

ANALISIS PRODUK DIGITAL SANTRI SEBAGAI MEDIA DAKWAH PONDOK PESANTREN SUNAN DRAJAT LAMONGAN DALAM MENSYIARKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN

Nashihin¹, Dwi Ahmad Syahrul Munir²

¹Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, Jawa Timur, Indonesia

²Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, Jawa Timur, Indonesia

Email : nashihin71@gmail.com¹, ahmadyahrul22@gmail.com¹

Abstrak: Di era milenial ini, teknologi menjadi alat di mana masyarakat memanfaatkannya sebagai bahan rujukan, terutama pada internet. Internet sebagai media penyalur informasi kini hampir menjadi rujukan semua masyarakat, terutama masyarakat Indonesia. Terkadang informasi yang belum tentu benar pun sudah disebarluaskan. Salah satu teknologi digital yang berkembang saat ini ialah media sosial. Dalam pemanfaatannya, media sosial salah satunya dapat digunakan sebagai media berdakwah di era modern. Penelitian ini bertujuan untuk: Mengetahui bagaimana konsep Produk Digital Santri sebagai media dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai keislaman serta untuk mengetahui Pesan dakwah yang terkandung. Penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan Produk Digital Santri sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai Keislaman, dengan cara teknik pengumpulan data, menganalisis data, wawancara, observasi dalam hal pengalaman kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti. Hasil dari penelitian ini Konsep produk digital santri yaitu berdakwah menggunakan produk digital santri, yakni konten berupa audio visual yang mana sama dengan ciri ciri dari produk digital yaitu tidak memiliki bentuk fisik, dapat diakses dimana saja, mudah diubah dan diperbarui, dan tersedia dalam berbagai bentuk dengan fitur-fitur yang berbeda. Selain itu konsep dakwah yang ditampilkan yakni pemilihan materinya, penggunaan bahasa yang tergolong santai, dan menjelaskan tentang manfaat dan faedah.

Kata Kunci : Produk Digital Santri, Sosial Media, Media Dakwah

Abstract: In this millennial era, technology has become a tool where people use it as reference material, especially on the internet. The internet as a medium for distributing information has now become almost a reference for all people, especially Indonesian people. Sometimes information that is not necessarily true is disseminated. One of the digital technologies currently developing is social media. In its use, social media can be used as a medium for preaching in the modern era. This research aims to: Find out the concept of Santri Digital Products as a da'wah medium for the Sunan Drajat Lamongan Islamic Boarding School in broadcasting Islamic values and to find out the da'wah messages contained. This research uses a descriptive qualitative approach to describe Santri Digital Products as Da'wah Media for the Sunan Drajat Lamongan Islamic Boarding School in Broadcasting Islamic Values, by means of data collection techniques, analyzing data, interviews, observations in terms of the daily life experiences of the subjects studied. The results of this research are the concept of digital santri products, namely preaching using digital santri products, namely audio-visual content which is the same as the characteristics of digital products, namely that they do not have a physical form, can be accessed anywhere, are easily changed and updated, and are available in various forms. with different features. Apart from that, the concept of da'wah displayed is the selection of material, the use of relatively relaxed language, and explaining the benefits and advantages.

Keyword: *Santri Digital Products, Social Media, Da'wah Media*

A. Pendahuluan

Di era milenial ini, teknologi menjadi alat di mana masyarakat memanfaatkannya sebagai bahan rujukan, terutama pada internet. Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara face to face communication, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial.¹

Media massa menjadi saluran informasi dan komunikasi yang memegang peranan penting bagi masyarakat modern. Media massa menjadi jendela dunia bagi masyarakat. Dengan media masyarakat modern melihat dan dapat mengikuti perkembangan masyarakat lainnya setiap saat dan waktu. Dalam sistem sosial masyarakat media merupakan agen sosial yang memiliki peranan besar bagi dinamika masyarakat.²

Melihat teknologi dari tahun ke tahun saat ini mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini tidak lepas dari peranan mobilitas teknologi yang semakin tinggi. Seperti munculnya internet yang memberikan peluang besar dalam proses transformasi dakwah Islam.³ Internet menjadi hal penting yang tidak akan dilupakan oleh masyarakat. Kemunculan berbagai macam media dan perkembangan teknologi menjadi sarana untuk berkomunikasi, berkolaborasi serta penanaman secara daring diantara jaringan masyarakat.

