

DAKWAH ISLAM DI ERA MILLENIAL (Studi Pengajian Gus Iqdam Pada Majelis Ta'lim Sabilut Taubah)

Muhammad Fikri 'Ainun Najib

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia; fikrinajib13@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Dakwah;
Millenial;
Gus Iqdam

Article history:

Received 2023-07-22
Revised 2023-10-13
Accepted 2023-12-18

ABSTRACT

Da'wah is the duty of all people. Now da'wah millennial is no longer hindered by space and time, because it can be conveyed and received wherever it is. Technology also influences da'wah activities, one of which is da'wah through social media. One of the media that has developed very rapidly and is favored by mad'u is YouTube, so it is interesting for researchers to conduct a da'wah research using social media. Choosing the da'wah carried out by Gus Iqdam is a research, because he is currently very popular with many people, especially young people. His relaxed and easy-to-understand style, which is synonymous with the Javanese language, made his congregation grow. Of course, this cannot be separated from the social media they have. One that is used is YouTube media with the Gus Iqdam Official channel. By utilizing the YouTube media so that anyone and anywhere mad'u can follow his studies.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Muhammad Fikri 'Ainun Najib

Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia; fikrinajib13@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di era milenial ini, mengajar agama Islam tidak lagi menjadi otoritas seorang ulama. Di mana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara orang bisa belajar agama Islam. Masyarakat sekarang ini tidak hanya mengandalkan ulama sebagai sumber satu-satunya untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Masyarakat bisa memanfaatkan *hand phone* bahkan, internet sebagai media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekalipun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan.

Berbeda dengan era agraris, peran ulama dan tokoh agama begitu kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka ditiru, didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat rela berkorban dan mau datang ke tempat pengajian yang jaraknya jauh sekalipun, hanya karena cinta mereka kepada para ulama dan ingin mendapatkan *taushiyah* yang dapat dijadikan pedoman dalam menja-lani kehidupan yang baik dan benar (Basit, 2013).

Pergeseran yang luar biasa tersebut tidak bisa dihindari dan diputar ulang seperti era agraris. Ulama dan pemerintah sekalipun tidak bisa merubah kekuatan tersebut. Modernisasi, menurut Giddens merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa dito-lak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan waktu dan ruang yang mesti dilalui oleh semua manusia (Giddens, 1990).

Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para *da'i*. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi.

Cepatnya arus informasi dan teknologi di dunia menghasilkan berbagai dinamika perkembangan keilmuan, tak terkecuali dakwah dan komunikasi Islam. Munculnya teori, konsep, dan term baru dalam keilmuan dakwah merupakan indikator serta upaya keilmuan dakwah dalam menjawab tantangan perkembangan zaman yang semakin kompleks. Namun, perkembangan keilmuan ternyata tidak selalu berbanding lurus dengan arah perbaikan dan eskalasi nilai akhlak masyarakat (Khilman, 2019).

Banyak para *da'i* yang saat ini telah *melek* media, sehingga sangat mudah kita dapatkan pesan-pesan dakwahnya di media sosial, seperti salah satunya Gus Iqdam penggasuh Majelis Ta'lim Sabilu Taubah yang kajiannya sangat digemari khususnya kalangan muda. Gus Iqdam memiliki *chanel Youtube* sendiri yang bernama Gus Iqdam Official dan kajian-kajinnya juga sering tayang di *Instagram* dan *Tik Tok*.

