



Media Sosial Dan Transformasi Dakwah (Analisis Intermedialitas Pada Konten Kajian Gus Baha)

Hasan Labiqul Aqil

Institut Pesantren Mathali'ul Falah Pati, Jawa Tengah, Indonesia

labiqulaqil@ipmafa.ac.id

Article Info

Article history:

Received 5 Januari 2025

Accepted 19 Februari 2025

Published 1 April 2025

Page : 43-54

Keyword:

*Intermedialitas, Dakwah
Gus Baha, Media Sosial*

Abstract

The purpose of this study is to highlight the concept of intermediality as an analytical framework for understanding how Gus Baha's da'wah messages adapt and interact in the digital age. Intermediality offers a relevant perspective in exploring the complexity and dynamics of media in contemporary culture, particularly in the context of the transformation of da'wah on social media. This study uses a qualitative approach with descriptive analysis methods to explore how Gus Baha's study content interacts with audiences through social media dynamics. Intermediality in Gus Baha's da'wah includes the use of various media that influence each other. Initially, his da'wah consisted only of audio recordings, then uploaded to YouTube with additional visuals. Klaus Bruhn Jensen identifies three concepts of intermediality: discursive, material, and institutional. Rajewsky offers three forms of intermediality: media transposition, media combination, and intermedial reference. This analysis shows how Gus Baha's preaching utilizes digital media to convey religious messages effectively, creating adaptive and innovative communication in a modern context.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyoroti konsep intermedialitas sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana pesan dakwah Gus Baha beradaptasi dan berinteraksi di era digital. Intermedialitas menawarkan perspektif yang relevan dalam mengeksplorasi kompleksitas dan dinamika media dalam budaya kontemporer, khususnya dalam konteks transformasi dakwah di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana konten kajian Gus Baha berinteraksi dengan audiens melalui dinamika media sosial. Intermedialitas dalam dakwah Gus Baha mencakup penggunaan berbagai media yang saling mempengaruhi. Awalnya, dakwah hanya berupa rekaman audio, kemudian diunggah ke YouTube dengan tambahan visual. Klaus Bruhn Jensen mengidentifikasi tiga konsep intermedialitas: discursive, material, dan institutional. Rajewsky menawarkan tiga bentuk intermedialitas: media transposition, media combination, dan intermedial reference. Analisis ini menunjukkan bagaimana dakwah Gus Baha memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan agama secara efektif, menciptakan komunikasi yang adaptif dan inovatif dalam konteks modern.

Copyright © 2025 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

KH Bahaudin Nursalim, atau yang akrab disapa Gus Baha, merupakan figur Ulama dari kalangan pesantren tradisional di Narukan, Kragan, Rembang. Sejak awal kegiatan dakwahnya sekitar tahun 2004 di sebuah rumah kontrakan di Pleret, Bantul, Yogyakarta, Gus Baha telah menggunakan metode tradisional pesantren dengan fokus pada pembacaan kitab klasik atau kitab kuning. Meskipun awal pengajiannya sederhana dan dihadiri oleh sejumlah kecil orang, minat yang pesat dari berbagai kalangan seperti dosen, aparat negara, anggota dewan, hingga kelompok Islam modernis dan lintas mazhab menandakan fenomena menarik dalam penyebaran dakwah beliau.¹ Gus Baha berhasil mengaburkan sekat-sekat tradisi pesantren dengan pesan-pesan yang relevan bagi berbagai lapisan masyarakat.

Selain metode tradisional Gus Baha dalam mengkaji kitab kuning, Gus Baha disukai karena Gus Baha memiliki metode dakwah yang khas dan mudah dicerna berbagai lapisan masyarakat. Ceramah dalam pengajian oleh Gus Baha biasanya selalu berhasil menginspirasi pengikutnya karena metode dakwah yang digunakan sangat fleksibel serta menggunakan “bahasa” yang ringan dalam penyampaiannya. Masyarakat awam yang baru belajar agama Islam sangat terbantu untuk memahami isi *ngaji* yang disampaikan oleh Gus Baha dan lebih semangat untuk mendalami ajaran Islam.

Keberhasilan dakwah Gus Baha tidak hanya didukung oleh metode dakwahnya, tetapi juga oleh tersebarnya konten *ngaji* Gus Baha di berbagai media sosial.

