



Dari Mimbar ke Media: Adaptasi Dakwah Fiqih Klasik Pondok Pesantren Lirboyo di Era Digital



M. Rizqy Zamiluddin Al Asy'ari, Muhammad Ni'am Masrukhil Hadi

*Korespondensi :

Email :
rizqyzamiluddin99@gmail.com

Afiliasi Penulis :

¹²Universitas Islam Negeri Syayid
Ali Rahmatullah Tulungagung

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 09 Mei 2025
Revisi : 21 Juni 2025
Diterima : 28 Juni 2025
Diterbitkan : 30 Juni 2025

Kata Kunci :

Dakwah Digital, Media Sosial,
Pondok Pesantren,
@limproduction

Keyword :

Digital Da'wah, Social Media,
Islamic Boarding School,
@limproduction

Abstrak

Artikel ini membahas peran strategis Pondok Pesantren Lirboyo dalam menyebarkan ajaran fiqh klasik di era digital melalui studi kasus pada unit media LIM Production. Penelitian ini dilatarbelakangi dari tantangan institusi pendidikan Islam tradisional untuk beradaptasi dengan lanskap media kontemporer agar tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang dijalankan pesantren dalam memanfaatkan media digital sekaligus menganalisis keterlibatan audiens dalam proses dakwah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa peran strategis Lirboyo diwujudkan melalui dua pilar utama: (1) fleksibilitas institusional dengan cara mengadaptasi format dakwah konvensional ke platform digital populer serta mengkontekstualisasikan ajaran kitab klasik agar relevan dengan isu-isu modern; dan (2) pembangunan budaya partisipatif yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam pembentukan konten. Sinergi antara fleksibilitas institusional dan partisipasi audiens melahirkan ekosistem dakwah yang dialogis, interaktif, dan efektif di ruang digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada identifikasi hubungan sinergis antara fleksibilitas dakwah dan budaya partisipatif sebagai kunci keberhasilan dakwah digital di pesantren.

This article discusses the strategic role of Pondok Pesantren Lirboyo in disseminating classical fiqh teachings in the digital age through a case study of the LIM Production media unit. This research was motivated by the challenges faced by traditional Islamic educational institutions in adapting to the contemporary media landscape in order to remain relevant amid changing patterns of information consumption. This study aims to identify the communication strategies implemented by Islamic boarding schools in utilizing digital media while analyzing audience engagement in the da'wah process. The method used in this study is qualitative with a case study approach through in-depth interviews, observation, and documentation. This study found that Lirboyo's strategic role is realized through two main pillars: (1) institutional flexibility by adapting conventional da'wah formats to popular digital platforms and contextualizing classical teachings to be relevant to modern issues; and (2) the development of a participatory culture that places the audience as active subjects in content creation. The synergy between institutional flexibility and audience participation has given rise to a dialogical, interactive, and practical preaching ecosystem in the digital space. The novelty of this research lies in identifying the synergistic relationship between preaching flexibility and participatory culture as the key to the success of digital preaching in Islamic boarding schools.



PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia yang telah memainkan peran penting dalam mentransmisikan ilmu – ilmu keislaman klasik kepada masyarakat (Fahraini and Almaliki 2023). Dalam dinamika modernisasi dan digitalisasi, pesantren tidak hanya berperan sebagai tempat pembelajaran kitab kuning, tetapi juga sebagai institusi dakwah yang aktif menyikapi perkembangan teknologi informasi. Perubahan ini menuntut pesantren untuk beradaptasi, menjaga tradisi sambil menyerap kemajuan digital sebagai alat strategis dakwah (Yulianingsih 2019). Hal ini menjadi penting agar pesantren tetap relevan dan mampu menjangkau generasi milenial. Transformasi ini menjadi perhatian banyak kalangan akademik, karena pesantren berada di titik krusial antara tradisi dan inovasi (Dinata, Said, and Lestari 2023).

Perkembangan teknologi digital memungkinkan pesantren untuk menjangkau lebih luas masyarakat melalui media sosial. Beberapa pesantren modern bahkan telah memanfaatkan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan materi keagamaan. Fenomena ini menjadikan media digital sebagai sarana efektif dalam menyampaikan dakwah Islam, termasuk ajaran fiqh klasik. Dalam hal ini, pesantren sebagai pelopor penyebar ajaran Islam tradisional mampu menggunakan media modern tanpa kehilangan identitasnya. Strategi ini menunjukkan fleksibilitas pesantren dalam berdakwah di era digital (Kasir and Awali 2024).

