

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemajuan teknologi sebagai bagian dari fenomena globalisasi yang telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan dakwah. Saat ini, teknologi yang terus berkembang memungkinkan manusia melakukan beragam aktivitas secara lebih efisien. Dakwah sendiri merupakan suatu bentuk komunikasi, di mana pendakwah bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan keagamaan, baik secara langsung maupun melalui berbagai media. Tujuannya adalah untuk memengaruhi atau membentuk perilaku audiens atau komunikan. Menurut Hovland, proses komunikasi ini dapat dijelaskan dengan pendekatan yang sederhana.²

Dakwah juga dapat diartikan sebagai aktivitas yang secara langsung berperan dalam membentuk persepsi umat tentang nilai – nilai kehidupan.³ Selain itu, dakwah juga sebagai bentuk upaya mengajak kebaikan melalui berbagai cara, seperti lisan, tulisan, perilaku, dan sebagainya serta tanpa adanya unsur paksaan. Dakwah seharusnya memberikan optimisme dan menawarkan solusi hidup, terutama jika dilakukan dengan pendekatan hikmah. Dalam hal ini, Al-Qatahni menafsirkan hikmah secara teoritis sebagai *mauidhoh hasanah*

² Ali Nurdin et. al, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013). hlm.18

³ Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2009). hlm. 2

(nasihat yang baik) dan secara praktis sebagai *mujadalah ahsan* (diskusi yang terbaik).⁴

Dalam menjalankan aktivitas dakwah secara efektif, diperlukan perencanaan yang matang dan terarah. Strategi dakwah adalah serangkaian rencana atau keputusan strategis yang di rancang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Dalam konteks dakwah, strategi memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung keberhasilan pergerakan dakwah.⁵ Penggunaan strategi yang tepat dalam memanfaatkan media digital menjadi faktor utama dalam keberhasilan di era 4.0. teknologi seperti podcast, siaran langsung, blog, dan berbagai platform digital lainnya memberikan peluang untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *audiens* yang lebih luas, bahkan hingga ke seluruh dunia. Namun, tanpa perencanaan yang baik, pesan dakwah berisiko mengalami distorsi atau tidak tersampaikan dengan efektif.

Seiring dengan perkembangan zaman, dakwah perlu mentransformasikan berbagai unsur yang terkandung di dalamnya ke dalam model yang relevan dengan konteks kejadian pada masa tertentu. Dakwah harus mampu beradaptasi dengan fenomena yang terjadi, tetapi tetap menjaga isi dan esensi dakwah agar tidak terpengaruh oleh aturan atau kaidah yang bertentangan dengan syariat Islam. Strategi dakwah saat ini harus dapat berkolaborasi dengan media, sehingga metode dakwah yang diterapkan sejak

⁴ Nurul L Mauliddiyah, *Transformasi Teknologi Komunikasi Dakwah Pesantren Sunan Drajat Lamongan Menuju Era Industri.*, (2021), hlm. 6.

⁵ Arifai Ilyas. *Buku Ajar Manajemen Strategi*, (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 83

zaman Rasulullah Saw tetap dapat diterapkan secara efektif dalam situasi saat ini.⁶

Perkembangan teknologi di era globalisasi telah mengalami kemajuan yang sangat cepat. Kehadiran berbagai media masa, baik cetak maupun elektronik seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet menjadi alat komunikasi modern yang terus berkembang dan meluas di tengah masyarakat. Media ini memungkinkan informasi, berita, maupun pesan dakwah untuk lebih mudah diterima oleh masyarakat dalam waktu yang relatif singkat, sehingga mencerminkan dampak signifikan dari kemajuan teknologi di era globalisasi.⁷ Internet merupakan sarana yang lengkap dan efisien. Beragam informasi dapat diakses dengan mudah, cepat, dan semakin meluas. Sebagai alat komunikasi, internet memungkinkan interaksi dengan orang lain secara *Online*, didukung oleh kemajuan aplikasi yang semakin canggih. Fasilitas internet ini dapat berfungsi sebagai *mailing list* atau media komunikasi langsung yang praktis dan efektif.