Melalui platform seperti *YouTube*, *Instagram*, *Telegram*, *Facebook*, dan *TikTok*, menjadikan pengajian Gus Baha, seperti kitab *Tafsir Jalalain* dan *Nashoihul 'Ibad*, dapat diakses luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, fenomena dakwah Gus Baha tidak dapat dipisahkan dari dimensi intermedialitas. Intermedialitas sendiri adalah terminologi generik dan fleksibel yang dapat diterapkan pada “fenomena apa pun yang melibatkan lebih dari satu medium”.² Namun sebelum membahas lebih jauh tentang intermedialitas, perlu kita ketahui bersama bahwa fenomena intermedialitas Gus Baha menjadi unik, sebab Gus Baha sebagai seorang Da'i tidak menggunakan medium internet apapun, bahkan Gus Baha dikenal sebagai Da'i yang tidak menggunakan ponsel pintar.

Gus Baha mengakui bahwa ia bahkan tidak menggunakan WhatsApp (WA), sebab hanya menggunakan ponsel jadul yang disebut dengan kelakar oleh Gus Nadir sebagai ‘ndeso’. Gus Baha juga tidak tahu kalau ia terkenal atau populer, dan ini dinyatakan sendiri oleh Gus Baha bahwa “saya *nggak* tau kalau itu terkenal, saya *nggak* punya WA dan saya *nggak* mau dengar”.³ Padahal, jika melihat data Ulama Paling Disukai Publik tahun 2023 dari lembaga Ipang Wahid Strategik, Gus Baha berada di urutan nomor lima (10,74%),

¹ Qowim Musthofa, “Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) Dan Pengaruhnya Pada Generasi Milenial,” *Musala: Jurnal Pesantren Dan Kebudayaan Islam Nusantara* 1, no. 1 (2022): 79–90.

² Irina O Rajewsky, “Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on

Intermediality,” *Intermédialités*, no. 6 (2005): 43–64.

³ Najwa Shihab, “Lebih Dekat Dengan Gus Baha” (Indonesia: Najwa Shihab, 2020), <https://www.youtube.com/watch?v=TDspKy-JHNU>.

bahkan di atas Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Khalid Basalamah yang masing-masing berada di urutan nomor enam dan tujuh dengan persentase tidak mencapai lima persen.⁴ Padahal Hanan Attaki dan Khalid Basalamah masing-masing memiliki akun media sosial seperti YouTube yang hampir mencapai 3 juta *subscriber*.

Gus Baha pada tahun 2022 juga mendapat penghargaan dari Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU) sebagai Da'i NU paling populer di media sosial. Survei ini dilakukan oleh LD PBNU bekerja sama dengan Kementerian Agama dengan merilis 20 Da'i paling populer. Urutan kedua ditempati oleh Prof. Quraish Shihab dan KH Musthofa Bisri (Gus Mus) berada di posisi ketiga.⁵ Meskipun Prof. Quraish dan Gus Mus dikenal lebih senior dan sepuh, namun keduanya menggunakan media sosial dan memiliki akun media yang dikelola oleh tim. Sedangkan Gus Baha, sebagai ulama yang tergolong masih muda, tidak memiliki media sosial yang dikelola sendiri maupun oleh tim.

Fenomena popularitas Gus Baha di media sosial menjadi menarik sebab konten dakwah atau pengajian Gus Baha dikelola secara organik oleh masyarakat atau biasa yang menyebut dirinya pecinta atau *muhibbin* Gus Baha. Konten pengajian Gus Baha diproduksi oleh *muhibbin*-nya melalui platform media sosial. Narasi

keagamaan Gus Baha yang menampilkan Islam dengan indah, mudah, dan bahagia, pada gilirannya turut menyemarakkan kontestasi paham keislaman di Indonesia.⁶ Fenomena direproduksinya konten pengajian Gus Baha di berbagai media sosial atau lebih dari satu medium inilah yang kemudian disebut sebagai intermedialitas oleh Rajewsky.⁷

Intermedialitas, pada awalnya dikenal sebagai sebuah konsep dalam seni dan teater, namun kini telah berkembang dalam sastra, studi budaya, dan media. Rajewski mengembangkan konsep ini dari gagasan dialogisme Bakhtin dan intertekstualitas Julia Kristeva. Melalui intermedialitas, konsep intertekstualitas diterapkan dalam analisis beragam bentuk tekstual baru, digital, dan berbasis internet. Sebagai sebuah fenomena, intermedialitas telah ada sejak gerakan seni dan komputerisasi pada 1960-an, yang terlihat dalam proyek seni avant-garde oleh Dick Higgins dan sesama seniman. Mereka menggabungkan elemen-elemen dari seni yang mapan dengan bentuk-bentuk media baru untuk menciptakan karya seni yang inovatif.⁸

