadar kebutuhan informasi. Gaya penyampaian Gus Baha yang moderat, sistematis, dan penuh rujukan kitab klasik memperkuat persepsi bahwa kontennya bernilai dan layak ditonton dari perspektif moral. Dengan demikian, pengguna menonton ceramah bukan karena mereka ingin informasi cepat, melainkan karena mereka menghayati bahwa belajar agama adalah tujuan penting bagi kehidupan spiritual mereka.

Tindakan Afektif

Tindakan afektif adalah tindakan yang digerakkan oleh emos. Dalam konteks dakwah digital, tindakan afektif sangat dominan. Banyak pengguna menonton ceramah Gus Baha karena merasa tenang, terhibur, dan tersentuh oleh gaya ceramah beliau yang sederhana, humoris, dan penuh kasih sayang. Komentar-komentar seperti *“ngaji sambil ketawa, tapi nangis juga”*, *“masyaAllah adem dengarnya”*, atau *“kalau sedang overthinking, cukup dengarkan Gus Baha”* adalah bukti kuat tindakan afektif. Seperti dipaparkan Slama (2018), era media sosial menekankan afeksi sebagai sarana keterhubungan religius, sehingga banyak pengguna yang mendekatkan diri pada ulama karena resonansi emosional dibanding struktur formal ilmu.

Tindakan afektif inilah yang mendorong viralitas dakwah Gus Baha. Semakin emosional sebuah potongan ceramah misalnya tentang kesabaran, kehilangan, atau cinta orang tua semakin besar kemungkinan ia disebarakan oleh pengguna lain karena beresonansi secara emosional.

Tindakan Tradisional

Tindakan tradisional merupakan tindakan berdasarkan kebiasaan atau warisan budaya. Banyak pengguna yang berasal dari latar belakang pesantren atau keluarga religius sudah terbiasa menghadiri pengajian sejak kecil (Weber, 2019). Ketika dakwah berpindah ke platform digital, tradisi tersebut tidak hilang, melainkan dimediasi ulang melalui platform YouTube dan TikTok.

Barendregt (2018) menunjukkan bahwa digitalisasi tidak menghapus tradisi keagamaan, tetapi justru memberinya ruang baru untuk berkembang. Banyak santri, alumni pesantren, atau masyarakat Jawa Timur dan Jawa Tengah basis penyimak Gus Baha menjadikan YouTube sebagai lanjutan tradisi ngaji kitab yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka. Menggunakan ponsel untuk mendengarkan ceramah dianggap setara dengan mengikuti pengajian di masjid atau pondok.

Keempat pola tindakan sosial Weber ini tidak berdiri sendiri. Dalam kenyataan empiris, pengguna sering menggabungkan beberapa motif sekaligus. Seseorang dapat mengikuti pengajian Gus Baha karena ingin mencari jawaban (rasional instrumental), tetapi juga merasakan ketenangan emosional (afektif) dan memaknai kegiatan tersebut sebagai ibadah (rasional nilai). Ruang keagamaan digital memungkinkan tindakan yang multidimensional, tidak kaku, dan dinamis mengikuti pengalaman pengguna.

Persepsi pengguna TikTok dan YouTube terhadap konten dakwah Gus Baha

Persepsi pengguna terhadap dakwah Gus Baha dibentuk oleh kombinasi faktor psikologis, kultural, dan structural termasuk algoritma media sosial. Tiga elemen utama yang membentuk persepsi pengguna meliputi: (1) persepsi otoritas keilmuan, (2) persepsi emosional dan spiritual, dan (3) persepsi relevansi sosial. Dalam konteks ini, Weber menjelaskan bahwa masyarakat modern hidup dalam proses “rasionalisasi”, yaitu ketika kehidupan sosial diatur oleh logika efisiensi, prediktabilitas, dan sistem teknis (Weber, 2019). Proses rasionalisasi digital dapat dilihat melalui algoritma, format video, dan aksesibilitas yang membentuk cara pengguna mengonsumsi dakwah.

Persepsi Otoritas Keilmuan

Gus Baha dipersepsikan sebagai ulama berwibawa karena beberapa alasan seperti beliau memiliki sanad keilmuan pesantren yang kuat kemudian penjelasannya mengacu pada kitab klasik (turats) dan gaya penyampaian yang sederhana tetapi mendalam. Afifah (2020) menunjukkan bahwa pengguna YouTube menganggap Gus Baha sebagai rujukan ilmiah yang sangat kredibel karena konsistensi beliau mengutip kitab dan menjaga adab ilmiah dalam ceramahnya. Di tengah banjir informasi agama yang bercampur hoaks, sosok ulama yang otoritatif memberi rasa aman epistemologis bagi pengguna.