Tulisan ini bertitik tolak dari hasil pengamatan yang penulis lakukan terhadap berbagai aktivitas dakwah yang ada di masyarakat dan sekaligus berdasarkan pada pengalaman yang penulis lakukan dalam berdakwah. Hasil pengamatan dan pengalaman tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori-teori dakwah dan komunikasi.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi atau disebut juga *Content Analysis* yang bersifat kualitatif. Metode tersebut adalah mengkaji pesan-pesan dalam media yang akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang kecenderungan isi, tema, dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti dan merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Dalam hal ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi. Metode kualitatif deskriptif merupakan analisis isi yang menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis atau eksperimental. Mereka menyebut metode yang deskriptif sebagai penelitian survai atau penelitian observasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah ciri abad ini adalah meluasnya penggunaan media massa. dan tren ini di masa mendatang akan terus memperlihatkan akselerasinya yang susah untuk diikuti jejaknya. Sekarang ini, dengan bantuan teknologi komunikasi yang serba mutakhir, sebuah pesan dapat mencapai miliaran manusia sekaligus di mana pun mereka berada (Encep, 2010).

Perkembangan teknologi yang serba canggih ini adalah sebuah peluang besar para kader dan juru dakwah untuk terus memikirkan cara berdakwah. Tiada lain sebuah ijtihad dalam mencari peluang-peluang pesan dakwah yang bisa disalurkan ke berbagai media. Seperti yang sudah terlihat dilakukan oleh para penggiat bisnis dengan terus melakukan inovasi produknya ke berbagai media yang bisa menjangkau luas masyarakat konsumennya.

Ikhtiar ini sudah pernah dilakukan oleh Al-Ghazali ketika waktu itu beliau memikirkan cara berdakwah dalam majelis ilmu. Dan sudah seperti itu pula hendaknya para dai memikirkan kemungkinan dakwah melalui media massa. selain itu, Al-Ghazali juga pernah merenungkan pengaruh buku-buku filsafat Yunani pada pemikiran Islam, sedalam itu pula hendaknya para dai masa kini merenungkan pengaruh infiltrasi kebudayaan melalui media massa (Jalaludin, 1997).

Betapa hebatnya media mengubah tatanan kehidupan masyarakat dengan mudah dan cepat. Tidak sedikit masyarakat yang tadinya tidak *melek* sekarang menjadi *melek* terhadap informasi yang begitu banjir di belantara media. Melihat peluang seperti itu, dakwah pun sangat bisa dilakukan di

berbagai media massa. Namun para pembuat pesannya inilah yang harus berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terus berakselerasi memenuhi kebutuhan manusia (Encep, 2010).

Kini, masyarakat tidak hanya melek terhadap pentingnya dan signifikannya media terhadap diri dan lingkungannya. Lebih dari itu, masyarakat kini tengah gandrung dengan internet. Tak ubahnya seperti sebuah mainan, internet sudah dianggap mainan yang mengasyikan masyarakat. Di mana internet menjadi telah menjadi teman pengganti di waktu-waktu senggangnya.

3.1 Paradigma Dakwah era Milenial

Dinamisasi kehidupan modern yang semakin tinggi dan sangat kompetitif telah banyak mempengaruhi umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan dan bahkan metematis. Keadaan yang demikian ini di samping membawa manfaat berupa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin memudahkan aktifitas manusia, juga telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan mudahnya hubungan sosial. Implikasi tersebut berlangsung demikian lama, sehingga dewasa ini telah melahirkan berbagai kenyataan sosial yang cukup bertentangan dengan cita-cita (Istina Rahmawati).

Untuk mengatasi dinamisasi kehidupan yang semakin kompleks tersebut maka dibutuhkan Paradigma baru dalam mengusung dakwah Islam yang mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat dewasa ini. Di sinilah institusi dakwah secara keteraturan dituntut untuk dapat melakukan usaha-usaha dakwah secara sistematis dan profesional melalui langkah strategis, sebagaimana yang sudah diterangkan dalam firman Allah, "Dan katakanlah, Bekerjalah kamu maka Allah.

3.2 Da'i dan Teknologi Informasi

Untuk mendukung adanya perubahan dalam berdakwah, para *da'i* perlu terus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan dalam melakukan dakwah. *Da'i* tidak merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar (*long life education*). Apalagi pada era milenial seperti sekarang, kemampuan *da'i* dalam mengoperasikan internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar. Dengan teknologida'i bisa menulis dan menyimpan gagasan-gagasan yang akan disampaikan kepada masyarakat (Basit, 2013).