Pesantren Lirboyo, sebagai salah satu pesantren tradisional besar di Indonesia, telah mengambil langkah strategis dengan mendirikan unit dakwah digital bernama LIM Production. LIM Production aktif menyebarkan ajaran fiqh klasik melalui berbagai konten berbasis media sosial, seperti video dakwah, kutipan kitab, dan pengajian daring. Fenomena ini menunjukkan adanya sinergi antara tradisi kitab kuning dan media digital sebagai bentuk keberlanjutan dakwah klasik dalam balutan modernitas. Aktivitas dakwah LIM Production menjadi contoh konkret bagaimana fiqh klasik dapat dikemas secara menarik untuk generasi muda. Hal ini memperlihatkan peran aktif pesantren dalam merespons perubahan sosial – kultural Masyarakat (Hikmah and Masruroh 2025).

Keberhasilan LIM Production tidak terlepas dari dukungan struktur kelembagaan pesantren dan kecakapan teknologis santri yang tergabung dalam tim produksi. Mereka mengadaptasi metode dakwah konvensional menjadi pendekatan digital yang lebih komunikatif dan interaktif. Dengan memanfaatkan algoritma media sosial, dakwah yang disampaikan mampu menjangkau pengguna secara lebih luas, lintas wilayah bahkan lintas negara. Ini merupakan bentuk baru dari dakwah *bil-kitabah* dan *bil-hal* dalam versi digital yang lebih dinamis. Proses ini memperlihatkan bahwa pesantren mampu merespons kebutuhan zaman tanpa kehilangan ruh keilmuannya (Usman and A. 2018).

Konsistensi LIM Production dalam menyajikan konten fiqh klasik mencerminkan upaya menjaga orisinalitas ilmu keislaman. Melalui pengemasan visual yang menarik, pesan – pesan hukum Islam tradisional disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami. LIM Production juga menjadi ruang aktualisasi santri untuk menjadi dai digital, sekaligus sebagai aktor dakwah yang

memahami etika komunikasi digital. Dalam konteks ini, pesantren membentuk generasi pendakwah yang tidak hanya menguasai ilmu keislaman tetapi juga teknologi informasi. Hal ini merupakan bentuk respon terhadap kebutuhan dakwah kontemporer yang etis dan professional (Mastori 2021). Penggunaan media digital oleh pesantren tidak hanya meningkatkan daya jangkau dakwah tetapi juga meningkatkan daya saing pesantren dalam arus informasi global. Beberapa studi kasus seperti Pesantren Tebuireng dan Nurul Jadid juga menunjukkan hasil serupa, di mana digitalisasi dakwah mampu membawa nilai – nilai Islam ke dalam ruang virtual secara efektif. (Aisyah and Rofiah 2022).

Kajian mengenai transformasi dakwah pesantren di era digital telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian. Barus (2025) menekankan pentingnya pendampingan pembuatan media dakwah digital bagi santri, sebagai upaya membekali mereka dengan keterampilan praktis agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif di ruang digital (Barus 2025). Huda dan Obianto (2025) lebih jauh menyoroti transformasi dakwah di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi, yang berhasil memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus mempertahankan otoritas keilmuan klasik (Huda Al ihsan Huda and Obianto 2025). Sejalan dengan itu, Iskandar (2023) menyoroti munculnya gerakan dakwah digital yang diprakarsai oleh generasi Z pesantren, menandai pergeseran signifikan dari pola dakwah tradisional menuju pola yang lebih interaktif dan partisipatif (Iskandar 2023). Fenomena ini juga terlihat pada studi Iwan dan Ariyanto (2023) tentang Pondok Pesantren Terpadu Al Multazam Kuningan, yang menggunakan YouTube sebagai media utama dalam menghadirkan dakwah modern (Iwan and Ariyanto 2023). Mabrur dan Hairul (2022) menambahkan bahwa transformasi dakwah pesantren di era digital membawa peluang besar dalam memperluas audiens, namun sekaligus menghadirkan tantangan berupa konsistensi, kualitas pesan, dan risiko komodifikasi dakwah (Mabrur and Hairul 2022). Dalam konteks literasi, Nurhakki dkk. (2024) menekankan perlunya peningkatan literasi dakwah digital bagi pesantren di Tana Toraja agar lebih siap menghadapi dinamika media baru (Nurhakki et al. 2024). Hal ini diperkuat oleh Qury (2025) yang melihat bahwa teknologi informasi berperan vital dalam dunia pendidikan pesantren, baik sebagai sarana pembelajaran maupun penyebaran dakwah (Qury 2025). Dari berbagai penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah digital pesantren merupakan proses yang dinamis, diwarnai oleh adaptasi teknologi, inovasi format, serta keterlibatan generasi muda. Literatur ini memberikan kerangka teoretis penting bagi penelitian tentang strategi dakwah Pondok Pesantren Lirboyo melalui LIM Production.

