

## **DISEMINASI DAKWAH GUS BAHA' DAN ANTUSIASME NETIZEN DI MEDIA SOSIAL**

**Musyaffa**

UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

syaffamu8@gmail.com

### **Abstract**

*KH. Muhammad Baha'udin Nursalim, Gus Baha' was named the Da'i of The Year 2020. During the Covid19 pandemic, the pattern and study of his da'wah communication also enlivened social media. How does Gus Baha' convey the message of da'wah on social media so that it attracts mad'u's attention? How does Mad'u respond to Gus Baha's da'wah style through social media? The author revealed the question by analyzing it through a qualitative approach and descriptive method. The author collects several data and fact findings from Instagram, Youtube, and Facebook which officially and authentically package their da'wah. The results of the study show that: First, Gus Baha' in preaching tends to be humorous, full of 'jokes' but full of Islamic scientific treasures. Comprehensive da'wah message with logic and scientific argumentation. He is Hafidz as well as mufassirin, making Gus Baha' more flexible in conveying messages. Second, netizens or mad'u responded to Gus Baha's study with positive comments. Although, some mad'u often repeat the content in order to understand.*

**Keywords:** Da'wah, Social Media, Mad'u, Gus Baha'

### **Abstrak**

*KH. Muhammad Baha'udin Nursalim alias Gus Baha' dinobatkan sebagai Da'i of The Year 2020. Selama pandemi Covid19, pola dan kajian komunikasi dakwahnya turut meramaikan media sosial. Bagaimana Gus Baha' menyampaikan pesan dakwah di media sosial sehingga menarik perhatian mad'u? Bagaimana respon mad'u terhadap gaya dakwah Gus Baha' melalui media sosial? Pertanyaan itu penulis ungkap dengan menganalisis melalui pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Penulis mengumpulkan beberapa temuan data dan fakta dari Instagram, Youtube, dan Facebook yang secara resmi dan otentik mengemas dakwahnya. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa: Pertama, Gus Baha' dalam berdakwah lebih cenderung humoris, penuh dengan 'Guyonan' tapi sarat dengan khasanah keilmuan Islam. Pesan dakwah komprehensif dengan logika dan argumentasi ilmiah. Beliau Hafidz sekaligus mufassirin, membuat Gus Baha' lebih luwes dalam menyampaikan pesan. Kedua, netizen atau mad'u merespon kajian Gus Baha'*

*dengan komentar positif. Meskipun, beberapa mad'u kerap mengulang konten untuk dapat memahami.*

**Kata kunci:** Dakwah, Media Sosial, Mad'u, Gus Baha'

Received: 16-12-2021; Accepted: 04-07-2022; Published: 28-07-2022

## A. Pendahuluan

Penulis mengungkapkan tentang dakwah fenomenal KH. Ahmad Bahauddin Nursalim atau lebih dikenal dengan 'Gus Baha', melalui berbagai *platform* media sosial. Hal ini menjadi menarik perhatian, mengingat kiprahnya berdakwah telah menarik perhatian banyak pihak. Gaya bahasa tersampaikan secara substansial dan kontekstual. Ia selalu membubuhkan logika tafsir dengan dimensi interdisipliner, sehingga relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Gaya khasnya, penampilan sederhana dengan mengenakan baju kemeja putih dan sarung serta gaya berpeci hitam. Gaya seperti ini telah meleburkan gaya da'i pada umumnya, sebagaimana kerap dijumpai di layar kaca. Jika beberapa ulama sebelumnya dikenal mad'u melalui media cetak dan media penyiaran. Gus Baha' muncul dan masif, hingga ia jadi idola banyak mad'u melalui media konvergensi atau media sosial. Fenomena ini muncul sebagai konsekuensi atas atensi perubahan gaya konsumsi media di Indonesia. Dari media arus utama berbasis pada media penyiaran dan media cetak, menuju penggunaan media sosial berbasis internet. Hal ini *linear* dengan meningkatnya pengguna Internet di Indonesia. Kondisi terkini, sekitar 171,17 juta jiwa pengguna Internet dari total populasi 264 juta jiwa di Indonesia pada 2019.<sup>1</sup> Terlebih saat pandemi Covid19, penggunaan Internet mengalami peningkatan, sebagai akibat konsekuensi logis dari pembatasan sosial. Tentu, ini semakin mengakselerasi perubahan sosial terlebih di era Revolusi Industri 4.0.

Jauh sebelum mad'u umumnya memahami dakwah Gus Baha'. Beberapa ulama dan atau da'i telah memberikan penilaian terhadap Gus Baha'. Banyak otoritas keilmuan pada bidang tafsir Qur'an telah mengakui kualitas dan validitas pesan kajian yang disampaikan Gus Baha'. Guru Besar Tafsir al-Quran terkemuka mengakui kefasihannya, seperti: Prof.

---

<sup>1</sup>Nasmay L. Anas, *Jurnalistik Bekal Juru Dakwah* (Bandung: CV. Prestasindo Mediaswara, 2019), hal. 47

Quraish Shihab, Prof. Zaini Dahlan, dan Prof. Shohib. Beberapa penilaian kualitatif muncul, seperti Adi Hidayat menyebut Gus Baha' sebagai 'Manusia Qur'an'. Quraish Shihab menyebutnya, '*mufassir faqih*'. Abdul Somad menyebutnya 'Hafidzul Qur'an, ahli tafsir, dan pemikiran baru'.<sup>2</sup> Gus Baha' merupakan salah satu murid kesayangan KH. Maemoen Zubair (w. 2019), saat ini juga berperan sebagai *Rais Syuriah* Pengurus Besar *Nahdlatul Ulama'* (PBNU). Selain para ulama tersebut di atas, ada juga da'i milenial lainnya, seperti: Ustadz Hanan Attaki (UHA) dan Felix Siaw, serta pemuka lainnya. Keduanya juga berupaya untuk menyiarkan pesan Islam melalui strategi *branding* di media sosial. Melalui media sosial keduanya, banyak netizen yang mayoritas kaum milenial tertarik untuk terus mengikuti kajian dan bahasan Islam.