Pada era milenial, ilmu yang berkembang bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang selama ini menjadi pegangan *da'i* sebagai sumber utama perlu diperkuat dengan keilmuan lainnya agar apa yang disampaikan ke masyarakat menjadi kokoh dan dapat dioperasionalkan di lapangan. Ilmu agama Islam dapat diperkuat dengan menggunakan kajian ilmu psikologi, sosiologi, sejarah dan sebagainya.

3.3 Konvergensi Media Dakwah

Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Di ranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan seleranya.

Konvergensi media memberikan kesempatan baru dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh informasi, baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya. Salah satu bentuk kebermanfaatan dari munculnya era konvergensi media ini adalah jurnalisme online. Fenomena jurnalisme online yang dimanfaatkan oleh media massa dalam menyajikan materi informasinya dalam bentuk on line sekarang ini, merupakan contoh menarik. Di mana, khalayak selaku pengakses media alias pembaca, tinggal meng-click informasi yang diinginkan di internet, dalam waktu sekejap ribuan informasi yang dicari pun akan mudah didapatkan (Encep, 2010).

3.4 Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Diantara media baru yang berkembang sekarang adalah media soasial yang dipahami sebagai sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya) antar penggunanya. Beberapa istilah yang ada dalam media sosial antara lain adalah *Social Network*, SNS dan *Communication Network*. Secara garis besar media sosial dan jaringan sosial menggunakan sistem yang sama yaitu media daring yang terhubung dengan internet. Pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang yang saling terhubung satu sama lain tanpa dibatasi dengan batas geografis, ruang, bahkan waktu dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi sesuatu, berpendapat, menjalin pertemanan, bahkan pada beberapa kasus untuk mencari belahan hatinya. Dari sekian definisi yang ada, Rulli Nasrullah (2016) menyimpulkan, bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Di antara contoh media sosial yang banyak digunakan sekarang ini adalah *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, dan *WhatsApp* (WA). Perkembangan media sosial yang tidak dapat dibendung ini memunculkan kekhawatiran sekaligus harapan untuk lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka. Kekhawatiran muncul karena sikap pesimistis lantaran melihat dampak negatif media yang begitu nyata. Di antara dampaknya adalah dapat menggeser dan menggantikan sendi-sendi kehidupan manusia yang sudah berlangsung lama dan dipegang teguh secara turun temurun. Karena media banyak memproduksi dan menyebarluaskan secara massif gaya hidup baru dan budaya-budaya yang boleh jadi bertentangan dan akan merusak sistem nilai dan tradisi yang ada di masyarakat. Bahkan bisa saja media membawa ideologi baru yang dapat melemahkan dan mengalahkan sistem keyakinan dan kepercayaan yang diajarkan oleh agama. Apalagi bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang agamis, karena selalu menjadikan agama sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan etika sosial dalam kehidupannya. Maka dengan terjangan media yang terbuka dikhawatirkan dapat menjauhkan masyarakat dari nilai-nilai spiritual agama. Artinya, media dapat menjadi “agama baru” yang menggeser otoritas agama yang sudah hidup lama di masyarakat. Mereka lebih banyak mengkonsumsi informasi yang tersaji dalam internet daripada merujuk sumber-sumber teks keagamaan yang berasal dari kitab suci. Moch. Fakhruroji (2017) menyebutkan, bahwa karakteristik masyarakat jejaring (media) yang tidak berpusat pada satu subjek atau agen tertentu pada dasarnya berpotensi mengancam status agen-agen yang memiliki otoritas agama, seperti kitab suci yang bersumber dari wahyu, para nabi dan ulama, serta yurisprudensi hukum agama yang berlaku di Masyarakat.