Penelitian ini bertujuan untuk mengurai peran Pondok Pesantren Lirboyo dalam menyebarkan ajaran kitab fiqh klasik melalui unit LIM Production. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi bentuk, strategi, dan efektivitas dakwah digital yang dilakukan oleh LIM Production dalam menyebarkan konten fiqh klasik kepada masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan mengurai peran Pesantren Lirboyo dalam penyebaran ilmu. Fokus penelitian adalah penggunaan akun Instagram @limproduction sebagai media dakwah. Metode kualitatif dipilih

karena mampu menjelaskan fenomena secara mendalam kontekstual. Rumusan masalah mencakup strategi, media, dan dampak dakwah digital kontemporer. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan dakwah Islam berbasis digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggambarkan proses dakwah yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Lirboyo melalui media Lim Production. Fokus utama penelitian bukan pada isi konten dakwah, melainkan bagaimana strategi komunikasi dan interaksi antara institusi keagamaan dan media digital dijalankan secara praktis. Studi kasus dipilih karena mampu mengungkap dinamika kompleks dari fenomena spesifik dalam konteks kehidupan nyata (Creswell 2014). Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis secara deskriptif dengan pendekatan interaktif, mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono 2019b).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap makna di balik tindakan dan strategi dakwah digital yang dilakukan oleh Lim Production sebagai mitra dakwah Pondok Pesantren Lirboyo. Dengan mempertimbangkan kompleksitas relasi pesantren dan media sosial, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami konteks, pengalaman, dan persepsi pihak – pihak yang terlibat. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan aktivitas dakwah, tetapi juga mengkaji faktor – faktor yang memengaruhi keberlangsungan dan penerimaan pesan dakwah di kalangan audiens digital (Muhaemin 2017). Keterlibatan aktif Lim Production sebagai jembatan dakwah ke generasi muda menjadikan proses ini menarik untuk dieksplorasi lebih dalam melalui wawancara dengan tokoh kunci dan dokumentasi aktivitas.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan memilih informan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan distribusi dakwah digital. Wawancara mendalam dilakukan dengan narasumber dari pihak pesantren dan tim Lim Production untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang latar belakang, tujuan, serta tantangan dalam penyampaian pesan keagamaan melalui platform digital. Observasi dilakukan terhadap aktivitas produksi konten dakwah dan interaksi di media sosial sebagai pelengkap data primer. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data melalui perbandingan antar sumber data dan metode. Proses ini sejalan dengan prinsip kredibilitas dan transferabilitas dalam penelitian kualitatif (Creswell 2015).

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Analisis ini bersifat iteratif dan dilakukan secara simultan dengan proses pengumpulan data, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi pola dan makna dari proses dakwah yang berlangsung. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman kontekstual yang kaya tentang

bagaimana pesantren tradisional seperti Lirboyo menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital melalui kolaborasi dengan media profesional seperti Lim Production. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah digital berbasis pesantren yang adaptif dan partisipatif (Muhaemin 2017; Sugiyono 2019a)