Terkait dengan penelitian dakwah Gus Baha' di media sosial selama ini, penulis berasumsi, bahwa secara kuantitatif masih sedikit akademisi yang mengulas. Sementara, banyak sudut pandang yang menarik untuk diungkap. Pada 2021, Saifuddin Zuhri Qudsy dan Althaf Husein Muzakky telah mengungkapkan dinamika *ngaji online* pada beberapa *platform* media sosial dengan menitikberatkan pada *hashtag* atau tagar Gus Baha' (*#gusbaha*). Namun, mereka cenderung fokus pada kajian *living qur'an* ala Gus Baha' di Media Sosial, dengan lokus tagar.<sup>3</sup> Menurut penulis, hal ini rentan dengan sulitnya menentukan konten otentik. Sebab, netizen siapa pun dapat menyebarkan kembali (*reposting*) yang cenderung diragukan originalitasnya. Penelitian lainnya, Nur Ahmad El Aufa juga fokus pada kajian tafsir Gus Baha' dan hanya cenderung pada channel *Youtube NU Online*.<sup>4</sup> Penelitiannya juga hanya menghasilkan diskursus kesehatan mental. Terpatir pada dakwah Gus Baha' di *Youtube* ternyata juga diteliti oleh Masrurah. Ada juga Syarifuddin dan Mohd Ali Azis yang baru-baru ini mengupas tentang Da'i NU di *Youtube* dan hanya mendiskusikan konten analisis

---

<sup>2</sup>Imam Jazuli, "Gus Baha': Aset NU yang Patut Dibanggakan". <https://www.tribunnews.com/tribunners/2020/05/11/gus-baha-aset-nu-yang-patut-dibanggakan?page=all>. Diakses: 30 Juni 2021, Pukul. 11:42 Wib

<sup>3</sup>Saifuddin Zuhri Qudsy dan Althaf Husein Muzakky, "Dinamika Ngaji Online dalam Tagar Gus Baha'", *Poros Onim*, Volume 2, Nomor 1, Juni 2021, hlm. 1 – 19

<sup>4</sup>Nur Ahmad El Aufa, "Analisis Wacana Absolutisme Tauhid pada Kajian Gus Baha' di Kanal *Youtube NU Online*", *AT-THARIQ: Jurnal Studi Islam dan Budaya P3M-STAI Sufyan Tsauri Majenang*, Vol. 1, No. 1, Januari 2021, hlm. 1 – 17

moderasi beragama berbasis sejarah.<sup>5</sup> Pada tahun 2020, tim peneliti lain, Evi Fatimatur, Halimatus, dan Masykurotin mengungkapkan fenomena Kiai Milenial yang memanfaatkan dakwah melalui *Youtube*. Kiai milenial pada penelitian itu mengarah pada sosok Gus Baha', Gus Miftah, dan Gus Muwaffiq. Mereka menganalisis dengan teori Bandura, focus terhadap pendidikan sosial, yakni: stimulus, observasi, terbentuk mental kognitif, hingga timbul motivasi dan respon mad'u.<sup>6</sup> Respon mad'u pada penelitian itu hanya mengacu pada ranah pendidikan, dan tidak menggunakan pendekatan aspek komunikasi.

Beberapa penelitian di atas, nyatanya belum ada yang fokus terhadap gerakan dakwah Gus Baha' melalui media sosial secara komprehensif. Penulis menganggap bahwa diseminasi dakwah Islam tidak hanya terpatri pada satu *platform* media sosial, tetapi terjadi pada seluruh matra media sosial. Netizen atau mad'u punya kecenderungan menggunakan seluruh media sosial yang dimilikinya dalam mengakses konten dakwah secara leluasa. Mereka tidak hanya dapat mengakses konten dakwah Gus Baha' melalui *Youtube*, tetapi juga mereka dapat mengakses melalui platform lainnya, seperti: *Instagram*, *Facebook*, atau bahkan *Twitter*. Misal, pada *Instagram* justru lebih menarik perhatian, karena biasanya konten terbatas oleh durasi tayang, dan fokus pada masalah tertentu. Sehingga, aspek efisiensi terakomodasi. Oleh sebab itu, penulis akan membahas fenomena dakwah Gus Baha' melalui beberapa *platform* media sosial, seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*. Oleh sebab itu, penulis merumuskan masalah sebagai berikut; *Bagaimana Gus Baha' menyampaikan pesan dakwah pada tiga jenis media sosial, yakni Youtube, Instagram, dan Facebook ? Bagaimana respon mad'u terhadap gaya dakwah Gus Baha' melalui tiga jenis media sosial populer, yakni Youtube, Instagram, dan Facebook?* Pertanyaan tersebut penulis respon melalui pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif analisis. Penulis mengklasifikasikan atau mengategorikan hal-hal yang berkaitan dengan dakwah Gus Baha' di media sosial melalui akun-akun yang disinyalir resmi dan otentik menyiarkan konten dakwah Gus Baha'. Hal itu menjadi menarik, karena menurut penulis dakwah melalui media sosial merupakan upaya dakwah yang efektif terutama pada saat pandemi Covid19.