Sedangkan sebagai sebuah konsep, intermedialitas adalah konsep yang relatif baru. Konsep ini dapat ditelusuri kembali ke dalam diskusi tentang digitalisasi dan internet, khususnya terkait dengan dampaknya pada tekstualitas. Jürgen Müller dan Ernest Hess-Lüttich

⁴ Ipang Wahid Stratejik, "Ulama Paling Disukai Publik," 2023, <https://www.ipangwahidstratejik.com/>.

⁵ Muhammad Faizin, "Gus Baha Jadi Da'i Terpopuler Di Media Sosial," NU Online, 2022, <https://www.nu.or.id/nasional/gus-baha-jadi-Da'i-terpopuler-di-media-sosial-YSjG6>.

⁶ Achmad Muhibin Zuhri, *Beragama Di Ruang Digital; Konfigurasi Ideologi Dan Ekspresi*

Keberagamaan Masyarakat Virtual (Lamongan: Nawa Litera Publishing, 2021).

⁷ Rajewsky, "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality."

⁸ Juha Herkman, "Convergence or Intermediality? Finnish Political Communication in the New Media Age.," *Convergence* 18, no. 4 (2012): 369–84.

mengembangkan konsep ini pada tahun 1990-an sebagai bagian dari proyek teori hypertext mereka. Konsep intermedialitas berangkat dari teori intertekstualitas yang diperluas dan diterapkan pada analisis bentuk-bentuk tekstual berbasis internet, digital, dan bersifat baru. Konsep ini lazim digunakan dalam kajian komunikasi, seni, sastra, serta dalam studi Jerman dan Skandinavia.⁹

Sebagai sebuah konsep yang mengacu pada "yang melibatkan lebih dari satu medium," maka intermedialitas berhimpitan dengan konsep serupa seperti multimedialitas dan transmedialitas.¹⁰ Bedanya, Multimedialitas digunakan untuk menggambarkan penggunaan banyak media dalam satu objek yang sama. Contohnya adalah sebuah dakwah yang disebarakan melalui berbagai media. Meski pesan dakwahnya sama, efeknya tentu berbeda karena modalitasnya berbeda; misalnya, pengalaman menyimak dakwah di YouTube berbeda dengan menyimaknya di TikTok. Sedangkan konsep transmedialitas merujuk pada transfer dari satu medium ke medium lainnya, menciptakan fenomena lintas media. Misalnya, sebuah konten dakwah di siarkan di YouTube yang dipotong-potong menjadi konten TikTok. Sering kali, audiens yang telah mendengar konten dakwah di TikTok merasa kecewa dengan kontennya karena keterbatasan durasi sehingga pemahaman yang terbentuk saat mendengar konten dakwah tersebut

terbatas oleh durasi yang disajikan dalam TikTok.

Sedangkan intermedialitas mengacu pada korelasi antarmedia, di mana terdapat saling pengaruh antara satu media dengan media lainnya. Asumsi dasarnya adalah adanya ruang-antara (*in-between space*) di mana atau dari mana saling pengaruh itu terjadi.¹¹ Contohnya adalah penambahan latar musik genre sedih, instrumen *ambiente*, atau nasyid pada sebuah konten dakwah. Pengalaman ini tentu berbeda dengan mendengar konten dakwah tanpa iringan latar musik. Bagaimana musik diaransemen atau hanya dipilih dari pustaka musik online juga tergantung pada bagaimana musik tersebut ditafsirkan, atau bisa juga sebaliknya. Jadi, selain adanya penggunaan banyak media (multimedialitas) dan transfer antar medium (transmedialitas), ada proses saling pengaruh antara medium musik dan medium konten *ngaji*.

Studi intermedialitas menawarkan kerangka kerja yang luas untuk menganalisis bagaimana media berinteraksi dan saling mempengaruhi, meskipun pada kenyataannya, sering kali sulit untuk memisahkan secara tegas antara multimedialitas, transmedialitas, dan intermedialitas. Ketidakjelasan batas antara ketiga istilah ini mencerminkan kompleksitas dan dinamika interaksi media dalam budaya kontemporer. Intermedialitas sebagai pendekatan yang bersifat fleksibel dan kontekstual

⁹ Juha Herkman, "Introduction: Intermediality as a Theory and Methodology," in *Intermediality and Media Change* (Tampere: University of Tampere, 2012), 10–27.