Internet sebagai media penyalur informasi kini hampir menjadi rujukan semua masyarakat, terutama masyarakat Indonesia. Terkadang informasi yang belum tentu benar pun sudah disebarluaskan. Salah satu teknologi digital yang berkembang saat ini ialah media sosial.

Media sosial dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang berbasis internet melalui aplikasi sebagai penghubung konten berbagi, berpartisipasi, berkomunikasi dengan mudah secara online tanpa batas ruang dan waktu.⁴ Hal ini, tidak lepas dari zaman yang modern, banyak platform media sosial yang saat ini menjadi bagian yang digemari oleh remaja-remaja kekinian, seperti youtube, instagram, twitter, line, path, facebook dan lain sebagainya.⁵

Melalui media sosial kini masyarakat sangat mudah dalam berkomunikasi. Informasi maupun pengetahuan yang sebelumnya berlangsung naik-turun sekarang dapat sebaliknya terjadi turun-naik. Audiensi sekarang dapat memilih berita apa yang penting bagi mereka untuk meraihnya. Hasil survei membuktikan para pengguna media sosial dapat menghabiskan 5-6 jam/hari untuk membuka media sosial selama jam kerja berlangsung. Hal ini membuktikan bahwa media sosial sangat berperan penting untuk menunjang kehidupan kita pada saat ini.⁶ Dengan banyaknya pengguna media sosial sangat disayangkan apabila tidak digunakan untuk hal-hal yang positif seperti, promosi, kegiatan keagamaan, dan mungkin berbagi pengalaman pribadi dan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Pemanfaatan ini salah satunya dapat digunakan sebagai media berdakwah di era modern.

Dakwah itu sendiri sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik sains, teknologi dan sebagainya. Islam adalah agama dakwah. Islam harus disebarkan kepada seluruh umat manusia dengan demikian umat Islam bukan saja berkewajiban melaksanakan ajaran Islam dalam keseharian hidupnya melainkan juga harus menyampaikan *tabligh* atau mendakwahkan kebenaran ajaran Islam kepada orang lain.⁷

¹ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 2-3.

² Zainal Abidin, *Pemanfaatan Channel Youtube di KUA Ujung Kota Parepare dalam Membentuk Keluarga Sakinah* (Tesis, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Parepare, 2020), 3.

³ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam", *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* Vol.3 No.2 (2019), 85.

⁴ I Faldiansyah, "Dakwah Media Sosial : Alternatif Dakwah Kontemporer". *Tawshiyah*, vol.15, no.2, (2020), 36-58.

⁵ Nur Aisyah, and Sawiyatin Rofiah. "Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid". *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol 8, no. 2 (Agustus 2022), 111.

⁶ Dhifa Nabila, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), 3.

⁷ Ramli, Ramli. "Dakwah dan Jurnalistik Islam (Perspektif Dakwah Islamiyah)". *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah* Vol. 5 no. 1 (2015), 10-30. diakses pada 10 Januari 2023, <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/view/61>.

Ketika berdakwah kita dianjurkan dalam penyampaian pesan dakwah dengan baik dan benar. Agar mudah dimengerti dan dipahami oleh mad'u sehingga tidak salah ketika pengaplikasiannya. Perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang sudah makin beragam, membuat dakwah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional agar apa yang akan disampaikan oleh da'i kepada madu dapat diterima dengan lebih jelas.

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah memiliki definisi alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar, maka kita harus menggunakan bantuan sebuah media.⁸ Media dakwah bukanlah penentu utama bagi kegiatan berdakwah akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah.⁹

Teknologi dapat digunakan sebagai media dakwah dalam mensyiarkan nilai-nilai ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Quran, Hadits, Ijma, dan Qiyas. Untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Seperti halnya santri yang dituntut mampu mengimplementasikan nilai-nilai Islam di kehidupan masyarakat. Santri juga harus memiliki cara tersendiri dalam mensyiarkan nilai-nilai keislaman.

Kreativitas santri dalam memanfaatkan kemajuan teknologi yang berkembang saat ini terutama media sosial (medsos) dituntut agar dapat mengikuti perkembangan zaman saat ini yang mana semua telah menggunakan teknologi yang digunakan dalam kehidupan manusia. Salah satu yang menggunakan media sosial sebagai media dalam mensyiarkan nilai-nilai islam di masyarakat adalah santri Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan (PP. Sunan Drajat).