HASIL

LIM Production dan Dakwah Pesantren di Instagram

LIM adalah singkatan dari Lembaga Ittihadul Muballighin, merupakan sebuah lembaga dakwah yang berada di bawah naungan Pondok Pesantren Lirboyo Kediri. LIM Production mengkoordinasikan aktivitas dakwah digital dengan memproduksi konten dakwah yang biasa dikonsumsi santri di lingkungan pesantren disebarluaskan melalui jaringan internet, salah satunya pada platform Instagram. Akun Instagram @limproduction dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Akun Instagram @limproduction

Akun Instagram @limproduction adalah media digital resmi yang dikelola oleh Lembaga Ittihadul Muballighin Pondok Pesantren Lirboyo. Akun ini memiliki lebih dari 156 ribu pengikut dengan jumlah unggahan mencapai 1.110 konten. Identitas akun ditampilkan melalui logo khas berwarna oranye, disertai deskripsi profil yang menjelaskan afiliasi kelembagaan, toko resmi @limstorelirboyo, serta tautan linktree untuk menghubungkan audiens dengan berbagai kanal distribusi konten lain. Identitas tersebut memperlihatkan upaya untuk menegaskan posisi akun ini sebagai representasi dakwah pesantren di ruang digital sekaligus memperkuat citra lembaga melalui media sosial. Konten yang dipublikasikan oleh akun @limproduction cukup bervariasi baik dari segi bentuk maupun tema. Fitur *highlight story* menampilkan klasifikasi konten ke dalam beberapa kategori, seperti KataKita, KalamHikmah, dan Jagongan Santuy, yang memudahkan audiens dalam memilih materi sesuai dengan kebutuhan. Bentuk konten mencakup video pendek, poster digital, kutipan teks, hingga potongan podcast yang membahas berbagai topik. Materi dakwah tidak hanya berfokus pada kajian kitab turats atau fiqh klasik, tetapi juga mencakup tema kontemporer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari generasi muda, seperti etika dalam bermedia, relasi sosial, hingga isu-isu ekonomi digital seperti investasi reksa dana dan crypto. Variasi tema ini menunjukkan adanya adaptasi

strategi dakwah terhadap dinamika zaman sekaligus usaha untuk menjembatani otoritas keilmuan tradisional dengan realitas digital.

Dari segi tampilan visual, akun ini menonjolkan konsistensi penggunaan warna oranye sebagai ciri utama. Tipografi yang tegas, pemakaian warna kontras, serta ilustrasi yang sederhana dan mudah dipahami menjadikan konten menarik perhatian sekaligus mudah dikenali. Penggunaan gaya visual yang konsisten pada setiap unggahan membentuk identitas yang kuat, sehingga memperkuat branding akun sebagai media pesantren yang modern dan profesional. Identitas visual ini juga memberi kesan bahwa pesantren tidak hanya menjaga otoritas keilmuan klasik, tetapi juga mampu hadir dengan gaya komunikasi yang relevan dengan kultur media sosial. Interaksi dengan audiens menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan akun @limproduction. Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran dakwah satu arah, melainkan juga sebagai ruang dialog yang partisipatif. Hal ini terlihat dari adanya program Q&A serta segmen "Limpad" yang secara khusus menampung pertanyaan dari audiens untuk kemudian diangkat menjadi bahan konten. Tingginya antusiasme audiens ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan yang masuk dalam waktu singkat. Pola interaksi ini menciptakan budaya partisipatif yang menjadikan audiens bukan hanya sebagai objek pasif, melainkan subjek yang turut berperan dalam membentuk konten dakwah. Selain variasi konten dan interaksi, konsistensi unggahan juga menjadi salah satu kekuatan utama akun ini. @limproduction secara rutin memperbarui konten dengan berbagai format, mulai dari poster singkat, potongan ceramah, hingga program tematik. Konsistensi ini tidak hanya menjaga keterhubungan dengan audiens, tetapi juga membentuk ekspektasi akan keberlanjutan program dakwah yang dijalankan. Regularitas unggahan, ditambah dengan konsistensi desain dan pesan, memperlihatkan keseriusan pengelolaan akun sebagai bagian dari strategi dakwah digital pesantren.