¹⁰ Budiawan and Satya Limanta, "Intermedialitas Dan Politik Identitas Di Era Digital: Sebuah

Pengantar," in *Intermedialitas Dan Politik Identitas Di Era Digital*, ed. Budiawan and Satya Limanta (Yogyakarta: Ombak, 2021), vii–xxiii.

¹¹ Budiawan and Limanta.

digunakan untuk memahami dan mengeksplorasi hubungan media yang kompleks dan berlapis-lapis ini.

Dengan demikian, intermedialitas bukan hanya relevan dalam kajian komunikasi, seni, dan sastra, tetapi juga dalam konteks perubahan budaya di era digital seperti fenomena transformasi dakwah Gus Baha dalam media sosial. Analisis menggunakan pendekatan intermedialitas dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana pesan-pesan dakwah seperti yang disampaikan oleh Gus Baha tersebar dan diterima di masyarakat yang semakin terkoneksi melalui berbagai medium digital. Dengan cara ini, tulisan ini akan menyelidiki peran intermedialitas dalam memahami fenomena dakwah Gus Baha, yang menggabungkan tradisi pesantren dengan kecanggihan media digital untuk mencapai berbagai lapisan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mendalami dan menginterpretasi konten *ngaji* yang disampaikan oleh Gus Baha di berbagai platform media sosial. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian ilmiah yang utamanya bertujuan untuk memahami isu-isu manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran yang komprehensif dan kompleks serta melaporkan berbagai sudut pandang secara detail dari sumber informasi.¹² Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi mendalam tentang

bagaimana pesan-pesan dakwah Gus Baha diterima, diinterpretasikan, dan berinteraksi dengan audiens dalam konteks dinamika media sosial.

Metode analisis deskriptif yang digunakan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, serta wawasan yang muncul dari konten dan interaksi dalam video serta unggahan *ngaji* Gus Baha. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya menggambarkan secara rinci apa yang disampaikan Gus Baha, tetapi juga meneliti cara-cara di mana pesan-pesan ini mengalami perubahan dan adaptasi dalam respons dan persepsi masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan untuk memahami lebih dalam bagaimana konten kajian Gus Baha menyampaikan pesan-pesan agama yang kompleks, serta bagaimana pesan-pesan tersebut berinteraksi dengan konteks sosial, budaya, dan teknologi yang ada.

Dalam konteks kajian media, konsep intermedialitas memainkan peran penting sebagai alat analisis untuk memahami transformasi sosial yang dipicu oleh digitalisasi dan globalisasi.¹³ Hal ini mengarah pada pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana teknologi media berperan dalam mengubah cara budaya diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Analisis intermedialitas tidak hanya menyoroti kesinambungan dalam evolusi media, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana hubungan antar media dapat menghasilkan bentuk-bentuk komunikasi baru yang memiliki signifikansi budaya yang unik.

¹² John W Creswell and Cheryl N Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (Sage publications, 2016).

¹³ Herkman, "Convergence or Intermediality? Finnish Political Communication in the New Media Age."

Konsep ini juga memberikan perspektif tentang bagaimana media satu dapat memengaruhi atau merujuk pada media lainnya. Pengaruh timbal balik ini menciptakan fenomena atau bentuk baru yang memiliki signifikansi berbeda dari media aslinya. Oleh karena itu, intermedialitas berada dalam ranah semiotik komunikatif.¹⁴ Dalam konteks penelitian ini, fokus pada intermedialitas tidak hanya menggambarkan hubungan antara media, tetapi juga mengidentifikasi cara di mana media-media ini saling berinteraksi dalam membentuk dan mengubah penerimaan masyarakat terhadap pesan-pesan dakwah.

Penelitian ini bukan hanya tentang deskripsi dan analisis konten media, tetapi juga tentang bagaimana teknologi media digital merespons dan membentuk dinamika sosial-budaya yang lebih luas. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif yang komprehensif, penelitian ini bertujuan untuk menyumbangkan pemahaman yang lebih dalam tentang peran dan dampak dakwah digital dalam konteks yang semakin terinterkoneksi secara global.

Hasil dan Pembahasan

Menurut Gabriele,¹⁵ intermedialitas mengacu pada hubungan antara berbagai media dan digunakan untuk menggambarkan beragam fenomena budaya yang melibatkan lebih dari satu media. Hubungan antar media ini membentuk konsep yang dikenal sebagai "lintas-media" atau "intermedialitas.