Berbagai macam cara dan metode yang telah dilakukan santri PP. Sunan Drajat dalam memanfaatkan teknologi sebagai media dakwah baik melalui program atau kegiatan lembaga/instansi pesantren ataupun kegiatan-kegiatan keagamaan santri yang menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Kreativitas tersebut salah satunya dapat digunakan sebagai media berdakwah di era modern.

Diantara hasil kreativitas santri yang menggunakan media dakwah melalui media sosial dalam mensyiarkan nilai-nilai islam adalah adanya beberapa akun media sosial di Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan seperti akun @SantriSundra (instagram) dengan 12,3 ribu Follower, akun @ponpesputri_sunandrajat (instagram) dengan 7,35 ribu Follower, akun @ppsd.or.id (instagram) dengan 27,7 ribu Follower, akun @KetuPuteh (instagram) dengan 12,5 ribu follower, Yayasan Pondok Pesantren Sunan Drajat (Fanpage Facebook) 72,35 ribu Followers, Suara Santri PPSD (Youtube) dengan 5,59 ribu subscribers, Ketu Puteh (Youtube) dengan 3,19 ribu subscribers dan PersadaTV PPSD (Youtube) dengan 8,86 ribu subscribers.

Dalam penelitian ini tidak semua media sosial di Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan peneliti ambil, namun melihat dari konten video dari beberapa akun media sosial yang mengandung tema Sholawat Nabi. Akun media sosial peneliti maksud adalah Santri Sundra, ppsd.or.id, dan Ketu Puteh dari Instagram, Suara Santri, dan Ketu Puteh dari Youtube.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Analisis Produk Digital Santri sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai Keislaman".

B. Metode

Metodologi penelitian berasal dari kata "Metode" yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu; dan "Logos" yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Penny (1975) penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2004), 404.

⁹ Ibid., 428.

yang pemecahannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.¹⁰ Jadi metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai pemahaman

Penelitian kualitatif dipilih sebagai jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pemilihan penelitian kualitatif disebabkan karena ada beberapa faktor yang lebih diutamakan dalam hal penjabaran dan penjelasan suatu fenomena yang akan diteliti. Penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang hasil temuannya tidak didapat dengan proses statistik atau perhitungan dengan rumus melainkan sebagai bentuk jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan gejala secara kontekstual dengan menggunakan peneliti sebagai bagian alami dalam penelitian tersebut. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan proses dan makna yang didasari sudut pandang atau penilaian dari sisi subjek.¹¹

Penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan Produk Digital Santri sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai Keislaman, dengan cara teknik pengumpulan data, menganalisis data, wawancara, observasi dalam hal pengalaman kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti.

C. Temuan Data dan Diskusi

Data Tentang Konsep Analisis Produk Digital Santri sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai Keislaman

Untuk mengetahui konsep produk digital peneliti melakukan observasi terhadap konten-konten dakwah yang dibagikan dalam beberapa akun media sosial Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan. Akun media sosial tersebut yakni @SantriSundra (Instagram), @ppsd.or.id (Instagram), @KetuPuteh (Instagram), Suara Santri PPSD (Youtube), dan Ketu Puteh (Youtube). Setiap akun memiliki banyak sekali video yang ada di dalamnya, namun peneliti hanya meneliti video yang mengandung pesan dakwah dengan tema "Sholawat Nabi". Terdapat 11 data dalam bentuk konten video sebagai berikut:

- 1) Sholawat Nabi Muhammad SAW (Instagram @KetuPuteh)
- 2) Sholawat di malam Jumat (Instagram @KetuPuteh)
- 3) Wong Gusti Allah ae Moco sholawat (Instagram @KetuPuteh)
- 4) Sholawat di Hari Jumat (Instagram @KetuPuteh)
- 5) Sholawat Nabi : Jumlah Bacaan tergantung kemampuan (Instagram @SantriSundra)
- 6) Sholawat kepada Nabi Muhammad SAW (Instagram @KetuPuteh)
- 7) Mahalul Qiyam (Youtube Suara Santri PPSD)
- 8) Maulid Nabi Muhammad SAW (Instagram @KetuPuteh)
- 9) Khasiat Sholawat yang Sangat Dahsyat (Youtube Ketu Puteh)
- 10) Jangan lupa selalu membaca Sholawat dimanapun engkau berada (Instagram @ppsd.or.id)
- 11) Sholawat seperti doa atau dzikir kepada Allah SWT (Instagram @ppsd.or.id)

Konten video yang dibuat oleh santri Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam beberapa platform di atas juga merupakan salah satu dari jenis produk digital. Hal tersebut dapat dilihat dari ciri-cirinya yang sesuai dengan ciri-ciri pada produk digital;

1. Tidak memiliki bentuk fisik

Yakni konten yang hanya berupa file digital yang dapat diakses melalui internet. Konten ini tidak dapat dipegang atau dilihat secara fisik. Seperti beberapa video yang diteliti berasal dari beberapa akun berbeda ini juga merupakan konten dari produk digital yang dibuat oleh santri dengan teknologi digital, sehingga pasti hasilnya juga berupa produk digital.