Persepsi Emosional dan Spiritual

Banyak pengguna merasakan ketenangan spiritual ketika mendengarkan Gus Baha. Hal ini berkaitan dengan suara yang lembut, humor yang ringan, kisah-kisah inspiratif dari beliau sendiri kemudian pembawaan yang kalem dan merendah. Hutchings (2017) menyebutkan bahwa ruang digital dapat berfungsi sebagai “ruang afektif keagamaan”, tempat pengguna mengolah perasaan dan menemukan ketenangan spiritual melalui konten religius. TikTok dan YouTube, melalui algoritmanya, sering menampilkan konten yang secara emosional sesuai dengan kebutuhan psikologis pengguna misalnya ketika mereka sedang stres, sedih, atau membutuhkan motivasi religius.

Persepsi Relevansi Sosial

Pengguna menilai bahwa ceramah Gus Baha sangat relevan dengan masalah kehidupan sehari-hari: keluarga, pendidikan anak, pekerjaan, pergaulan, dan etika sosial. Format potongan video yang tersebar di TikTok memudahkan penyampaian pesan yang cocok dengan situasi spesifik. Lim (2012) menunjukkan bahwa media digital memungkinkan dakwah menjadi lebih kontekstual dan responsif terhadap isu sosial, karena pengguna dapat memilih potongan yang paling relevan bagi mereka.

Rasionalisasi Digital: Algoritma, Format Video, dan Aksesibilitas

Algoritma, algoritma TikTok dan YouTube memengaruhi konten yang dilihat pengguna berdasarkan durasi tontonan, history pencarian, dan interaksi (likes, komentar, share). Menurut Sunstein (2017), algoritma menciptakan *filter bubble* yang membuat pengguna hanya melihat konten yang selaras dengan preferensi mereka. Dalam konteks dakwah, algoritma memperkuat persepsi bahwa konten Gus Baha adalah rujukan utama, karena semakin sering ditonton, semakin sering pula algoritma menampilkannya. Algoritma menciptakan “keberagamaan yang dipersonalisasi pengguna membangun kurikulum dakwahnya sendiri tanpa sadar. Format Video, format video memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi: TikTok (video pendek) menciptakan kesan cepat, langsung, dan emosional, cocok untuk konsumsi harian, memperkuat daya viral dan daya sebar.

YouTube (video panjang), memberi konteks lengkap, memperkuat persepsi ilmiah dan otoritatif, cocok untuk pendalaman ilmu. Widodo (2020) menyatakan bahwa keberagamaan digital terbagi menjadi dua: *snackable religiosity* (agama yang dikonsumsi cepat) dan *deep religiosity* (pengajian panjang yang serius). Fenomena Gus Baha mencakup keduanya. Aksesibilitas, digitalisasi memungkinkan, belajar agama kapan pun dan di mana pun, pengulangan materi, akses tanpa batas ruang. Sunarwoto (2020) menyebut fenomena ini sebagai “demokratisasi otoritas keagamaan” di mana pembelajaran agama tidak lagi terikat ruang fisik.

Perkembangan teknologi digital memberikan perubahan signifikan pada cara masyarakat berinteraksi dengan ajaran agama. Ruang keagamaan yang sebelumnya terbatas pada masjid, pesantren, atau majelis taklim kini bergeser ke platform digital seperti TikTok dan YouTube. Ruang baru ini disebut sebagai ruang keagamaan digital, yakni ruang virtual tempat berlangsungnya aktivitas konsumsi, penyebaran, interpretasi, dan praktik keagamaan melalui media digital. Dalam konteks Indonesia, konten pengajian yang disampaikan oleh KH. Bahauddin Nursalim atau Gus Baha menjadi salah satu yang paling banyak diakses. Gaya penyampaian yang lugas, humoris, dan sarat referensi klasik membuatnya mudah diterima

oleh beragam kalangan, terutama generasi muda. Untuk memahami bagaimana pengguna TikTok dan YouTube bertindak serta membentuk persepsi terhadap konten pengajian Gus Baha, teori tindakan sosial Max Weber menjadi kerangka analisis yang relevan. Weber menekankan bahwa tindakan sosial adalah tindakan individu yang memiliki makna subjektif dan berorientasi terhadap orang lain.