Berbagai ayat dalam Al-Qur'an membahas tentang kemajuan teknologi, salah satunya dapat ditemukan dalam beberapa surah berikut:

قُلْ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ يَوْمَ تَغْنِي الْآيَاتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَا يُؤْمِنُونَ

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Perhatikanlah apa saja yang ada di langit dan di bumi!” Tidaklah berguna tanda-tanda (kebesaran

⁶ Achmad Riduan, et. al., "Strategi Dakwah Digital Berbasis Pesantren Dimasa Pandemi (Studi Kasus Channel Youtube Ponpes Darul Muttaqien Parung & Channel Youtube Ponpes Awwaliyah Al-Asiyah Cibinong)", *Inspiratif Pendidikan*, vol.11, no.1 (2022), hlm.54–63.

⁷ Anton, Fathurohman Widodo, "Dakwah Islam Di Era Revolusi Industri 4.0", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol.1, no.1 (2019), hlm. 50–65.

*Allah) dan peringatan-peringatan itu (untuk menghindarkan azab Allah) dari kaum yang tidak beriman. (QS. Yunus [10]: 101).*⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah mensyariatkan untuk memperlihatkan berbagai fenomena menarik langit dan bumi, karena semuanya merupakan tanda-tanda kebesaran ciptaan-Nya. Dengan merenungi hal-hal ini, seseorang dapat memperkuat keimanannya kepada Allah. Namun, bagi orang-orang kafir, tanda-tanda tersebut tidak akan memberikan manfaat atau pengaruh keimanan mereka.

Pada era revolusi industri 4.0, kehadiran internet telah membuka peluang besar bagi transformasi dalam metode dakwah. Internet menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern, karena memungkinkan terbentuknya berbagai media dan teknologi yang mendukung komunikasi, kolaborasi, serta interaksi daring antar individu dalam masyarakat. Salah satu bentuk teknologi digital yang berkembang pesat saat ini adalah media sosial. Media sosial adalah sarana komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berinteraksi, dan berpartisipasi secara mudah tanpa batasan ruang dan waktu. Seiring dengan kemajuan zaman, berbagai platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter, Line, Path, dan Facebook telah menjadi favorit di kalangan generasi muda saat ini. Media sosial dipandang sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah secara luas dan mudah di akses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun.

⁸ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/10?from=101&to=101> diakses pada 11 April 2025

Kini telah memasuki era baru, yaitu *society 5.0*, di mana manusia diharapkan dapat menjadi penggerak serta pengguna inovasi dan kreativitas yang berkembang di era industri 4.0.⁹ konsep ini menempatkan manusia menjadi pusat pengembangan teknologi digital dan bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kemajuan teknologi dan kesejahteraan manusia. Salah satu karakteristik utama era *society 5.0* adalah pemanfaatan teknologi untuk membangun masyarakat yang berorientasi pada masyarakat. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data diterapkan guna menyelesaikan beragam permasalahan sosial.¹⁰ Dengan hal ini, maka masyarakat bisa mengakses materi keagamaan kapan saja dan di mana saja, teknologi AI dapat menyajikan materi dakwah yang sesuai dengan preferensi individu, penggunaan platform digital memungkinkan interaksi dua arah antara dai dan mad'u serta penggunaan sosial media, blog dan video streaming memperluas jangkauan dakwah.

Pada perkembangan dakwah, Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang mempunyai peran penting dalam mengembangkan aktivitas dakwah.¹¹ Sebagai salah satu lembaga pendidikan, pesantren saat ini telah mendapat pengakuan *mu'addah* atau kesetaraan Tingkat pendidikan oleh Pemerintah. Pada tanggal 26 November tahun 2002, Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam mengeluarkan surat edaran nomor:

⁹ Sandy Aulia Rahman, Husin Husin, "*Strategi Pondok Pesantren Dalam Menghadapi Era Society 5.0*", *Jurnal Basicedu*, vol.6, no.2 (2022), hlm. 1829–36.

¹⁰ Vera Maria, et. al., "*Mengamati Perkembangan Teknologi Dan Bisnis Digital Dalam Transisi Menuju Era Industri 5 . 0*", *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, vol.2, no.3 (2024), hlm. 175–87.