2. Dapat diakses dari mana saja

Konten video dakwah di atas dapat diakses dari mana saja karena tidak memiliki bentuk fisik. Konten dalam sosial media hanya berupa file data yang dapat diakses melalui internet. Ketika pengguna ingin mengakses konten sosial media, mereka hanya perlu membuka file data tersebut di perangkat yang mereka miliki.

Produk digital berupa konten sosial media ini tidak perlu dikirimkan ke pengguna secara fisik. Pengguna dapat mengakses produk digital langsung dari server penyedia produk digital. Hal

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), 2

¹¹ Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), 8.

ini membuat produk digital dapat diakses dari mana saja selama pengguna memiliki koneksi internet.

3. Mudah diubah atau diperbarui

Sosial media adalah platform yang mana juga bisa digunakan untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video. Video digital dapat ditonton di berbagai perangkat, seperti komputer, laptop, tablet, smartphone, dan televisi. Video digital juga dapat diubah atau diperbarui dengan mudah, misalnya dengan menambahkan fitur baru, memperbaiki kualitas gambar, atau membuat versi subtitle.

4. Tersedia dalam berbagai bentuk dengan fitur-fitur yang berbeda

Produk digital berupa konten video tersedia dalam berbagai bentuk dengan fitur-fitur yang berbeda karena konten video dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Konten video dapat digunakan untuk hiburan, pendidikan, promosi, dan lain-lain. Setiap tujuan memiliki kebutuhan yang berbeda, sehingga konten video harus dirancang agar sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Dalam konteks produk digital sebagai media dakwah yang disampaikan melalui platform sosial media, konsep dakwahnya ditampilkan sebagaimana berikut ini;

1. Menggunakan produk digital yakni konten video yang mana merupakan gabungan dari audio dan video.
2. Penilaian materi/pesan dakwah yang menarik untuk semua orang dan dengan durasi yang tepat.
3. Menggunakan Bahasa yang tergolong santai dalam penyampaiannya
4. Menjelaskan tentang manfaat dan faedah

Data Tentang Pesan dakwah pada Analisis Produk Digital Santri sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan dalam Mensyiarkan Nilai-Nilai Keislaman

Berdasarkan hasil analisis peneliti, Peneliti akan menguraikan hasil temuan berdasarkan kerangka semiotika model Roland Barthes terhadap pesan dakwah pada produk digital santri pada konten video dari beberapa akun di media social milik Santri Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan” yang mengungkap makna denotasi, konotasi dan mitos. Berikut ini adalah analisis pesan dakwah pada produk digital santri dengan menggunakan semiotika Roland Barthes.

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah yang disampaikan sangat beragam sesuai dengan ajaran Islam. Terdapat pesan akidah yang membahas tentang keyakinan kita sebagai makhluk kepada Sang Pencipta, Allah SWT. Dan pesan syari’ah yang membahas tentang hubungan antar satu makhluk hidup dengan makhluk hidup lainnya. Yang tanpa kita sadari hubungan itu saling berkaitan. Dan pesan akhlaq yang membahas tentang adab yang harus kita lakukan maupun hindari.

Pesan dakwah yang disampaikan melalui beberapa konten video dengan tema Sholawat Nabi pada tabel 4.1 adalah merupakan pesan dakwah akidah yaitu pesan dakwah yang mengajak madu untuk beriman kepada Allah. Beriman kepada Allah dapat dilakukan dengan cara antara lain, melakukan shalat, melakukan dzikir dan doa kepada Allah, melantunkan Sholawat Nabi, dan selalu bergantung kepada Allah. Pesan Dakwah yang kedua, berupa pesan Dakwah Akhlaq yang mengajak madu untuk mencontoh akhlak Nabi Muhammad sebagai panutan dalam menjalani kehidupan di dunia. Akhlaq Nabi Muhammad mengajarkan akhlaq yang baik agar kita bisa selamat baik di dunia maupun di akhirat. Pesan dakwah syari’ah Beliau adalah hamba Allah yang merupakan pemimpin para makhluk dan pilihanNya, dari kalimat tersebut menunjukkan bahwa Nabi Muhammad sebagai pemimpin seluruh Makhluk sama seperti dengan ibadah sholat yang harus ada imam dan ma’mum.