Intermedialitas dalam dakwah *ngaji* Gus Baha dapat dikaji secara luas, bergantung pada medium yang dipilih. Awalnya, pengajian Gus Baha hanya direkam dalam bentuk audio tanpa visual dengan durasi yang panjang, sekitar 40 menit hingga 1 jam, yang kemudian dibagikan melalui grup atau kanal Telegram. Namun, pengajian tersebut menjadi viral setelah diunggah ke YouTube dengan sedikit editan, di mana durasinya dipotong untuk membentuk formasi makna yang lebih jelas dan ditambahkan foto Gus Baha sebagai visual pendamping audionya.

Hal ini tentu selaras dengan yang dikatakan Klaus Bruhn bahwa intermedialitas mengacu pada keterkaitan media komunikasi modern yaitu media yang telah terdigitalisasi atau media internet, dan dalam konteks ini adalah media sosial.¹⁶ Media yang berbeda mengacu, bergantung, dan saling mempengaruhi satu sama lain, sebagai sarana ekspresi dan pertukaran, baik secara eksplisit maupun implisit; mereka berinteraksi sebagai elemen dari berbagai strategi komunikatif; dan mereka adalah konstituen dari lingkungan sosial dan budaya yang lebih luas. Menurut Jensen terdapat tiga konsep intermedialitas yang dapat dijelaskan; *discursive intermediality*, *material intermediality*, dan *institutional intermediality*.

Pertama, *discursive intermediality*, konsep yang membahas intermedialitas dalam konteks formasi makna melalui berbagai wacana secara bersamaan, termasuk kombinasi beberapa modalitas.

¹⁴ Rajewsky, "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality", 52-53.

¹⁵ Gabriele Rippl, *Handbook of Intermediality: Literature–Image–Sound–Music*, vol. 1 (Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2015), 11.

¹⁶ Jensen, 972.

Makna dibangun dengan mengaktifkan berbagai modalitas seperti musik, video, visual, akun media sosial dan medium yang lain sebagainya.

Dalam konteks dakwah keagamaan Gus Baha, intermedialitas dapat dilihat dari bagaimana wacana seputar keagamaan dibentuk oleh kanal-kanal media sosial yang ada. Wacana ini mencakup keislaman, tasawuf, tafsir Al-Quran, hukum fikih, hingga sejarah islam. Pendekatan estetis dan diskursif terhadap media, yang diwarisi dari ilmu humaniora, memandang media sebagai "teks" yang dianalisis untuk memberikan wawasan dan introspeksi. Selama abad ke-20, konsep "teks" berkembang mencakup gambar, percakapan, atau artefak sehari-hari sebagai respons terhadap perubahan sosial dan budaya.

Namun, dengan munculnya media massa global, pendekatan yang hanya fokus pada teks individual menjadi kurang relevan karena hubungan antar media menjadi sangat penting. John Fiske memperkenalkan dua aspek intertekstualitas: horizontal dan vertikal.¹⁷ Intertekstualitas horizontal mencakup transfer makna melalui sejarah, sementara intertekstualitas vertikal menyoroti sistem media yang mengedarkan topik dalam jangka waktu lebih singkat dan memasukkan khalayak sebagai media yang merespons dan berdebat mengenai konten teks. Dalam sistematika ini, Fiske membedakan tiga kategori teks: primer (sumber informasi utama), sekunder (publisitas dan kritik), dan tersier (percakapan penonton).

Dalam konteks intermedialitas dakwah Gus Baha, teks primer melibatkan pengajian luring atau tatap muka Gus Baha tentang tafsir Al-Quran atau wacana keagamaan lain yang diunggah ke berbagai media seperti Telegram. Teks sekunder mencakup video, gambar hasil desain grafis atau artikel oleh blogger yang merangkum poin-poin penting dari ceramah tersebut, biasanya juga terdapat kutipan-kutipan atau video pendek yang berisi poin-poin penting yang dipilih oleh para *muhibbin* Gus Baha.

Teks tersier melibatkan para penonton yang menonton video ceramah atau kajian Gus Baha dan meninggalkan komentar di beragam media sosial, berdiskusi tentang isi konten, mengajukan pertanyaan, atau memberikan tanggapan pribadi mereka. Diskusi juga terjadi di grup WhatsApp atau Telegram yang didedikasikan untuk *muhibbin* Gus Baha, di mana anggota grup membahas poin-poin dari ceramah tersebut, hingga merencanakan untuk menghadiri pengajian di Pondok LP3IA Rembang.