---

<sup>5</sup>Syaifuddin dan Mohd Ali Azis, "Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)", *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 15, No. 1, 2021, DOI: 10.24952/hik.v15i1.3248

<sup>6</sup>Evi Fatimatur; Halimatus; Masykurotin: *The Millennial Kiai*, Epistemé, Vol. 15, No. 1, June 2020, hlm. 76 - 97. DOI: 10.21274/epis.2020.15.1.75-97

## B. Gus Baha' dan Dakwahnya di Media Sosial

### 1. Profil Gus Baha'

Gus Baha', demikian sapaan akrab *netizen* atau mad'u pada umumnya. Namanya dikenal luas, melalui konten dakwahnya, membanjiri beranda media sosial *netizen*. Gus Baha', nama lengkapnya, KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (51), ialah pria kelahiran 29 September 1970 di Desa Narukan, Kecamatan Kranggan, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Dilansir dari laman *jatim.nu.or.id*, Gus Baha' merupakan putra KH. Nursalim al-Hafidz dan ibunya bernama Hj. Yuchanidz Nursalim.<sup>7</sup>

Pendidikan Islamnya dimulai sejak ia kecil. Ayahnya ialah seorang Hafidz, yang telah mengajarkan al-Qur'an kepadanya. Hingga, Gus Baha' beranjak remaja. Lantas, ia melanjutkan studi Islamnya dengan K.H. Maimoen Zubair, para *muhibbin* menyebutnya *Mbah Moen*. *Mbah Moen* merupakan ulama karismatik. Selain dikenal sebagai kiai yang tidak hanya piawai pada ranah Islam, tetapi juga piawai pada ranah politik. Ia menjadi gurunya Gus Baha'. Saat Gus Baha' menggali ilmu di Pondok Pesantren Al-Anwar Karangmangu, Rembang, Jawa Tengah. Kedekatan Gus Baha' dengan para kiai di pesantren, juga kualitas diri yang tampak menonjol, sehingga mengonstruksinya sebagai santri teladan. Bahkan, Gus Baha' merupakan santri andalan *Mbah Moen*. Beliau mengkader Gus Baha' untuk meneruskan kiprah dakwah sepeninggalnya. Benar, pasca wafatnya *Mbah Moen* pada Selasa, 6 Agustus 2019 di Mekkah. Gus Baha' mulai masif dikenal publik luas. Tentu, hal tersebut tak terlepas dari peran dan fungsi media sosial.

Ahmad Sadzali dalam buku 'Islam Indonesia 2020', menyebutkan bahwa hadirnya sosok Gus Baha' melalui konten kajian Islam di media sosial, menjadi oase ditengah keringnya ulama otoritatif. Menurutnya, banyak da'i yang cenderung mengejar popularitas semata melalui media sosial atau media konvensional. Namun, hal itu tidak berlaku terhadap Gus Baha'. Gus Baha' hadir dengan gaya dakwah yang segar, luwes, dan penuh dengan khasanah intelektualitas. Ahmad Sadzali juga menyebutkan, Gus Baha ternyata tidak hanya fasih dalam hal *Ulumul Qur'an*, tetapi juga menguasai ilmu lainnya, seperti Fikih, Usul Fikih, Hadis, Sirah, Tasawuf, hingga Filsafat.<sup>8</sup> Gaya bahasa

---

<sup>7</sup>Syaifullah, "Hari Ini Gus Baha Berusia Setengah Abad", <https://jatim.nu.or.id/read/hari-ini--gus-baha-berusia-setengah-abad>. Diakses: 7 November 2021, Pukul. 1:38 Wib

<sup>8</sup>Ahmad Sadzali, *Islam Indonesia 2020*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2020), hlm. 284 – 287

intelektualnya saat berdakwah, juga menegaskan, ia dapat melampaui keilmuan para akademisi. Beberapa kali, ia hadir dan menjadi pembicara utama di berbagai perguruan tinggi terkemuka di tanah Jawa.

Selanjutnya, Gus Baha' mulai mengembangkan kiprahnya pada ranah pendidikan Islam, saat ia berhijrah dari Jawa Tengah ke Yogyakarta, 2003 lalu. Ia bersama istrinya memulai kehidupan di Yogyakarta, dengan tidak meninggalkan amanah keulamaan. Ia masih mengajar terhadap lima santri yang membersamainya hijrah dari pesantren Al-Anwar. Ternyata, kajiannya menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat sekitar. Alhasil, mereka akhirnya mengikuti kajian Islam. Tak terlepas dari itu, ternyata Gus Baha juga berkontribusi pada bidang tafsir al-Qur'an dalam pendidikan tinggi, di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Bahkan, ia satu-satunya orang yang masuk dalam Dewan Tafsir Nasional. Ia menjadi satu-satunya penafsir dari unsur luar kampus. Ia bukan akademisi perguruan tinggi formal dan bahkan tidak mempunyai gelar akademis. Ini merupakan hal unik dan langka di era saat ini. Hal ini juga menegaskan, bahwa Gus Baha' merupakan representasi ulama mumpuni berasal dari produk asli pendidikan pesantren di Indonesia dengan gaya salafiah. Ternyata, masih relevan dan tidak kalah dengan alumni pendidikan formal pada umumnya.

## **2. Media Sosial dan Dakwah Gus Baha'**

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini. Determinasi teknologi mewarnai kehidupan banyak netizen. Netizen, sebutan bagi warga pengguna internet, nyatanya sulit menjauh dari perangkat teknologi komunikasi. Bahkan, kehidupan saat ini, mereka membutuhkan berbagai aplikasi guna memenuhi kebutuhan primer. Salah satunya, aplikasi media sosial menjadi bagian dari kebutuhan primer, dan merupakan gaya hidup banyak orang. Era pandemi, ternyata mengakselerasi mutasi jutaan orang. Secara masih, banyak orang menggunakan media sosial dalam segala aspek kehidupan. Informasi dan berita sebagai kebutuhan pokok di kalangan netizen. Hal itu mudah diperoleh melalui media sosial. Tidak hanya itu, kebutuhan ekonomi, seperti sandang, pangan, dan papan juga dapat termediumisasi melalui media sosial. Secara akseleratif, adanya pembatasan sosial saat pandemi Covid-19, juga memaksa banyak netizen untuk memenuhi kebutuhan religiusitas melalui konten dakwah di media sosial.