Dj.II/PPOI.I/AZ/9/02 mengenai Pedoman Pelaksanaan Pemberian Status Kesetaraan Pendidikan Pesantren dengan Madrasah Aliyah. Kemudian terbit Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional, dan kemudian Pondok Pesantren secara resmi berhasil menjadi sub sistem lembaga pendidikan nasional.¹²

Berdasarkan latar belakang keislaman untuk mencetak kader-kader ulama, pondok pesantren menjadi salah satu strategi dakwah yang didirikan oleh Walisongo pada masanya. Sejarah mencatat bahwa pondok pesantren pertama kali didirikan oleh Syekh Maulana Malik Ibrahim di daerah Gresik. Namun, dalam pengembangannya, Raden Rahmat lebih berhasil mencetak tokoh – tokoh ulama terkemuka.¹³

Dakwah dan pesantren merupakan dua hal yang saling berkaitan erat. Pesantren menjadi wadah untuk mengembangkan dakwah melalui berbagai inovasi dalam sistem pendidikan yang diterapkannya.¹⁴ Seiring dengan dinamika kehidupan masyarakat saat ini, banyak pesantren yang mengadopsi beragam strategi dakwah, terutama dalam memanfaatkan media dakwah, tanpa mengurangi nilai dan etika yang menjadi ciri khas pesantren secara umum.

Pondok Pesantren Hidayatul Muhtadi-Ien atau lebih dikenal dengan Pondok Ngunut yang berada di Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu

¹² Ara Hidayat , Eko Wahib, “Kebijakan Pesantren Mu’adalah Dan Implementasi Kurikulum Di Madrasah Aliyah Salafiyah Pondok Tremas Pacitan”, *Jurnal Pendidikan Islam*, vol.3, no.1, (2014), hlm.184.

¹³ Dewi Evi Anita, "Walisongo: Mengislamkan Tanah Jawa Suatu Kajian Pustaka", *Jurnal Studi Islam dan Sosial*, vol.1, no.2 (2014), hlm. 261.

¹⁴ F Firmansyah, S Hidayat, "Strategi Dakwah Pesantren Dalam Masyarakat (Analisis Pelaksanaan Pendidikan Islam Di Luar Lingkungan Pondok Pesantren Islam Darusy Syahadah Simo Tahun 2016/2017)", (PhD Thesis Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2017), hlm.2.

pesantren yang mengembangkan strategi dakwahnya dengan berinovasi mendirikan berbagai media dakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra dakwah atau masyarakat dalam menghadapi era *socienaty* 5.0. Hal ini sejalan dengan metode dakwah yang dijelaskan oleh Ali Aziz¹⁵, salah satu pendekatan dakwah yang penting adalah berfokus pada mitra dakwah. Dengan demikian, dakwah bukan hanya sekedar menyampaikan pesan tetapi juga harus memperhatikan kondisi dan kebutuhan mitra dakwah. Pondok Pesantren ini memanfaatkan digitalisasi pesantren dengan menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya. Pembentukan tim media Pondok Ngunut resmi di *Launching* sebagai bentuk khidmah santri terhadap masyayikh.¹⁶ Dengan adanya pembentukan tim media Pondok Ngunut diharapkan mampu bekerja secara maksimal dalam membuat konten-konten dakwah pesantren yang dilakukan melalui dakwah media sosial.

Ada berbagai macam media sosial yang digunakan dalam berdakwah secara luas dan mudah seperti Instagram, Facebook, Youtube, Blog, Twitter, dan lain sebagainya. Salah satu media yang digunakan oleh Pondok Ngunut adalah Youtube. Youtube merupakan media sosial yang mempermudah pengguna dalam mencari informasi. Platform ini memiliki fitur-fitur yang berfokus pada aplikasi video. Selain itu, Youtube menyediakan berbagai konten video yang

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana Pradana Media,2017), hlm. 298.