Berbagai platform media sosial membentuk wacana keagamaan melalui kombinasi video kajian, ceramah, video tulisan, dan kutipan-kutipan. Wacana ini mencakup berbagai aspek keislaman dan terjalin melalui media yang berbeda, menciptakan makna yang kaya dan kompleks yang diresapi oleh konteks sejarah dan kontemporer. Ini adalah contoh bagaimana intermedialitas diskursif bekerja dalam praktik nyata, membentuk pemahaman dan interpretasi agama melalui interaksi berbagai modalitas dan

¹⁷ John Fiske, *Television Culture* (UK: Methuen, 2010).

media yang mewacanakan keagamaan melalui konten-konten tentang Gus Baha.



Gambar 1. Contoh Intermedialitas Diskursif Konten Kajian Gus Baha

Kemudian yang kedua, *material intermediality*. Masih terkait dengan konsep pertama, jika *discursive intermediality* berbicara tentang bagaimana makna dibentuk melalui beragam wacana, *material intermediality* berbicara tentang bagaimana beragam wacana tersebut dikombinasikan melalui beragam media. Konsep ini mengeksplorasi bagaimana media berinteraksi dan saling-pengaruh untuk menyampaikan pesan, menciptakan pengalaman komunikatif yang kompleks. Intermedialitas material memungkinkan pesan disampaikan melalui berbagai saluran, seperti buku, film, media sosial, dan teknologi digital, sehingga memperluas jangkauan dan dampak informasi.

Pada awalnya, Jensen membagi intermedialitas material ke dalam tiga tingkatan.¹⁸ Pertama, tubuh manusia atau bentuk komunikasi fisik sebagai media tingkat pertama, yang memiliki peran penting selama ribuan tahun dalam mendukung produksi pengetahuan yang reflektif. Kedua, media massa yang mendistribusikan pesan dari beberapa pengirim ke banyak penerima, sehingga

memperluas akses informasi melintasi ruang dan waktu. Media ini mencakup teknologi analog seperti surat kabar, film, radio, dan televisi, yang mengubah praktik komunikasi satu-ke-banyak dan mendorong transformasi sosial. Ketiga, komputer digital sebagai media tingkat ketiga, atau "metamedium", yang memungkinkan berbagai media direproduksi dan digabungkan pada platform yang sama. Media tradisional tersedia di platform digital, yang juga mendukung bentuk media baru seperti situs jejaring sosial.

Namun pembagian Jensen tidak lagi relevan, dan kini intermedialitas material semakin melebar dan melampaui batas-batas yang berlaku, bahkan bisa jadi dari media tingkat pertama langsung menuju media tingkat ketiga, misalnya dari tulisan atau kajian offline Gus Baha langsung melompat termediatisasi melalui media digital, tanpa melalui media massa terlebih dahulu. Intermedialitas dakwah keagamaan Gus Baha dalam konteks ini dapat ditemui dengan banyaknya konten yang tersebar melalui beragam media. Bahkan selain media baru arus utama seperti Instagram, YouTube, Facebook,

¹⁸ Jensen, "Intermediality."

Telegram, X, dan TikTok konten dakwah keagamaan Gus Baha juga termediatisasi melalui kaos *custom* dan cat bergambar Gus Baha beserta kutipan ceramahnya di

belakang bak truk. Wacana seputar keislaman yang sudah disampaikan di atas direproduksi di dalam konsep ini.



Gambar 2. Contoh Intermedialitas Material Gus Baha dalam Kaos dan Bak Truk.

Konsep yang terakhir, *institutional intermediality*, yaitu interrelasi antara media yang satu dengan media yang lain sebagai institusi sosial, salah satu bentuknya adalah konvergensi media, bahwa digitalisasi akan menghasilkan penggabungan media dan praktik komunikatif yang sebelumnya terpisah. Beberapa jenis jaringan dapat mendistribusikan konten yang sama; beberapa jenis konten dapat digabungkan dalam satu jaringan atau saluran; dan beberapa platform atau perangkat dapat berfungsi sebagai titik akses ke jaringan dan konten yang berbeda. Hal ini karena media komunikasi modern tidak beroperasi secara terpisah, melainkan berfungsi dalam jaringan yang kompleks dan saling berhubungan satu sama lain.