Ruang Keagamaan Digital dan Rasionalisasi Nilai

Jika dilihat melalui seluruh kategori tindakan Weber, ruang keagamaan digital membentuk pola tindakan keagamaan baru yang lebih fleksibel (bisa diakses kapan saja), lebih personal (konten sesuai kebutuhan pribadi), dan diatur algoritma (platform menyesuaikan konten religius berdasarkan interaksi pengguna). Perubahan ini menunjukkan adanya proses rasionalisasi nilai, yaitu pergeseran cara memahami agama dari ruang fisik ke ruang digital yang lebih efisien, terstruktur, dan terpersonalisasi. Sejalan dengan tesis Weber bahwa modernitas membawa perubahan pada pola tindakan manusia, dakwah digital menggeser praktik keagamaan menjadi lebih rasional, namun tetap berlandaskan nilai spiritual.

Gus Baha memiliki karakteristik dalam menyampaikan dakwah yaitu dengan menerapkan gaya komunikasi yang sederhana namun efektif dalam ceramahnya di YouTube, dengan menyelipkan humor dan bahasa ringan yang menciptakan suasana yang cair dan menyenangkan. Penggunaan gaya bahasa seperti ironi dan retorika lainnya mendalamkan pesan secara persuasif. Gaya komunikasinya yang monologis dipadu dengan pendekatan persuasif berbasis kredibilitas dan logika memudahkan audiens untuk menerima pesan dakwah. Melalui platform YouTube, Gus Baha berhasil menjangkau audiens luas dan memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan kehidupan spiritual mereka. Persuasi memiliki arti sebagai bujukan halus, himbauan, dan rayuan. Persuasi merupakan bentuk pendekatan komunikasi di mana pesan-pesan yang disampaikan diharapkan mampu mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku pihak penerima atau komunikan. Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif memiliki maksud untuk selalu berfokus pada aspek psikologis mad'u dengan tujuan membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan mengimplementasikan ajaran Islam (Maulizia, 2020). Dari pengalaman Gus Baha menunjukkan bahwa gaya komunikasi memegang peranan penting dan memberikan manfaat, karena dapat meningkatkan kelancaran proses komunikasi dan membentuk hubungan yang harmonis. Komunikasi dakwah adalah bentuk retorika yang dilakukan oleh seorang da'i untuk menyampaikan pesan-pesan bernilai agama, baik secara verbal maupun nonverbal, kepada jamaah dengan tujuan untuk mencapai kebaikan di dunia dan di akhirat (Bambang Maarif, 2010).

Jika dikaitkan dengan teori komunikasi gaya komunikasi dakwah merujuk pada metode dan cara penyampaian pesan agama yang dilakukan oleh pendakwah kepada audiensnya. Dalam konteks ini, analisis terhadap gaya komunikasi dakwah Gus Baha menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan-pesan agama disampaikan secara efektif dan diterima dengan baik oleh audiens. Persuasi memiliki arti sebagai bujukan halus, himbauan, dan rayuan. Persuasi merupakan bentuk pendekatan komunikasi di mana pesan-pesan yang disampaikan diharapkan mampu mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku pihak penerima atau komunikan. Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif memiliki maksud untuk selalu berfokus pada aspek psikologis mad'u dengan tujuan membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan mengimplementasikan ajaran Islam (Maulizia, 2020).

Tema-tema Utama Dakwah Gus Baha

Tafsir dan Hikmah Kehidupan

Banyak ceramah Gus Baha mengambil materi dari tafsir al-Qur'an dan kitab klasik (mis. Al-Hikam), lalu dihubungkan dengan problem keseharian sehingga bergerak dari teks ke aplikasinya. Gus Baha' juga menambahkan bahwasanya dalam keadaan susah sekalipun seperti pandemi yang terjadi saat ini, sudah selayaknya umat manusia tetap menjaga rasa syukur, meksi dihipit oleh problem ekonomi dan problem sosial. Rasa syukur ini kemudian akan memunculkan harapan pada belas kasih Allah akan masalah yang terjadi sehingga seseorang dapat terhindar dari keputus-asaan.