Secara keseluruhan, akun Instagram @limproduction merepresentasikan upaya Pondok Pesantren Lirboyo dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang kreatif, adaptif, dan interaktif. Akun @limproduction menggunakan Identitas visual yang kuat, konten yang variatif dan beragam, interaksi audiens yang partisipatif, serta konsistensi pengelolaan menjadikan akun ini contoh nyata bagaimana tradisi keilmuan klasik pesantren dapat diintegrasikan dengan budaya media digital. Data penelitian menunjukkan bahwa @limproduction tidak hanya berhasil menyebarkan ajaran fiqh klasik, tetapi juga menciptakan ruang komunikasi baru di mana pesantren dan audiens digital dapat bertemu dalam ekosistem dakwah yang dialogis.

Adaptasi Institusional: Fleksibilitas Dakwah di Era Pandemi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa titik awal LIM Production adalah sebuah respons adaptif terhadap krisis. Kegiatan dakwah fisik andalan Pondok Lirboyo, yaitu "safari ramadhan", terpaksa dihentikan total akibat merebaknya pandemi COVID-19 pada tahun 2019. Kekosongan ini tidak dibiarkan begitu saja, melainkan memicu lahirnya sebuah gagasan inovatif dari penerus Mbah Yai

Idris, yaitu Cak Khodir, untuk merambah dunia digital. Inspirasi yang diambil pun sangat modern dan tidak terduga, menunjukkan keterbukaan terhadap tren media populer. Narasumber 1, Zam – Zami, menjelaskan momen penting ini secara langsung:

"Cak Khodir selaku penerus mbah Yai Idris mempunyai ide untuk membuat podcast seperti deddy corbuzier. kemudian dimusyawarahkan alhasil terciptalah konten pertama pada LIM Production pada Channel Youtube Berbentuk Podcast pada tahun 2021."

Kutipan ini sangat signifikan karena menunjukkan bahwa inisiatif dakwah digital ini tidak lahir dari penolakan terhadap budaya populer, melainkan justru dari kemampuan untuk melihat potensi dalam format media kontemporer dan mengadopsinya untuk tujuan dakwah. Hal ini sejalan dengan temuan lain yang menunjukkan bahwa santri mulai memanfaatkan berbagai format digital populer seperti podcast sebagai strategi dakwah multicultural (Septyawan, Saputra, and Herdiansyah 2023).

Transformasi ini adalah contoh nyata dari penerapan teori fleksibilitas proses dakwah yang dikemukakan oleh Asep Saeful Muhtadi. Teori ini menekankan bahwa dakwah harus mampu menyesuaikan metode, media, dan pendekatan terhadap perubahan zaman dan karakter audiens (Mabrur and Hairul 2022). Langkah LIM Production beralih dari dakwah fisik ke panggung YouTube adalah wujud fleksibilitas dalam memilih media yang relevan. Lebih dari itu, pilihan untuk mengadopsi format podcast yang terinspirasi figur sekuler menunjukkan fleksibilitas dalam pendekatan. Mereka tidak membatasi diri pada format – format dakwah yang sudah ada, tetapi berani bereksperimen dengan gaya yang lebih komunikatif dan akrab bagi audiens digital. Hal ini menafsirkan bahwa strategi awal Lirboyo adalah merangkul perubahan, bukan melawannya, demi memastikan pesan keislaman tetap eksis dan tersampaikan secara efektif di tengah lanskap media yang baru, sebuah tantangan yang dihadapi banyak pesantren di era digital (Dinata, Said, and Lestari 2023).

Hasil wawancara menegaskan bahwa LIM Production bukanlah sekadar komunitas santri yang bergerak secara mandiri. Ia memiliki legitimasi kelembagaan yang kuat sebagai bagian dari struktur resmi Pondok Pesantren Lirboyo. Narasumber menjelaskan bahwa LIM Production adalah salah satu dari tiga bagian utama di bawah Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM), di samping PSDR yang mengurus safari ramadhan dan Litbang. Otoritas ini diperkuat melalui proses rekrutmen yang formal, di mana nama – nama yang ditunjuk dari tingkat 3 Aliyah akan mendapatkan "Surat Pengangkatan Dari LIM Production". Legitimasi ini secara sadar dijaga untuk memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan membawa bobot keilmuan pesantren, sekaligus menjaga orisinalitas ilmu keislaman (Mastori 2021). Hal ini dipertegas oleh Narasumber 1 dalam kutipan berikut:

"Iya mas, kita termasuk dari cara penyebaran ajaran dakwah pondok lirboyo. karena kita termasuk dalam lembaga dakwahnya lirboyo jadi isinya juga tentang ajaran dari lirboyo."