¹⁶ Madchan Jazuli, *NU Online*, <https://jatim.nu.or.id/kediri-raya/media-pondok-ngunut-tulungagung-siapberkhidmah-lewat-konten-bUcEk>, Diakses pada 7 Januari 2025.

memungkinkan pengguna untuk mengunggah, mengunduh, dan membagikan video ke berbagai jejaring sosial.¹⁷

Didukung oleh perkembangan teknologi internet, kemajuan Youtube telah menjadikan video semakin populer karena dapat diakses dan disebarluaskan dengan mudah dan cepat oleh pengguna seluruh dunia. Youtube memungkinkan pengguna mengunggah video mereka secara gratis, membuka peluang bagi individu untuk memperoleh penghasilan dan menjadi terkenal di dunia maya. Selain itu, platform ini juga mendukung kemunculan video *Online* dengan konten yang lebih spesifik, termasuk dakwah.¹⁸ Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien memiliki kesempatan dalam penggunaan media tersebut. Channel Youtube Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien bernama Pondok Ngunut yang memiliki 9,28 ribu *Subscriber* yang bertujuan untuk saluran penyambung silaturahmi para santri, alumni, dan dzuriah keluarga besar Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien Ngunut Tulungagung (Pondok Ngunut) melalui kiriman dokumentasi kegiatan pondok baik dalam ranah formal maupun informal. Melalui Channel *Youtube*, pesantren menyajikan berbagai konten keislaman seperti ceramah agama, kajian kitab, dan dokumentasi kegiatan pesantren.

Youtube tidak hanya berfungsi sebagai sarana dalam berdakwah, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan nilai-nilai pesantren kepada masyarakat luas. Dengan audiens yang semakin terhubung secara digital,

¹⁷ Sofa Rahmadayani, “Strategi Dakwah Di Era Digital : Studi Kasus Podcast Ustadz Adi Hidayat Melalui Siaran Youtube”, 2014, vol.1. hlm. 5.

¹⁸ Anis Marti, et. al, “Peran Video Dakwah di Youtube dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital”, *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol.5, no.2, (2023), hlm.15.

strategi memungkinkan pesantren untuk melanjutkan misi dakwahnya sekaligus memperluas jangkauan pengaruhnya. Namun, pemanfaatan media digital seperti Youtube menghadirkan tantangan tersendiri seperti persaingan konten, perubahan algoritma platform, dan kebutuhan untuk terus berinovasi dalam pembuatan konten. Selain itu, ada tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien melalui chanel Youtube @Pondok Ngunut. Fokus kajian meliputi strategi dakwah digital pada channel Youtube @Pondok Ngunut dan faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah pada channel Youtube @Pondok Ngunut Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pesantren lain yang ingin mengembangkan dakwah digital di era *Society 5.0*.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti strategi dakwah Pondok Pesantren Ngunut melalui chanel Youtube kemudian dirangkai menjadi sebuah skripsi dengan judul **“Strategi Dakwah Digital Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien Di Era *Society 5.0*: Studi Kasus Channel Youtube @Pondok Ngunut”**.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Supaya penelitian ini terarah dan sistematis, maka perlu adanya pembatasan masalah. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah hanya seputar strategi dakwah digital pondok pesantren Hidayatul Mubtadi-ien di era

Society 5.0 melalui channel Youtube @Pondok Ngunut. Maka, penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah digital yang diterapkan oleh channel Youtube @Pondok Ngunut?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah pada channel Youtube @Pndok Ngunut tentang dakwah digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan strategi dakwah digital yang diterapkan oleh channel Youtube @Pondok Ngunut.
2. Untuk memaparkan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung selama proses dakwah digital pada channel Youtube @Pondok Ngunut.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis. Kedua manfaat tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi para pengguna media sosial, khususnya platform Youtube, dengan

menunjukkan potensi media tersebut sebagai sarana baru dalam menyampaikan ajaran Islam.

- b. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi atau pijakan bagi studi – studi sejenis di masa yang akan datang.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang memperkaya pengetahuan, serta menjadi dasar dalam memperluas wawasan, khususnya dalam bidang strategi dakwah digital melalui sosial media.

2. Manfaat praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini meliputi:

- a. Memberikan gambaran dan memperluas pengetahuan masyarakat umum tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana baru dalam menyebarkan dakwah Islam.
- b. Menjadi sumber rujukan bagi para pendakwah dan ulama dalam mengembangkan metode dan media penyiaran dakwah Islam melalui platform digital.