Agensi marketing *We Are Social* dan platform manajemen media sosial *Hootsuite* mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah terbuka dalam menggunakan internet. Tercermin dari aktifnya masyarakat dalam menggunakan media sosial pada Januari 2021.<sup>9</sup> Secara kuantitatif, pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Tahun 2019, lebih dari 60 persen penduduk Indonesia menggunakan internet setiap hari.<sup>10</sup> Ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan. Kesempatannya, dakwah Islam perlu tersalurkan melalui media sosial. Selain sebagai upaya peningkatan kualitas keimanan dan keislaman. Hal itu juga menjadi upaya preventif dalam menangkal radikalisme, terorisme, dan kristenisasi. Apalagi, pengurangan jumlah penganut Islam dari masa ke masa patut menjadi perhatian banyak pihak.<sup>11</sup> Hal itu menjadi tantangan, karena netizen punya hak untuk memilih konten apa yang disukai. Sebab itu perlu kemasan yang menarik. Gus Baha' hadir dengan kemasan dakwah menarik dan asyik. Sehingga secara kompetitif, konten dakwah Gus Baha' tetap menjadi pilihan banyak netizen.

Media sosial terpopuler saat ini masih ditempati tiga matra, yakni *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Peran ulama penting untuk dapat mewarnai model baru dakwah di media sosial. Hal lain yang menjadi perhatian, yakni mengenai munculnya da'i fenomenal di media sosial yang tidak sedikit menyebarkan pesan dakwah yang melenceng dari citra Islam *rahmatan lil'alamin*. Meskipun, banyak juga da'i moderat yang mulai masif menggunakan media sosial dalam menyebarkan pesan dakwah. Kondisi pasca tahun politik 2019, nyatanya membuat fragmentasi atau faksi-faksi umat Islam. Polarisasi kelompok dari umat Islam terjadi, dan semakin menganga. Sebab itu, perlu ada figur ulama yang mampu menjadi idola banyak kelompok. Tentu, dengan konten dakwah yang dapat diterima oleh banyak pikiran umat Islam. Saat ini, sosok Gus Baha' yang dinilai mampu menyebarkan pesan dakwah kepada seluruh kelompok mad'u.

---

<sup>9</sup> Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial", lihat: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>. Diakses pada 5 Juni 2022, Pukul. 20:07 Wib

<sup>10</sup> Irso, "Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital", [https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker). Diperbarui pada 05 Juni 2022, Pukul. 20:07 Wib

<sup>11</sup> Nasmay L. Anas, *Jurnalistik Bekal Juru Dakwah.*, hlm. 36

Kajian Islam Gus Baha' di media sosial tampil secara berbeda-beda di setiap platform. Jadi, ada berbagai bentuk atau model dakwah Gus Baha' di *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Uniknya, Gus Baha' mengakui tidak memiliki akun media sosial. Jadi, ada pihak lain yang mengelola kajian dakwah Gus Baha' di media sosial. Para santri atau *muhibbin* Gus Baha' yang selama ini menayangkan berbagai konten dakwahnya. Salah satu yang secara resmi menayangkan konten dakwah media sosial dengan platform *Youtube*, yakni @SANTRI GAYENG. Deskripsi akun ini menjelaskan, bahwa akun tersebut merupakan divisi media di Santri Gayeng Nusantara. Santri *Syaikhuna* Maimoen Zubair. *Pendherek* Gus Taj Yasin Maimoen, putra *Mbah Moen* juga politikus Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang saat ini aktif sebagai Wakil Gubernur Jawa Tengah. Meskipun tidak secara eksplisit menyebut nama Gus Baha' dalam deskripsinya. Menurut penulis, hal itu tetap dapat dikorelasikan dengan Gus Baha', mengingat beliau merupakan bagian penting dari keluarga *Mbah Moen*.

Selain itu, Gus Baha' juga sebagai *role model* dari didikan *Mbah Moen* di Pesantren Sarang, Rembang, Jawa Tengah. Ini merupakan upaya inisiatif dari para santri Gus Baha' yang menjunjung tinggi kemuliaan guru dan menjaga kualitas sanad keilmuan. Saat ini, akun *Youtube*, @SANTRI GAYENG, dirilis pada 26 Desember 2018. Total kontennya telah disaksikan oleh kurang lebih 43 juta mata netizen. Penulis mendapati ada lima konten terpopuler. Seluruhnya menyantumkan kajian dakwah Gus Baha'. Lima konten terpopuler dari akun ini, antara lain: *Pertama*, Gus Baha: Salat Jangan Kelamaan, Bisa Merusak Islam!, ditonton lebih dari satu juta. *Kedua*, Saya Kira Gus Dur Cuma Guyon, Ternyata... *Ketiga*, Pertemuan: Gus Baha dan Habib Umar bin Hafidz. *Keempat*, Diminta Berdoa Supaya Pandemi Hilang, Begini Jawab Gus Baha. *Kelima*, Fenomena Kesalehan, Jidad Hitam Bekas Sujud: Tafsir QS. Al-Ahzab ayat 5-7. Rata-rata ditonton keseluruhannya, sekitar 800 kali. Melalui laman deskripsinya, ternyata konten dakwah Gus Baha juga terintegrasi melalui platform lainnya, seperti *Instagram* dan *Twitter* dan *Facebook* dengan nama akun 'SANTRI GAYENG' melalui alamat akun @gayengco.

Akun *Youtube* lainnya, @Ngaji Ben Aji Official, @Ngaji Kiai, @Santri Kalong, @Kumparan Dakwah, @Santri Kalong Virtual, @Kalam - Kajian Islam juga banyak yang memuat konten dakwah Gus Baha'. Akun @Ngaji Ben Aji Official dalam laman deskripsinya, menyebutkan, bahwa netizen diharapkan dapat menyukai konten yang ada.



Netizen juga diharapkan, mendapat manfaat dari konten yang dimuat. Sejak tayang pada 27 Maret 2014, telah menghimpun 21, 8 juta *views*. Namun, setelah penulis telusuri, akun @Ngaji Ben Aji Official ternyata memuat ulama lain, di antaranya: Ustadz Ahmad Taufiq, S. Sos.I. Akun ini memuat konten Gus Baha' sekitar awal tahun 2021. Adapun konten terpopuler dari akun ini memuat konten dakwah Gus Baha', berjudul: "Gus Baha Alam Kubur". Melalui tayangan dengan judul tersebut, setidaknya telah mengumpulkan lebih dari 1, 2 juta penonton. Selain dari konten tersebut, konten lainnya masih di bawah angka 600 ribu tayang.