Konvergensi media tidak hanya mengubah cara konten didistribusikan tetapi juga bagaimana konten dikonsumsi dan diproduksi. Misalnya, konsumen sekarang dapat mengakses berita melalui berbagai platform, seperti situs web, aplikasi seluler, dan media sosial, yang memungkinkan pengalaman yang lebih interaktif dan personal. Selain itu, produser

konten dapat menciptakan dan mendistribusikan materi melalui berbagai saluran, memperluas jangkauan dan dampak pesan mereka. Ini menciptakan ekosistem media yang lebih dinamis di mana batas-batas antara produsen dan konsumen menjadi semakin kabur, dan peran media sosial sebagai institusi sosial menjadi lebih kompleks dan beragam.

Seperti contohnya adalah konvergensi media 'Santri Gayeng' yang secara terpusat memublikasikan ceramah Gus Baha secara terverifikasi melalui Youtube, Facebook, Instagram, TikTok dan X. Konvergensi media 'Santri Gayeng' mencerminkan fenomena modern di mana konten kajian Gus Baha disajikan secara terpadu melalui platform-platform media sosial. menunjukkan bagaimana digitalisasi telah mengubah cara konten-konten keagamaan tidak hanya diakses tetapi juga diseminasi ke audiens yang lebih luas secara global.

Dengan menggunakan berbagai platform ini, 'Santri Gayeng' mampu menjangkau beragam kalangan, dari yang muda hingga yang tua, dari dalam negeri hingga internasional, sehingga

memperluas dampak dan jangkauan pesan keagamaan yang disampaikan.



Gambar 3. Intermedialitas Institusional Santri Gayeng

Selain tiga konsep intermedialitas menurut Klaus Bruhn Jensen di atas, ada juga tiga bentuk intermedialitas menurut Rajewsky. Pertama, *Media Transposition*, yaitu transformasi satu produk media menjadi produk media yang lain; adaptasi satu bentuk media ke media yang lain, contohnya di sini adalah awal mula kajian Gus Baha termidiatisasikan melalui banyak video pendek di Instagram dan Facebook karena mengambil berbagai video yang ada di Youtube, sedangkan video di Youtube merupakan bentuk adaptasi dari rekaman audio ceramah yang tersebar di saluran Telegram para *muhibbin* Gus Baha.

Kedua, *Media Combination*; atau bisa disebut *Mixed-media*, yaitu kombinasi antara minimal dua bentuk artikulasi media, seperti dalam audio ceramah Gus Baha yang digabung dengan instrumen musik berjudul *Rapuh* dari Opick atau instrumen seruling bersuasana sedih dan ditambahi dengan visual kutipan atau subtitle serta foto Gus Baha hingga terbentuklah sebuah Video. Terakhir, *Intermedial Reference*, bahwa satu

medium merujuk pada medium yang lain; satu produk media menjadi referensi atas produk media yang lain. Misalnya adalah kitab Tafsir Jalalain dan Nashoihul 'Ibad, yang dibacakan Gus Baha, telah menjadi sebuah referensi atas medium yang lain.¹⁹

Keseluruhan konsep ini kemudian mencerminkan kompleksitas media modern yang terkoneksi, membentuk pengalaman komunikasi yang mendalam dan multidimensional bagi audiensnya. Konsep-konsep intermedialitas menurut Rajewsky menekankan interaksi antar media modern yang tidak hanya berdiri sendiri tetapi saling mempengaruhi, menciptakan pengalaman komunikasi yang kompleks.

Dengan demikian, melalui analisis intermedialitas terhadap konten kajian Gus Baha, kita dapat memperluas pandangan terhadap bagaimana dakwah Gus Baha tidak hanya mengeksplorasi berbagai medium secara terpisah, tetapi juga bagaimana medium tersebut saling berinteraksi dan saling melengkapi untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih efektif dan

¹⁹ Rajewsky, "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality", 51.

terjangkau. Pemahaman tentang intermedialitas tidak hanya membantu dalam menggali kompleksitas dan dinamika pesan-pesan keagamaan dalam konteks kontemporer, tetapi juga merambah ke dalam cara teknologi dan media modern mengubah pengalaman agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks yang lebih luas, fenomena ini mencerminkan bagaimana dakwah untuk keagamaan, dengan memanfaatkan berbagai platform dan teknologi, tidak hanya lebih mudah diakses oleh publik global, tetapi juga menciptakan jaringan komunikasi yang adaptif, inovatif dan responsif terhadap berbagai tantangan dan perubahan dalam masyarakat. Dengan demikian, konsep intermedialitas tidak hanya relevan sebagai alat analisis dalam kajian media, tetapi juga sebagai pemahaman yang mendalam tentang bagaimana dakwah mampu untuk bertransformasi atau beradaptasi-berkembang dalam era digital ini.