2. Makna Denotasi

Makna denotasi dalam produk digital ini terletak pada seluruh kalimat yang disampaikan oleh KH. Abdul Ghofur pada konten video di tabel 4.1 konten video yang bertema Sholawat Nabi.

3. Makna Konotasi

Kalimat yang disampaikan oleh KH. Abdul Ghofur pada semua video tersebut secara keseluruhan memiliki makna konotasi yang lebih luas. Pesan ini dapat dikonotatifkan bahwa dengan membaca sholawat yangmana juga diperintahkan oleh Allah SWT. kepada seluruh umat manusia, kita akan mendapatkan manfaat manfaatnya dan faedahnya, dan yang paling utama adalah ketika di hari kiamat kita diberi pertolongan oleh Allah SWT.melalui syafaat Nabi Muhammad SAW.

4. Mitos

Makna mitos yang terkait dengan kalimat yang disampaikan oleh KH. Abdul Ghofur pada konten video tersebut yakni pertolongan Allah SWT. melalui syafaat Nabi Muhammad SAW. dan bilmana mendapatkan pertolongan-Nya maka pasti akan dibalas dengan syurganya Allah SWT

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab terdahulu, maka dalam bab ini peneliti akan mengambil kesimpulan akhir dari semua pembahasan yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya. Sebagaimana tujuan penelitian ini yang peneliti sebutkan pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini peneliti akan membuat sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep poduk digital santri yaitu berdakwah menggunakan produk digital santri, yakni konten berupa audio visual yang mana sama dengan ciri ciri dari produk digital yaitu tidak memiliki bentuk fisik, dapat diakses dimana saja, mudah diubah dan diperbarui, dan tersedia dalam berbagai bentuk dengan fitur-fitur yang berbeda. Selain itu konsep dakwah yang ditampilkan yakni pemilihan materinya, penggunaan bahasa yang tergolong santai, dan menjelaskan tentang manfaat dan faedah
2. Pesan dakwah yang terdapat pada poduk digital santri dalam akun media sosial santri Pondok Pesantren Sunan Drajat yakni tentang pesan dakwah aqidah yaitu pesan dakwah yang mengajak madu untuk beriman kepada Allah. Beriman kepada Allah dapat dilakukan dengan cara antara lain, melakukan shalat, melakukan dzikir dan doa kepada Allah, melantunkan Sholawat Nabi, dan selalu bergantung kepada Allah. Pesan Dakwah yang kedua, berupa pesan Dakwah Akhlaq yang mengajak madu untuk mencontoh akhlaq Nabi Muhammad sebagai panutan dalam menjalani kehidupan di dunia. Akhlaq Nabi Muhammad mengajarkan akhlaq yang baik agar kita bisa selamat baik di dunia maupun di akhirat. Pesan dakwah syari'ah Beliau adalah hamba Allah yang merupakan pemimpin para makhluk dan pilihanNya, dari kalimat tersebut menunjukkan bahwa Nabi Muhammad sebagai pemimpin seluruh Makhhluk sama seperti dengan ibadah sholat yang harus ada imam dan ma'mum.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. *"Pemanfaatan Channel Youtube di KUA Ujung Kota Parepare dalam Membentuk Keluarga Sakinah"* Tesis, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Parepare. 2020.
- Aisyah, Nur and Sawiyatin Rofiah. *"Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid"*. Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam Vol 8, no. 2 (Agustus 2022)
- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004
- Alyusi, Shiefti Dyah. *Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial)*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Faldiansyah, I. *"Dakwah Media Sosial : Alternatif Dakwah Kontemporer"*. Tawshiyah, vol.15, no.2,(2020)
- Nabila, Dhifa. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Intrans Publishing Group, 2020.
- Ramli, Ramli. *"Dakwah dan Jurnalistik Islam (Perspektif Dakwah Islamiyah"*. KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah Vol 5 no. 1 (2015).
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/view/61>.
- Rustandi, Ridwan. *"Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam"*, Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Vol.3 No.2 (2019).
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014.