E. Penegasan Istilah

1. Strategi dakwah digital

Strategi dakwah dapat dipahami sebagai suatu bentuk perencanaan yang mencakup rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri. Menurut Al-Bayanuni, strategi dakwah merupakan sebuah proses yang melibatkan perencanaan, perumusan, dan penetapan langkah-langkah yang disusun secara sistematis guna menyampaikan ajaran

Islam, dengan menyiapkan metode serta sistem pelaksanaan dakwah yang tepat.¹⁹ Perumusan strategi dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi objektif dari sasaran dakwah. Terdapat dua aspek penting yang perlu diperhatikan dalam merancang strategi dakwah, yaitu: *pertama*, Strategi dakwah masih berupa rencana kegiatan, termasuk metode dan pemanfaatan sumber daya, belum sampai tahap pelaksanaan. *Kedua*, strategi sebagai proses perencanaan untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga tujuan dakwah harus ditentukan terlebih dahulu sebelum menyusun strategi.²⁰

Dakwah digital merupakan bentuk adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi modern. Pemanfaatannya tidak lagi terbatas oleh ruang, waktu, maupun kondisi tertentu, melainkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam dakwah digital, muncul fenomena berupa perubahan besar yang dikenal sebagai disrupsi digital. Disrupsi ini mendorong lahirnya berbagai model baru yang lebih inovatif, termasuk dalam hal strategi dan pendekatan yang digunakan. Dampaknya tidak hanya terbatas pada sektor bisnis, tetapi juga meluas ke ranah sosial, kemasyarakatan, hingga aktivitas keagamaan, termasuk dalam cara menyampaikan dakwah.²¹ Oleh karena itu, para penceramah dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi informasi sebagai saran penyampaian dakwah, terlebih di era saat ini di mana isu – isu seputar teknologi menjadi

¹⁹ Muhammad Abu Al Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), hlm.45.

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Pradana Media,2017), hlm.349-350.

²¹ Rini Dewi Andriani, "*Strategi Pemimpin Dalam Digital Leadership Di Era Disrupsi Digital Rini Dewi Andriani Mahasiswa Program Doktor Mpi Fitk Uin Su Medan, Jurnal Pendidikan Dan Konseling*", vol.11, no.1 (2021), hlm. 58–72.

perhatian utama masyarakat. Selain itu, dakwah digital menawarkan berbagai keunggulan yang relevan dengan kebutuhan dan situasi kekinian.

Kehadiran dakwah digital dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman kepada para dai agar lebih aktif dalam memanfaatkan media daring dalam kegiatan dakwah.. Sementara itu, dakwah digital mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, untuk mencapai efektivitas dalam dakwah digital, para dai perlu dibekali dengan kemampuan dan pemahaman teknologi yang memadai.²²

Dalam merancang strategi dakwah digital, seorang dai perlu memperhatikan beberapa aspek penting. Salah satunya adalah membangun kredibilitas, yang didukung oleh penampilan menarik untuk meningkatkan daya tarik terhadap mad'u. Selain itu, dukungan dari lembaga dakwah atau menjalin kolaborasi dengan pihak lain juga penting guna mencapai tujuan dakwah secara lebih efektif.

2. Pondok Pesantren Era *Society 5.0*

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang berfungsi sebagai tempat pembelajaran dan pelestarian ajaran Islam. Di dalamnya, para santri dididik dan dibimbing oleh seorang Kyai agar memperoleh pengetahuan agama yang dapat dijadikan bekal dalam kehidupan di dunia maupun akhirat. Secara umum, pesantren adalah bentuk

²² Zahrotus Sai'dah, et. al, "*Pelatihan Dakwah Digital Bagi Para Dai Muda Di Komunitas Jamuspa Yogyakarta*", *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol.2, no.1 (2022), hlm. 37–45.

pendidikan Islam tradisional berbasis asrama, di mana para santri tinggal bersama dalam satu lingkungan dan menjalani proses pembelajaran agama secara intensif.²³ Biasanya, lingkungan pesantren dilengkapi dengan fasilitas seperti tempat tinggal Kyai, asrama santri, masjid untuk kegiatan ibadah, serta ruang belajar dan sarana pendukung kegiatan keagamaan lainnya.