Kesimpulan

Artikel ini menyoroti praktik dakwah Gus Baha dengan pendekatan intermedialitas, yang menunjukkan kompleksitas hubungan antara berbagai media dalam membentuk makna dan pengalaman komunikatif yang mendalam. Jensen mengemukakan konsep-konsep utama seperti *discursive intermediality*, *material intermediality*, dan *institutional intermediality*. Sedangkan Rajewsky dengan *Media Transposition*, *Media Combination*, dan *Intermedial Reference*.

Muhibbin Gus Baha menggunakan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Telegram untuk menyebarkan konten keagamaan.

Transformasi konten dari audio menjadi video dengan tambahan visual, atau bisa disebut juga sebagai musikalisasi konten dakwah menunjukkan adaptasi terhadap cara produksi-konsumsi media yang berubah. Dengan memanfaatkan berbagai media baru ini, Muhibbin Gus Baha dapat mencapai audiens yang lebih luas dan internasional, menciptakan pengalaman komunikatif yang dinamis. Media dapat ditransformasikan, dikombinasikan, dan saling merujuk untuk membentuk interaksi yang kompleks antar media sosial.

Secara keseluruhan, artikel ini menggambarkan bagaimana kemudian intermedialitas tidak hanya merefleksikan perkembangan teknologi dan media, tetapi juga cara di mana praktik keagamaan seperti dakwah dapat bertransformasi di era digital. Pendekatan intermedialitas yang digunakan dalam menganalisis konten kajian Gus Baha mengilustrasikan betapa pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens yang semakin terhubung dan beragam secara global. Muhibbin Gus Baha tidak hanya menggunakan media sosial untuk menyebarkan pengajaran agama, tetapi juga mengubah cara tradisional dakwah dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan interaksi antara berbagai media.

Daftar Pustaka

- Budiawan, and Satya Limanta. "Intermedialitas Dan Politik Identitas Di Era Digital: Sebuah Pengantar." In *Intermedialitas Dan Politik Identitas Di Era Digital*, edited by Budiawan and Satya Limanta, vii–xxiii. Yogyakarta: Ombak, 2021.
- Creswell, John W, and Cheryl N Poth. *Qualitative Inquiry and Research*

- Design: Choosing among Five Approaches*. Sage publications, 2016.
- Faizin, Muhammad. "Gus Baha Jadi Da'i Terpopuler Di Media Sosial." NU Online, 2022. <https://www.nu.or.id/nasional/gus-baha-jadi-Da'i-terpopuler-di-media-sosial-YSjG6>.
- Fiske, John. *Television Culture*. UK: Methuen, 2010.
- Herkman, Juha. "Convergence or Intermediality? Finnish Political Communication in the New Media Age." *Convergence* 18, no. 4 (2012): 369–84.
- . "Introduction: Intermediality as a Theory and Methodology." In *Intermediality and Media Change*, 10–27. Tampere: University of Tampere, 2012.
- Ipang Wahid Stratejik. "Ulama Paling Disukai Publik," 2023. <https://www.ipangwahidstratejik.com/>.
- Jensen, Klaus Bruhn. "Intermediality." In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1–12. Wiley Online Library, 2016.
- Musthofa, Qowim. "Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) Dan Pengaruhnya Pada Generasi Milenial." *Musala: Jurnal Pesantren Dan Kebudayaan Islam Nusantara* 1, no. 1 (2022): 79–90.
- Rajewsky, Irina O. "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality." *Intermedialités*, no. 6 (2005): 43–64.
- Rippl, Gabriele. *Handbook of Intermediality: Literature–Image–Sound–Music*. Vol. 1. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2015.
- Shihab, Najwa. "Lebih Dekat Dengan Gus Baha." Indonesia: Najwa Shihab, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=TDspKy-JHNU>.
- Zuhri, Achmad Muhibin. *Beragama Di Ruang Digital; Konfigurasi Ideologi Dan Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Virtual*. Lamongan: Nawa Litera Publishing, 2021.