Sementara itu, akun *Youtube* lainnya, @Ngaji Kiai, melalui lama deskripsinya, menuliskan, bahwa akun tersebut merupakan media dakwah digital, berusaha secara konsisten membagikan ngaji Gus Baha'. Tidak hanya Gus Baha, tetapi juga membagikan kajian Islam dari alim ulama NU lainnya. Melalui laman resminya, tersebut pula, bahwa kajian Dakwah Gus Baha' terdiseminasikan pula melalui *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Tiktok*. Admin menghimbau untuk siapa saja dapat mengikuti platform apapun. Jika netizen berkeinginan untuk mengikuti konten dakwah di *Instagram*, maka mereka dapat mengunjungi akun @NGAJIKYAI. Selain itu, jika netizen mengikuti akun *Facebook*, maka mereka dapat mengunjungi akun @ngajikyai.id. Sementara itu, jika netizen punya kecenderungan untuk mengikuti kajiannya melalui *Twitter* dapat mengunjungi alamat @ngajikyai. Tak ketinggalan, platform dengan jumlah pemilih terbanyak dunia, *Tiktok* juga memberi ruang dakwah Gus Baha. Netizen cukup mencari akun @ngajikyai di *Tiktok*.

Melalui paparan di atas, telah menguatkan asumsi penulis, bahwa diseminasi dakwah Gus Baha' tidak hanya mengisi ruang virtual di *Youtube*, tetapi juga di platform media sosial populer lainnya, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, bahkan ada yang sudah merambah melalui *Tiktok*. Padahal, jelas, Gus Baha' pernah mengungkapkan, bahwa ia tak memiliki satupun aplikasi media sosial. Media sosial yang mengemas dakwahnya murni dilakukan oleh orang lain atau adiknya. Mereka sebagian memang pengikut atau santri langsung Gus Baha', tetapi ada pula yang sebagian mendaur ulang konten, semata sebagai *muhibbin*. Pengakuan Gus Baha' tentang ketiadaannya memiliki akun media sosial pernah diakuinya pada sesi dialog di saluran tayang virtual melalui *Youtube*. Salah satunya, tayangan Shihab & Shihab di saluran *Youtube* @Najwa bertajuk,

'Lebih Dekat dengan Gus Baha'.<sup>12</sup> Fantastisnya, acara itu telah membubuhkan setidaknya lebih dari tujuh juta *viewers*.

Berikutnya, penulis mengulas tentang deskripsi dakwah Gus Baha yang disalurkan melalui *Instagram*. Saat ini, beberapa akun *Instagram* mengurai dakwah Gus Baha'. *Pertama*, akun @ngajigusbaha telah membukukan setidaknya 1.980 postingan, 668 ribu pengikut. Menariknya, akun ini diikuti oleh akun *Instagram* pribadi milik KH. Ahmad Mustofa Bisri alias Gus Mus dan Ustadz Yusuf Mansur. Seperti diketahui, dua ulama tersebut juga merupakan pegiat media sosial dengan konten Islami. Bahkan, akun tersebut juga diikuti oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir. Mayoritas postingan berbentuk untaian kalimat religi dengan bahasa Indonesia. Selain dalam bentuk untaian kata yang dikemas dengan desain komunikasi visual. Pada akun ini juga menayangkan kajian Islam dalam bentuk audio visual yang kreatif. Tayangan video durasi singkat, hanya menayangkan hasil audio rekaman dengan dibubuhi terjemahan kajian Islam berbahasa Indonesia. Karena, mayoritas rekaman suara kajian Gus Baha' disampaikan dengan bahasa *Jawa*. Realitas penerjemahan ke Bahasa Indonesia merupakan upaya bijak, sehingga kajian Islam dapat menasar pada segmentasi mad'u yang tidak familiar dengan bahasa Jawa. Lagi-lagi, muslim Indonesia di seluruh penjuru tanah air dan bahkan mancanegara dapat dengan mudah mencerna kajian yang tersuguhkan. Selain itu, hal ini juga akomodatif terhadap kaum disabilitas terutama penderita tuna rungu, sehingga dapat mengikuti dan mendalami kajian dengan lebih seksama. Unsur estetik juga dibubuhkan menambah atensi tersendiri. Antara lain; pemilihan huruf pada judul kajian yang menarik, warna yang kontras, serta gambar visual Gus Baha baik dalam bentuk animasi maupun gambar sebenarnya. Tetapi, tayangan dalam bentuk video juga sangat menarik, dan tetap mencantumkan terjemahan atau skrip berbahasa Indonesia. Meskipun, skrip terjemahan tidak semuanya ada di video. Jika diamati, tidak melulu menayangkan kajian *dakwah bil-lisan*. Tetapi juga menayangkan *Dakwah bil-Hal*, misal: para santri yang mencium tangan Gus Baha secara bergantian sebagai bentuk *tabarruk* (mencari keberkahan Allah Swt).

---

<sup>12</sup>Najwa Shihab, "Lebih Dekat dengan Gus Baha", Acara Talkshow 'Shihab & Shihab'. Lihat: <https://www.youtube.com/watch?v=TDspKy-JHNU>. Diakses 27 November 2021, Pukul. 03:16 Wib

Kajian Gus Baha secara resmi dikelola oleh tim medianya, ternyata juga terintegrasi dengan platform media sosial lainnya. Pengikutnya dapat menjelajahi *fanpage Facebook* dengan akun @ngajikyai.id. Namun, saat penulis mengakses *Twitter* yang diharapkan bertautan dengan akun resmi instagram, ternyata akun tersebut tidak tersedia. “Akun ini tidak ada, coba cari yang lain”. Berbeda keadaanya, saat penulis mengakses tautan *Telegram*. Grup *Telegram* Ngaji Kyai Gus Baha telah mengimpun 3, 6 ribu pelanggan. Meskipun, isi materi kajian pada grup tersebut lebih berisi tentang tautan kajian Gus Baha yang telah termuat melalui *Youtube*.