3.5 Channnel YouTube Gus Iqdam

YouTube sangat bermanfaat bagi para dai yang memanfaatkan disesuaikan dengan masing-masing kebutuhan dari para informan. ada yang menggunakannya untuk keperluan video mereka, baik dari segi pencarian tools editing, referensi ide dan tutorial setelah itu menggunakannya kembali untuk memposting hasil karyanya.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin menuju puncaknya. Terutama seperti media *YouTube* yang menjadi salah satu media sosial yang digunakan sebagai alat berbagi video dengan berbagai konten di dalamnya. Berbagai bentuk media muncul dan berkembang dengan istilah *new media* hal ini sangat berpengaruh pada pengguna media tersebut, *YouTube* saat ini semakin menjadi fenomena tersendiri bagi berbagai kalangan masyarakat terutama pada kalangan anak muda, apalagi dengan hak akses yang didapatkan secara gratis dan mudah.

YouTube adalah sebuah situs web yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, berbagi video, dan menampilkan berbagai macam konten video, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. *YouTube* berdiri pada tahun 2005, yang dibuat oleh tiga orang mantan karyawan *Paypal*. Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna *YouTube* dari Indonesia menempati posisi ketiga terbanyak didunia, jumlahnya mencapai 127 juta pengguna dengan pangsa pasar sebesar 21,42% per April 2022. Sementara posisi pertama ditempati oleh india dengan jumlah pengguna sebesar 2,56

miliar. *YouTube* merupakan media sosial paling populer dengan pengguna mencapai 88%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya menonton video dari *YouTube* (<https://dataindonesia.id>).

Saat ini *YouTube* menjadi media teknologi digital yang cukup populer sebagai sarana kegiatan dakwah. Berdakwah menggunakan *YouTube* sudah banyak digunakan oleh para da'i, dalam memulai dakwah, biasanya para da'i sudah memiliki ciri khasnya masing-masing agar video yang ditayangkan bisa menarik perhatian para pendengar. Dengan demikian, pendakwah di era modern dalam pelaksanaannya harus menyesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan. Juru dakwah sebaiknya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas dalam menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era milenial, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat yang dihadapi seperti menggunakan salah satu media yang populer yakni *YouTube*.

Penggunaan *YouTube* sebagai media dakwah merupakan bentuk integrasi antara Islam dengan teknologi informasi. Konsep dakwah yang modern juga menjadi kebangkitan umat Islam di bidang teknologi, sebagai bentuk usaha bagi umat muslim yang dianggap mengalami ketertinggalan terhadap perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Selain itu jika kegiatan dakwah berhasil dengan menggunakan teknologi modern, maka seluruh dunia akan mengetahui tentang ajaran Islam yang sesungguhnya.

Gus Iqdam adalah seorang da'i yang terkenal dengan strategi dakwahnya yakni menggunakan humor dalam setiap dakwahnya yang kebanyakan bertemakan kejadian sehari-hari yang dialami masyarakat, terlebih kalangan kaum muda. Tak jarang juga pula beliau membawakan humor sarkas bahkan humor cerdas dengan penggunaan kalimat-kalimat akademik tergantung dengan mad'u yang dihadiri. Selain itu banyak kata yang melekat pada Gus Iqdam yang akhirnya banyak yang menggunakan kalimat tersebut, seperti *Dekengan Pusat* yang melekat sekali di setiap ceramah beliau.

Salah satu media yang memiliki andil besar dalam penyebaran dakwah beliau yakni channel youtube beliau yang bernama Gus Iqdam Official yang saat ini telah mencapai 969 ribu *subscriber*. Channel youtube ini dinantikan kehadirannya oleh mad'u yang ingin datang langsung di Pondok Pesantren Mambaul Hikam II yang terletak di Desa Karaggayam, Srengat, Blitar. Namun karena penuhnya jamaah yang datang menyulitkan jamaah yang lain yang ingin lebih jelas mendengarkan kajiannya. Banyak jamaah juga yang ingin hadir namun terhalang oleh jarak dan waktu, sehingga channel youtube beliau sangat dinantikan kehadirannya. Terpantau di setiap kajian beliau di youtube selalu mencapai puluhan ribu penonton dari dalam negeri maupun manca negara.