Era *Society* 5.0 adalah konsep masyarakat modern yang mengintegrasikan kecanggihan teknologi seperti artificial intelligence (AI), big data, dan Internet of Things (IoT) ke dalam kehidupan sehari-hari, namun tetap berpusat pada manusia (human-centered *society*). Pondok pesantren di era *Society* 5.0 adalah lembaga pendidikan Islam tradisional yang tidak hanya berfokus pada pembinaan keagamaan dan akhlak, tetapi juga bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi modern.²⁴

Dalam era ini, pondok pesantren mulai mengintegrasikan teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan kecerdasan buatan, sebagai bagian dari sistem pembelajaran dan dakwah. Tujuannya adalah mencetak generasi santri yang tidak hanya memiliki pemahaman agama yang kuat, tetapi juga mampu beradaptasi, berinovasi, dan berkontribusi secara aktif di tengah masyarakat digital yang berbasis teknologi canggih namun tetap berpusat pada nilai-nilai kemanusiaan.²⁵ Dalam penelitian ini, era *Society* 5.0

²³ Zamakhsyari Dzofier, *Tradisi Pesantren*, (Jakarta: LP3S Anggota Ikapi, 2015), hlm. 79

²⁴ Imam Fahrurrozi, Zainal Aris Masruchi, "Manajemen Pondok Pesantren Di Era 5 . 0 : Mengoptimalkan Pendidikan Berbasis Teknologi Dan Inklusi", *Alhikam Journal of Multidisciplinary Islamic Education* vol.5, no.2 (2024), hlm. 182–93.

²⁵ Rahman, Husin, "Strategi Pondok Pesantren Dalam Menghadapi Era *Society* 5.0". *Jurnal Basicedu*, vol.6, no.2, (2022), hlm. 1833.

menjadi latar sosial di mana dakwah digital melalui YouTube berlangsung dan berkembang.

3. Youtube

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan internet sebagai saran utama dalam berkomunikasi bagi masyarakat modern. Kini, masyarakat secara luas dapat dengan mudah mengakses internet dan berinteraksi melalui berbagai platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, serta situs-situs lainnya.²⁶ Youtube adalah salah satu platform digital berbasis daring yang menyediakan layanan untuk menonton dan membagikan video secara gratis. Beragam konten tersedia di dalamnya, mulai dari serial film hingga video dokumenter yang disajikan secara kreatif dan menarik guna menunjang aktivitas sehari – hari. Platform ini memiliki ciri khas tersendiri yang membuat pengguna merasa nyaman dan cenderung menghabiskan waktu lebih lama dalam mengaksesnya.

Youtube dan dakwah memiliki kesamaan dalam hal target dakwah, sehingga keduanya juga memiliki kebutuhan yang serupa. Youtube memerlukan jumlah penonton yang tinggi, baik secara kualitas dan kuantitas, karena semakin banyak pengguna yang mengakses platform ini maka semakin besar pula dampak positifnya. Penonton yang loyal

²⁶Yuni Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital", *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, vol.5, no.4 (2021), hlm. 1006–13.

umumnya didapat melalui konten video yang konsisten dan menarik.²⁷ Hal ini, membuka peluang bagi aktivitas dakwah untuk memanfaatkan platform tersebut secara kreatif. Membangun sistem media alternatif melalui Youtube tidak hanya sebagai pilihan strategis dalam menjangkau generasi muda, tetapi juga berpotensi menggantikan ketergantungan mereka terhadap informasi dari media sebagai arus utama.

Pada era saat ini serba mengandalkan teknologi, penggunaan Youtube sudah menjadi hal yang umum dan sangat populer. Platform ini telah digunakan hampir oleh semua kalangan masyarakat, baik untuk mencari informasi maupun sebagai sarana dakwah. Salah satu contoh konkret pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah adalah channel Youtube @Pondok Ngunut, yang menampilkan beragam konten keagamaan seperti kajian ilmiah, ceramah, dokumentasi kegiatan pesantren, serta dakwah berbasis visual yang disesuaikan dengan tuntutan dakwah di era saat ini. Melalui platform ini, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan secara dinamis, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi masyarakat modern.

²⁷ Rebecca Lewis, *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*, hlm.15.