Penulis terus mengamati, dan pada proses perjalanannya, tidak melulu murni kajian tentang ajaran Islam ala Gus Baha’. Ternyata, tersisipkan oleh *admin*, produk-produk yang berkaitan dengan Gus Baha’ dengan nilai ekonomi yang tidak sedikit. Asumsi dasarnya, tim admin memerlukan pendapatan sektor penjualan produk berkaitan dengan Gus Baha’ untuk menjamin sirkulasi keuangan yang sehat. Tentu, sederhananya membutuhkan biaya operasional dari peliputan, editing, hingga penayangan. Setidaknya, memerlukan biaya pembelian paket data internet guna menayangkan segala bentuk kajian ke masyarakat internet. Pengikut hanya cukup membuka tautan *Whatsapp* kategori bisnis, menyuguhkan berbagai bentuk katalog produk ekonomis. Pengikut Gus Baha dapat membeli beberapa produk yang menarik, seperti Qur’an Terjemah Gus Bahs, Promo Qur’an Tulis Lengkap, Kaos Ngaji Kyai, Kitab al-Umma, Kaos Kaum Sarungan, Flashdisk MP3 Ngaji Gus Baha, hingga menjual kitab terjemahan *Sirr al-Asrar*. Setidaknya, lebih dari 300 bentuk produk yang dijual, dari bentuk pakaian kitab, hingga buku dari kalangan ulama dan penulis kondang. Terakhir, dari akun *Instagram @Ngaji Kyai* juga tertaut ke *Youtube @Ngaji Kyai Terjemah*. Realitas ini, mengingatkan penulis dengan teori Ekonomi Politik Media, dimana ada unsur komodifikasi yang mengisyaratkan bahwa konten atau produk sebuah media (dalam hal ini media sosial) syarat akan nilai ekonomis.<sup>13</sup> Hal itu dibutuhkan, tak lain untuk menjamin keberlangsungan eksistensi sebuah media dan awaknya, meskipun dalam hal ini media sosial. Meminjam istilah Murdock dan Golding bahwa teori tersebut menjelaskan tentang sistem ideologi industri media untuk

---

<sup>13</sup>Vincent Mosco. *The Political Economy of Communication*, (Sage Publication: London, 1996), h. 141-245

mengorganisir dan menangani pasar.<sup>14</sup> Dengan dalih agar terciptanya efisiensi, pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan individu.

Dakwah Gus Baha' dalam basis digital, sebenarnya bukan dimulai beberapa tahun ini, atau saat pandemi Covid19. Tetapi, dakwah Gus Baha' yang kental dengan kajian keislaman sebenarnya juga telah lama dikemas dalam bentuk digitalisasi. Salah seorang santrinya, Samsul Ma'arif menyebutkan, bahwa Gus Baha' kerap mengisi kajian tafsir Qur'an, terutama tafsir Jalalain. Selain, kajian dapat diikuti setiap periode mingguan tertentu, hal itu juga dapat disimak melalui rekaman kajian tafsir Jalalain melalui rekaman mp3. Hal itu sudah lama terjadi. Ma'arif menyebutkan sejak ia menjadi santrinya sekitar tahun 2006 – 2009, ia kerap menyimak kajian tafsir Jalalain ala Gus Baha melalui rekaman mp3nya. Hingga saat ini, hal itu tetap saja ia lakukan di sela kesibukannya sebagai seorang pengajar.<sup>15</sup> Keterangan ini, dikuatkan dengan tersedianya jual rekaman suara kajian Gus Baha yang dikemas dalam bentuk file yang tersimpan dalam bentuk *Flashdisk*. Lalu, *Flashdisk* dengan ukuran 22 gb tersebut ditawarkan melalui katalog Ngaji Kyai Store di atas.

### 3. Karakteristik Dakwah Gus Baha' berdasarkan Fenomena Media Sosial

Berdasarkan fenomena media sosial, berikut adalah berbagai karakteristik dakwah Gus Baha':

a. Fleksibilitas dalam membangun Argumentasi.

Menurut penulis, kajian Islam Gus Baha' disampaikan dengan nalar dan logika ilmiah. Disampaikan dalam ragam perspektif keilmuan. Berbagai bentuk pandangan ulama dikemukakan. Lalu, Gus Baha menyimpulkan dengan bijaksana, mengambil posisi moderat, tidak memberikan vonis satu pihak dengan pihak lain secara sporadis.

b. Integrasi Keilmuan, Keislaman, dan Keindonesiaan.

Pada konteks ini, penulis menganggap, Gus Baha berupaya menyampaikan pendapat dan atau penjelasan setiap masalah, melalui solusi yang *saintific*. Tak sedikit masalah ditempuh jalan keluarnya melalui kajian ilmiah. Tanpa harus meninggalkan

---

<sup>14</sup> Graham Murdock dan Peter Golding, *Political Economy and Mass Communication*, In Curan, James and Gurevitch, Michael (Eds), *Mass Media and Society*, Edward Arnold: A Division of Holder & Stoughten, 1992, h. 16-18.