Kajian beliau selalu dinantikan setiap hari Selasa dan Kamis, mulai pukul 20.00 hingga 23.00. ada beberapa perbedaan antara ngaji hari Selasa dan Kamis. Selasa pembahasannya lebih santai dan sering dihadiri tokoh masyarakat, artis maupun orang yang berpengaruh di negeri ini. Dan dari segi pakainnya juga gus iqdam memilih lebih santai, baju muslim berwarna warni. Sedangkan di hari Kamis seluruh jamaah memakai busana muslim berwarna Putih. Kajian beliau selalu diawali oleh sholawat yang digaungkan oleh grup sholawat Sabilu Taubah, sehingga jamaah yang hadir secara langsung maupun yang mengikuti melalui youtube juga mengikuti membaca sholawat.

Jika menonton video *YouTube* dari Sabilu Taubah, Gus Iqdam menempatkan teknik komunikasi equalitarian dengan mad'u sehingga mad'u dapat dengan mudah memahami pesan mauizoh yang dikomunikasikan. Teknik ini adalah salah satu dari banyak teknik yang membentuk pendekatan dakwah Gus Iqdam. Memahami bahwa kedua belah pihak memiliki kebutuhan, setara, dan memiliki kepentingan yang sama adalah apa yang dimaksud dengan kesetaraan. Komunikasi interpersonal dianggap efektif jika interaksi media ramah. Semua individu dan pihak yang terhubung menginginkan komunikasi manusia yang baik untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dakwah Gus Iqdam termasuk dalam kategori dakwah kontemporer. Ini adalah dakwah lisan dalam pertemuan taklim yang disebut Sabilu Taubah, ia tidak terlepas dari pesandakwah yang ia sampaikan kitab kuning dan kisah-kisah para ulama, awal menyebutkan masalah dengan ubudiyah,

syariah dan amaliyah. Gus Iqdam salah satu ulama yang dapat dijadikan role model jamaahnya. Cara berbicara dan perilakunya yang baik menjadikan beliau sebagai teladan khususnya bagi kaum milenial saat ini. Sesuatu yang melekat pada sosok Gus Iqdam ini adalah rendah hati dan tidak memilih. Hal ini terbukti di manapun dakwahnya, sasaran mad'u nya yang berlatar belakang berbeda-beda tetapi Gus Iqdam dapat menyesuaikan dirinya. Sebagai keturunan Jawa sekaligus memiliki kultur yang sama, maka tak jarang Gus Iqdam saat berdakwah menggunakan bahasa Jawa krama. Gus Iqdam dikenal karena memasukkan dagelan dan humor dalam dakwahnya, yang menyenangkan para mad'u. Prinsip-prinsip Islam adalah dia memasukkan pesan dakwahnya melalui nyanyian lucu, sehingga mad'u bisa langsung merefleksikan humor yang ia tawarkan. Selain itu ia mengubah ledakan untuk mencerminkan lingkungan setempat. Gus Iqdam mampu mengesankan orang-orang dengan dakwah cara ini. Tak hanya lelucon Gus Iqdam akan tetapi dalam majelis Sabilu Taubah ini juga mengundang biduan cantik untuk bernyanyi dalam penyampaian dakwahnya, meskipun jamaah banyak yang laki-laki dan menimbulkan polemik. Nilai-nilai Islam biasa tidak disajikan secara serius, menurut Gus Iqdam setiap orang masih melakukan penyesuaian dengan cara masyarakat yang ikut kajiannya, nilai Islam dapat dilakukan dengan santai namun tetaplah lugas dan tegas.