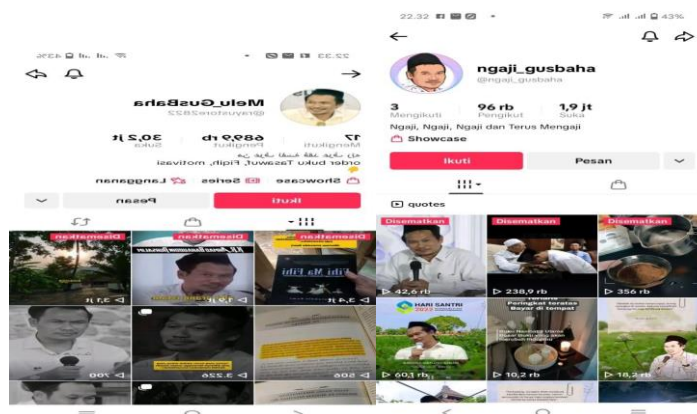
Fiqh Kontemporer yang Relevan

Pembahasan hukum praktis (fiqh kontemporer) yang dirumuskan dengan bahasa sederhana sehingga mudah diaplikasikan oleh umat awam. Hasil Istinbat Fikih Kontemporer Gus Baha di Platfrom Media Sosial Youtube. Istinbat merupakan sebuah proses penarikan atau deduksi hukum dalam Islam dari sumber-sumber syariatnya. Dalam Islam, sumber-sumber utama hukum adalah Al-Qur'an dan Sunnah (ajaran dan perilaku Nabi Muhammad). Istinbat ini adalah bagian penting dari ilmu fiqh yang terdiri dari aspek pemahaman dan penerapan hukum-hukum Islam dalam kehidupan sehari-hari melalui berbagai metode ijtihad. hukum Islam (fikih) terkait masalah-masalah aktual (kontemporer) sehari-hari dan metode ijtihad yang dilakukan oleh Gus Baha di berbagai kanal media sosial Youtube. Salah satunya yaitu transaksi Jual Beli Online yang dimana fenomena jual beli daring telah menjadi kegiatan umum di masyarakat modern, terutama dengan kemajuan teknologi informasi dalam era industri 4.0. Hal ini menciptakan perubahan signifikan dalam praktik jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, menuju platform digital. Persoalan ini menimbulkan pertanyaan terkait kedudukan hukum Islam dalam konteks fikih muamalah. Dalam ceramahnya, Gus Baha tidak

memberikan fatwa yang spesifik mengenai hukum jual beli daring. Namun, melalui tayangan "*Gus Baha Fikih Lucu-Bab Ulama Ridhohu, Hukum Jual Beli Online*" di kanal YouTube Sirah Ulama, Gus Baha menganalogikan transaksi jual beli online dengan konsep jual beli di warung. (Sirah Ulama, 2020) Ia menyatakan bahwa prinsip saling ridho atau kesepakatan antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) sudah cukup untuk mengesahkan transaksi ini (Fahrunnisa, 2023).

Daya Tarik Konten Gus Baha

Gaya bahasa sederhana & narasi anekdot pada penggunaan bahasa sehari-hari, anekdot lokal, dan analogi membuat pesan teologis terasa “dekat” dan mudah dicerna. Studi- studi retorika menunjukkan strategi ini sebagai kekuatan utama (Amar, 2025). Humor ringan dan nada santun humor yang tidak ofensif dan nada suara yang tenang menciptakan suasana belajar yang nyaman sehingga penonton merasa terhibur sekaligus terdidik.



Gambar 1. Kumpulan Short Video Tiktok Gus Baha

Foto tersebut menampilkan antarmuka TikTok pada halaman profil sebuah akun yang secara khusus membagikan konten bertema keagamaan. Di bagian atas tampak foto profil seorang penceramah laki-laki beserta nama akun, username, jumlah pengikut, total suka, dan jumlah unggahan. Data ini menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki jangkauan audiens yang cukup besar dan menjadi salah satu sumber rujukan dakwah di platform tersebut. Pada keterangan profil, tercantum sejumlah tag yang menggambarkan fokus konten, seperti kajian agama, dakwah, dan motivasi. TikTok juga menyediakan fitur pengelompokan konten seperti series. Bagian utama foto memperlihatkan deretan video pendek yang berisi potongan ceramah seorang penceramah. Beberapa video menampilkan teks sorotan berwarna mencolok untuk menekankan gagasan atau kutipan penting. Durasi video yang singkat mencerminkan karakter khas konten dakwah di TikTok, yaitu ringkas, cepat, dan mudah dibagikan sesuai pola konsumsi pengguna dan cara kerja algoritma platform. Secara umum, foto ini menunjukkan