<sup>15</sup>Wawancara dengan eks-santri Gus Baha', Syamsul Ma'arif, pada 12 November 2021.

atau menghilangkan pokok dasar kajian fikih. Selain itu, mengintegrasikan dengan telaah hadis, kajian historis yang bersumber dari kitab kajian ulama terdahulu yang relevan. Argumentai konstruktivisme disampaikan dengan tidak meninggalkan khasanah keilmuan ulama tradisional Indonesia, dan mengaitkan pada kearifan lokal setiap budaya di tengah masyarakat.

c. Humor yang ilmiah dengan standar level tertinggi

Jamaah atau *Mad'u* mayoritas menyukai da'i humoris. Mad'u tidak hanya mendapatkan doktrinasi Islami sesuai yang disampaikan, tetapi juga mendapatkan hiburan dari sisi lainnya. Salah satunya, tampil dengan kalimat-kalimat homoris. Namun, Gus Baha' kalimat humoris tersampaikan dengan tidak meninggalkan kaidah keislaman. Misal, tidak mengejek orang-per-orang atau suatu kaum, karena hal ini bertentangan dengan QS. al-Hujurat ayat 13. Muatan humorisnya justru muncul dari nalar logika yang ia sampaikan, dengan tetap mengacu pada rujukan yang kredibel.

d. Substantif dan holistik

Pandangan yang otentik dan terkesan baru diketahui oleh *muhibbin*-nya, sehingga menambah khasanah keislaman bagi mereka. Integrasi keilmuan dari berbagai bidang, mengisyaratkan kajian tersampaikan secara holistik. Hal ini penting untuk membangun pola argumentatif bagi pendengarnya atau pengikutnya. Saat menyampaikan materi Fikih, maka ia juga menjelaskan Ushul Fikih, *Tarikh*, *Asbabul Wurud*, Tafsir dan *Asbabul Nuzul*. Penulis tegaskan, hal itulah substansi dalam menanggapi sebuah masalah. Sebuah suguhan kajian Islam yang syarat akan kekayaan intelektual ulama asli Nusantara. Banyak pihak, mengakui kualitas keilmuannya yang tercermin pada kajian substantif yang disampaikan. Gus Baha produk asli pendidikan Islam ala Indonesia. Ia tidak pernah sekalipun belajar Islam di Timur – Tengah. Tetapi, ia memiliki keluasan ilmu mumpuni dan diakui oleh ulama representatif di Indonesia.

e. Tidak menimbulkan propaganda, provokatif, dan disintegrasi

Sejak kajian Islam Gus Baha berselancar di ruang publik virtual. Tidak ada pihak manapun yang mengejek, atau memprotes apa yang Gus Baha sampaikan. Tidak ada polarisasi kelompok manapun yang tampil dengan menuliskan komentar negatif. Gus Baha dengan kajiannya ternyata diterima oleh semua kalangan yang jelas-jelas banyak yang berbeda madzah dengannya, atau beda ideologinya. Padahal, realitanya,

tidak sedikit para pembicara yang berlabel ‘Ustad’ kerap mendapatkan cibiran dari warganet terkait apa yang ia sampaikan ke ruang publik. Bahkan, tak sedikit yang menjadi provokator sehingga berpotensi rentan memecah belah persatuan bangsa. Gus Baha dalam hal ini dapat dijadikan contoh terbaik bagi siapapun dalam berdakwah di era digital.

### C. Respon Mad’u dan Dakwah Gus Baha’

*Youtube* ternyata menjadi media penyalur konten dakwah Gus Baha yang menarik banyak pihak untuk menyaksikan tayangan. Bahkan, jurnalis populer Indonesia, Najwa Shihab, hingga menjadikan Gus Baha’ sebagai tamu untuk mengisi programnya. Tidak hanya mengisi konten menarik Najwa Shihab, tetapi juga ternyata menyita banyak perhatian berbagai pihak, terutama dari kalangan *public figures*. Salah satunya, musisi populer Indonesia, Anang Hermansyah. Pada tayangan video, ia mengomentari dakwah Gus Baha’. Ia tertarik dengan konten dakwahnya, dan ia buktikan dengan menyimak dakwah Gus Baha’ melalui saluran *Youtube* setiap harinya. Selain musisi Anang Hermansyah, ada pula musisi lain yang tak kalah populernya, seperti Ahmad Dhani. Selain itu, *Host* dan pemilik acara *Pod Cast* Deddy Corbouzier juga mengulas tentang dakwah Gus Baha’. Menurut salah seorang *medician* yang juga muallaf tersebut, Gus Baha membawa konsep Islam dalam kemasan yang menyenangkan dan sederhana untuk dipahami. Secara substansi, para *public figures* di atas sepakat bahwa konten dakwah Gus Baha’ hadir dengan konsep sederhana tapi sarat dengan khasanah keilmuan Islam yang menarik.

Pada masa pandemi Covid19, intensitas mad’u di dunia maya mengalami kenaikan drastis. Tercatat lebih dari 196 jiwa pengguna internet di Indonesia. Melalui gawai yang mereka miliki, ternyata memudahkan siapapun dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Tentu, hal ini menegaskan bahwa internet merupakan medium kebutuhan primer. Kondisi ini telah memicu intensitas ratusan juta jiwa pengguna internet di Indonesia menghabiskan banyak waktunya hanya untuk mengakses apa saja yang termediumkan internet. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), atau karantina mandiri (*Lockdown*), menjadi isyarat bagi banyak orang untuk lebih banyak berdiam diri di rumah masing-masing. Seluruh aspek informasi membanjiri jagat maya. Tak ketinggalan konten bernuansa

Islam. Tetap akan sangat dibutuhkan, untuk mengisi kekosongan dimensi kognitif spiritual keislaman.

Menariknya, pada akun *Instagram* @Ceramahgusbaha, pernyataan Deddy Corbuzier menuai dukungan dari banyak netizen (20 September 2021). Hal ini dapat dilihat melalui komentar netizen di akun tersebut. Ada yang menyebutkan, bahwa walaupun netizen berafiliasi dengan Muhammadiyah, tetapi kerap menonton tausyiah Gus Baha. Selain itu, ada pula hal lain yang ternyata menarik perhatian. Terdapat netizen yang berkomentar positif, mengingat dirinya merupakan seorang muallaf, kebetulan berstatus sama dengan Deddy. Ia menyebutkan, bahwa, apa yang disampaikan oleh Gus Baha' begitu mudah dicerna dan diterima. Maka, inilah esensi dakwah yang sebenarnya. Bahwa materi dan pesan dakwah dapat dipahami dengan baik oleh seluruh jenis mad'u. Hal ini tentu sesuai dengan hadis Rasulullah Saw, '*Khotibu nash 'ala qadri uqulihim* (Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kadar kemampuannya)'.