Dengan banyaknya jamaah yang mengikuti kajian di Sabilu Taubah, maka makin banyak pula donatur yang mendukung majelis ta'lim ini. Sehingga banyak juga sponsor yang memberikan prodak yang akan dibagikan untuk jama'ah. Yang menarik dalam kajian ini, Gus Iqdam sering mengajak dialog beberapa jam'ah. Terutama yang ingin menanyakan permasalahannya dan ada beberapa jama'ah juga yang di pilih berdasarkan dari daerah terjauh yang datang langsung ke Blitar. Seperti jama'ah yang hadir dari Bandung, NTB, Jakarta dan lain-lainnya, yang khusus hadir untuk mengikuti kajian Gus Iqdam ini. Setelah dipilih biasanya Gus Iqdam memberikan hadiah berupa uang tunai yang didapat dari sumbangan donatur, atau mendapatkan prodak sponson seperti mukena dan juga skin care. Sehingga dengan kajian yang dikemas seperti ini menjadikan jama'ah antusias. Gaya penyampaian yang santai namun mengena pesan dakwahnya dan juga diselingi beberapa sholawat serta hadiah untuk pada jama'ah.

4. KESIMPULAN

Media sosial sebagai sarana dakwah sangat perlu bagi para da'i mengingat perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Melalui media sosial, da'i dapat memuat pesan-pesan dakwah mereka secara cepat dan praktis. Pesan yang disampaikan melalui media sosial ini juga dapat diterima secara luas dan cepat oleh masyarakat.

Gus Iqdam yang memanfaatkan media YouTube lima tahun belakangan ini membuat jama'ahnya semakin banyak. Mereka berawal melihat di media sosial yang dulunya hanya melihat di Youtube akhirnya berkeinginan untuk hadir secara langsung di majelis ta'lim Sabilu Taubah, yang memang didominasi oleh kalangan muda.

Gaya penyampaian yang santai, sederhana dan tidak melupakan nilai budaya jawa membuat makin diminati kajiannya, bahkan banyak juga jama'ah luar jawa yang mengikutinya. Jargon-jargonnya pun terkenal seantero Indonesia dan memiliki strategi dakwah tersendiri dengan memanfaatkan media sosial. Gaya berkomunikasi Gus Iqdam menggunakan gaya kesetaraan (*the equalitarian style*) yang memudahkan mad'u untuk menyampaikan keluhan kesahnya karena Gus Iqdam sendiri merupakan tipe ulama yang *opo anane* atau mudah masuk pada siapapun mad'u yang mengikuti kajiannya.

REFERENSI

- Azmi, Khilman Rofi. Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, January – June 2019, pp. 25 - 58, DOI: 10.22515/balagh.v4i1.1557 ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
- Aziz, M. Ali. 2012, A Roadmap for Rebranding Da'wah, makalah dipresentasikan pada AICIS, Surabaya, 5-8 November.
- Baidhaw, Zakiyudin. 2010, Dinamika Radikalisme dan Konflik Bersentimen Keagamaan di Surakarta, makalah dipresentasikan pada ACIS ke-10, Banjarmasin 1- 4 November.
- Bakti, A. Faisal. 2009, Applied Communication to Dakwah for Peace, makalah dipresentasikan pada Kuliah Umum di Pascasarjana UIN Alauddin Makasar 1 September.
- Basit, Abdul. Dakwah Cerdas di Era milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*. ISBN 2088-6314. Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Bungin, Burhan. 2008, *Sosiologi Komunikasi*, Kencana, Jakarta.
- Effendi, Djohan, Islam di Antara Teks dan konteks, makalah disampaikan dalam (ACIS) ke-10, Banjarmasin, 1-3 Nopember.
- Giddens, Anthony. 1990, *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press, California.
- Istina Rakhmawati. Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*
- Jeffres, Leo W. 1986, *Mass Media Process and Effects*, Waveland Press, Illinois. Mowlana, Hamid. 1996, *Global Communication in Transition the End of Diversity?* Sage Publications, London.
- Poston, Larry. 1992, *Islamic Da'wah in the West*, Oxford University Press, New York. Tasmara, Toto 1997, *Komunikasi Dakwah*, Gaya Media Pratama, Jakarta.