bagaimana TikTok dimanfaatkan sebagai media dakwah digital, di mana ceramah dikemas ulang dalam bentuk klip singkat yang lebih adaptif terhadap budaya konsumsi informasi di media sosial. Akun semacam ini menggambarkan perubahan praktik keberagamaan di ruang digital, yang kini lebih terbuka, mudah diakses, dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, tampilan visual pada video menunjukkan upaya untuk mengemas ulang materi keagamaan agar lebih mudah diterima oleh pengguna media sosial, terutama generasi muda yang terbiasa dengan format audiovisual yang ringkas dan menarik. Penyertaan cuplikan kitab, momen lucu, atau kalimat yang sedang menjadi perhatian publik juga menunjukkan bagaimana konten dakwah disesuaikan dengan dinamika budaya digital. Durasi video yang singkat mencerminkan karakteristik konsumsi konten TikTok yang cepat, ringkas, dan mudah dibagikan melalui algoritma rekomendasi, sehingga menjadikan dakwah lebih accessible untuk audiens yang memiliki waktu terbatas. Penggunaan cuplikan ceramah yang menonjolkan humor, hikmah, atau penjelasan singkat menunjukkan strategi adaptasi dakwah terhadap budaya digital yang menuntut kecepatan dan kesederhanaan. Foto ini sekaligus menggambarkan transformasi otoritas keagamaan di era digital, di mana hubungan antara penceramah dan audiens tidak lagi sepenuhnya hierarkis, tetapi menjadi lebih dialogis melalui fitur komentar, likes, dan praktik berbagi konten. Dengan demikian, tampilan ini menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai ruang baru bagi penyebaran dan rekonstruksi makna keagamaan, menghadirkan model dakwah yang lebih fleksibel, interaktif, dan mampu menjangkau masyarakat secara luas melalui mekanisme algoritma dan pola konsumsi media sosial kontemporer.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah digital telah mengubah cara masyarakat mengakses, memahami, dan mempraktikkan agama. Dengan menggunakan teori tindakan sosial dan konsep rasionalisasi dari Max Weber, studi ini memetakan pola perilaku serta persepsi pengguna terhadap konten pengajian KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi pengguna terbagi ke dalam empat tipe tindakan sosial. Pertama, tindakan rasional instrumental, yaitu pemanfaatan video pendek TikTok dan fitur playlist YouTube sebagai sarana belajar agama yang cepat dan efisien. Kedua, tindakan rasional berorientasi nilai, yang didorong oleh komitmen spiritual untuk memperdalam keimanan dan menjalankan kewajiban menuntut ilmu. Ketiga, tindakan afektif, berupa keterlibatan emosional terhadap gaya penyampaian Gus Baha yang humoris, sederhana, dan menenangkan. Keempat, tindakan tradisional, yang merefleksikan kelanjutan tradisi ngaji

pesantren dalam format digital. Keempat pola ini bersifat multidimensional dan saling terintegrasi dalam pengalaman keberagamaan pengguna. Persepsi pengguna terhadap Gus Baha umumnya positif dan ditopang oleh tiga aspek utama: otoritas keilmuan berbasis sanad dan rujukan kitab klasik, kedekatan emosional-spiritual, serta relevansi sosial ceramah dengan kehidupan sehari-hari. Proses rasionalisasi digital turut membentuk persepsi tersebut melalui algoritma yang menciptakan kurikulum religius personal, diferensiasi format video yang menghasilkan “religiositas cepat” dan “religiositas mendalam”, serta aksesibilitas yang mendemokratisasi pembelajaran agama. Secara keseluruhan, ruang keagamaan digital tidak hanya menjadi media penyebaran ilmu, tetapi juga arena transformasi otoritas, makna, dan praktik keberagamaan di era modern.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, F. U. (2020). *Penafsiran Gus Baha pada channel YouTube* (Tesis). UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id>
- Barendregt, B. (2018). Dakwah melalui media baru dan pembentukan Muslim populer. *Antropologi Indonesia*, 39(2), 157–175. <https://doi.org/10.7454/ai.v39i2>
- Fahrunnisa, I. (2023). YouTube sebagai media dakwah kreatif (Analisis wacana kritis Ngaji Online Gus Baha'). *AFADA: Journal of Islamic Communication*, 1(1), 1–27. <https://ejournal.uin-suka.ac.id>
- Faoziya, Z. A. N., Rifa'i, A., & Maulana, R. I. (2023). Penyebaran dakwah Gus Baha' melalui media sosial pada lingkungan mahasiswa UIN Salatiga. *KOMUNIDA*, 174–192. <https://doi.org/10.35905/komunida>
- Fathiha, A. R. (2022). Analisis tindakan sosial Max Weber terhadap tradisi Siraman Sedudo. *ALMAARIEF*, 68–76. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v4i2.2898>
- Gilang, M. (2024). *Analisis gaya komunikasi dakwah K.H. Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) di kanal YouTube Pengajian Gus Baha dengan pendekatan persuasif dan logis* (Skripsi). UIN Raden Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id>
- Herdianto, D. (2022). Rasionalisasi agama di era media sosial. *Jurnal Sosioteknologi*. <https://doi.org/10.5614/sostek>
- Hutchings, T. (2017). Digital religion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 75–89. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12190>
- Ibad, M. N. (2025). Strategi literasi dakwah digital di era TikTok. *Jurnal Ilmu Dakwah*. <https://journal.walisongo.ac.id>
- Islam, A. F., & Cahyani, D. A. (2022). Socio-stylistics of Gus Baha's sermons. *JEELL (Journal of English Education, Linguistics and Literature)*, 9(1), 30–47. <https://doi.org/10.32682/jeell.v9i1>