Setelah diamati, pada seluruh *platform* media sosial apapun, dakwah Gus Baha' nyaris nihil sentimen negatif dari banyak netizen. Biasanya, kelompok yang tidak sama dengan da'i akan menjadi kelompok paling kritis melayangkan komentar bernada tinggi. Tetapi, hal ini jelas, ternyata tidak ada satu kelompok manapun yang mengkritisi dakwah Gus Baha'. Sehingga, sosoknya sangat menarik, apabila menjadi pusat perhatian segala golongan. Mengingat, saat ini sejak tahun politik berlangsung, umat Islam mengalami polarisasi kelompok yang signifikan. Sebab itu, perlu hadir ulama pemersatu, yang tidak mengusung tema kajian Islam dengan dibubuhi ujaran kebencian. Nyatanya, Gus Baha selain hadir dengan bahasa yang luwes, tidak provokatif, logis, dan argumentatif. Ia juga kerap memberikan kajian dakwah dengan penuh gembira. Pada beberapa kesempatan, ia menyampaikan, bahwa kajian Islam harus disampaikan dengan gembira. Agar, banyak orang betah dalam mengkaji. Tentu, jika banyak orang betah dan suka mengkaji Islam, maka ia meninggalkan kemaksiatan. Tentu, hal ini sesuai dengan hadis yang diriwayatkan Bukhari, "*Yassiru walaa tu'assiru, bassiru walaa tunaffiru* (mudahkanlah dan jangan dipersulit, berikanlah kabar gembira dan janganlah membuat banyak orang lari).

## E. Penutup

Gus Baha' dan eksistensi dakwahnya melalui media sosial ternyata terdiseminasikan tidak dengan satu platform saja. Melainkan, seluruh platform media sosial populer dibanjiri dengan konten kajian Gus Baha'. Tim komunikasi digital Gus Baha' ternyata memahami hal ini. Ini Tidak hanya bermanfaat dalam proses dakwah Islam Washatiyah an-Nahdliyah, tetapi hal ini juga upaya menghiasi beranda media sosial populer melalui konten positif. Sebab, penulis masih melihat masifnya konten negatif di media sosial, asusila, radikalisme-terorisme, intoleransi. Konten negatif seperti itu membutuhkan kompleksitas upaya dalam men-counter attack. Upaya menghapus juga tidak dapat dilakukan secara totalitas dan komprehensif. Tentu, hanya dengan konten positif yang dapat memblokir konten negatif.

Realitas seperti itu coba diaplikasikan oleh tim komunikasi digital Gus Baha' selama ini. Tetapi, tak cukup dengan solid dan mutu tim, melainkan figur utama perlu menunjukkan daya tarik positif. Gus Baha' hadir dengan penuh canda tawa. Penjelasan terhadap permasalahan diuraikan dengan logika nalar akademik. Sehingga, mad'u terdidik juga tak enggan menerima. Begitu pula, mad'u lainnya juga dapat mengikuti dan memahami apa yang disampaikan. Pesan dakwahnya juga disampaikan dengan luwes dan segar. Bahkan, memuat unsur *novelty*, interdisipliner, dan multidisipliner. Sehingga, Gus Baha' tidak menyerang person to persen, tapi ia melawan dengan gagasan (*mind to mind*). Sehingga, logika berbeda, akan berhadapan dengan logika nalar ala Gus Baha' yang agurmentatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Nasmay L. *Jurnalistik Bekal Juru Dakwah*. Bandung: CV. Prestasindo Mediaswara. 2019.
- El-Aufa, Nur Ahmad, "Analisis Wacana Absolutisme Tauhid pada Kajian Gus Baha di Kanal Youtube NU Online", *AT-THARIQ: Jurnal Studi Islam dan Budaya P3M-STAI Sufyan Tsauri Majenang*, Vol. 1, No. 1, Januari 2021.
- Fatimatur, Evi; Halimatus; Masykurotin. "The Millennial Kiais". *Epistemé*, Vol. 15, No. 1, June 2020, hlm. 76 – 97. DOI: 10.21274/epis.2020.15.1.75-97
- Jazuli, Imam. "Gus Baha': Aset NU yang Patut Dibanggakan". <https://www.tribunnews.com/tribunners/2020/05/11/gus-baha-aset-nu-yang-patut-dibanggakan?page=all>. Diakses: 30 Juni 2021, Pukul. 11:42 Wib



Qudsy, Saifuddin Zuhri dan Muzakky, Althaf Husein. "Dinamika Ngaji Online dalam Tagar Gus Baha", *Poros Onim*, Volume 2, Nomor 1, Juni 2021.

Vincent Mosco. *The Political Economy of Communication*. Sage Publication: London. 1996.

Graham Murdock dan Peter Golding. *Political Economy and Mass Communication*, In Curran, James and Gurevitch, Michael (Eds), *Mass Media and Society*, Edward Arnold: A Division of Holder & Stoughten, 1992.

Sadzali, Ahmad *Islam Indonesia 2020*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2020.

Shihab, Najwa, "Lebih Dekat dengan Gus Baha", Acara Talkshow 'Shihab & Shihab'. Lihat: <https://www.Youtube.com/watch?v=TDspKy-JHNU>. Diakses 27 November 2021, Pukul. 03:16 Wib

Syaifuddin & Azis, Mohd Ali. "Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)", *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 15, No. 1, 2021, DOI: 10.24952/hik.v15i1.3248

Syaifullah, "Hari Ini Gus Baha Berusia Setengah Abad", <https://jatim.nu.or.id/read/hari-ini-gus-baha-berusia-setengah-abad>. Diakses: 7 November 2021, Pukul. 1:38 Wib  
Wawancara dengan eks-santri Gus Baha', Syamsul Ma'arif, pada 12 November 2021.