- Ismail, F. (2020). Traditional piety in digital space. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*. <https://doi.org/10.18326/ijims>
- Jahar, A. S. (n.d.). Mediatisasi dan hipermediasi dalam agama digital: Transformasi praktik keagamaan Muslim di era digital. *SOS16*. <https://journal.uinjkt.ac.id>
- Khasanah, A. (2024). *Wacana toleransi beragama dalam dakwah Gus Baha (Analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk di channel YouTube Santri Gayeng)*.
- Lim, M. (2012). Muslim politics and the internet in Indonesia. *Indonesia*, 93, 53–70. <https://doi.org/10.5728/indonesia.93.0053>
- Malik Panigoro, A. N. (n.d.). Islam digital dan negosiasi otoritas keagamaan. *Alhamra: Jurnal Studi Islam*, 6(1). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id>
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the transformation of Islamic preaching in Indonesia. *International Communication Gazette*, 80(3), 211–232. <https://doi.org/10.1177/1748048518758302>
- Nurhamidin, B., Mokodenseho, S., Mokodompit, H., Bahansubu, A., & Rumondor, P. (n.d.). Transformasi otoritas keagamaan di era digital: Analisis sosiologis terhadap pergeseran pola otoritas ulama di media sosial. *Journal of Educational and Religious Perspectives*, 1(1), 39–48. <https://journaljerp.com>
- Rachman, A., Saumantri, T., & Hidayatulloh, T. (2025). Transformation of religious authority in the digital era: A post-normal times analysis by Ziauddin Sardar on the phenomenon of social media da'wah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 45(1), 107–122. <https://doi.org/10.21580/jid.v45.1.25644>
- Rachman, F. (2021). Emotional framing in digital da'wah. *Jurnal Komunikasi Islam*. <https://journal.uinsby.ac.id>
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2019). *Teori sosiologi klasik*. Pustaka Pelajar.
- Saputra, E., & Fadhli, F. (2020). Media baru, fragmentasi, dan kontestasi otoritas keagamaan di Aceh: Dari ulama lokal ke ustaz. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 18(2). <https://doi.org/10.31291/jlk.v18i2>
- Sica, A. (2004). *Max Weber: A comprehensive bibliography*. University of Wisconsin Press.
- Slama, M. (2018). Islamic practice in the digital age. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 1–14. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>
- Sunarwoto. (2020). Cyber Islamic environment: Konfigurasi dan otoritas keagamaan di ruang digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 221–240. <https://doi.org/10.15642/jki.2020>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400884711>
- Turhamun, T., Basit, A., & Riswan, Y. (2023). Gus Baha's online preaching culture in Islam and media ethnography perspectives. *IBDA': Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 21(2), 329–348. <https://doi.org/10.24090/ibda.v21i2>

- Wali, M. W. A.-K., & Yusfriadi. (n.d.). Transformasi dakwah di era digital: Peran media sosial sebagai platform syiar Islam. *At-Tawassul*, 3(2), 169–177. <https://journal.ar-raniry.ac.id>
- Weber, M. (2019). *Economy and society*. University of California Press. <https://doi.org/10.4159/9780674240827>