Kutipan ini secara eksplisit menunjukkan adanya kesadaran peran sebagai representasi resmi lembaga. Ini menafsirkan bahwa strategi dakwah Lirboyo adalah memadukan inovasi media dengan otoritas tradisional, sehingga mampu menggunakan media modern tanpa kehilangan identitasnya .

Dengan fondasi legitimasi yang kuat, LIM Production secara leluasa melakukan kontekstualisasi pesan. Sejalan dengan teori Muhtadi bahwa pesan klasik harus dikemas ulang secara modern, LIM Production menerjemahkan ajaran dari *kitab Turot* ke dalam berbagai format yang menarik dan relevan. Mereka tidak hanya menyajikan fikih secara tekstual, tetapi juga membahas isu-isu yang sangat dekat dengan kehidupan audiens, sebuah strategi yang terbukti efektif dalam menyajikan konten visual dengan gaya bahasa yang relevan bagi milenial (Nashihin and Munir 2023). Narasumber memberikan gambaran tentang luasnya cakupan materi yang dibahas, terutama dalam segmen QnA:

"isinya bermacam-macam mengenai tentang ubudiah, muamalah, crypto, reksa dana, dan masih banyak."

Kemampuan untuk membahas isu modern seperti *crypto* dan reksa dana menggunakan rujukan khazanah klasik adalah puncak dari proses kontekstualisasi. Ini menafsirkan bahwa LIM Production tidak hanya menyebarkan ilmu, tetapi juga melakukan *ijtihad digital*—menerapkan prinsip keilmuan Islam untuk menjawab tantangan zaman. Ini menunjukkan bahwa ajaran fikih klasik dalam pandangan mereka bukanlah teks yang mati, melainkan sebuah metodologi yang hidup dan dinamis, yang dikemas menarik untuk generasi muda (Hikmah and Masruroh 2025).

Membangun Budaya Partisipatif dalam Dakwah Digital

Temuan yang paling menonjol dari penelitian ini adalah bagaimana LIM Production memposisikan audiensnya. Audiens tidak hanya menjadi objek dakwah, tetapi subjek yang aktif berpartisipasi. Hal ini dibuktikan dengan adanya mekanisme produksi konten yang bersumber langsung dari audiens, seperti segmen "Limpat" di TikTok yang materinya diangkat dari komentar netizen dan segmen QnA. Tingkat partisipasi ini sangat tinggi dan menjadi bagian rutin dari siklus konten mereka. Narasumber 2 menjelaskan proses ini:

"setiap 2 minggu sekali ada segmen question box. baru 1 jam upload sudah 100 lebih yang masuk. kita ambil 20 pertanyaan."

Angka "100 lebih" pertanyaan dalam satu jam adalah data kuantitatif yang kuat yang menunjukkan tingginya kepercayaan dan keterlibatan audiens. Mereka merasa memiliki ruang yang aman dan terpercaya untuk bertanya dan suara mereka didengar, yang menjadi kunci keberhasilan dakwah digital berbasis kebutuhan spesifik (Ma'rufah 2023). Fenomena ini sangat selaras dengan teori media baru dari Henry Jenkins mengenai *participatory culture*. LIM Production secara sadar dan terstruktur memfasilitasi sebuah ruang dimana audiens dapat berinteraksi, bertanya, dan bahkan turut menentukan topik dakwah. Lebih dalam

lagi, sikap terbuka ini ternyata berakar pada nilai – nilai yang sudah ditanamkan di pesantren. Narasumber mengungkapkan filosofi di baliknya:

"kami itu Alhamdulillah didik oleh pendahulu kami untuk menerima masukan, kritik, saran dari Penonton. bahkan setiap pembahasan juga mengikuti penonton karena itu juga berpengaruh terhadap engagement."

Kutipan ini menjadi jembatan antara nilai tradisional pesantren (keterbukaan terhadap kritik) dengan tujuan media modern (*engagement*). Ini menafsirkan bahwa praktik dakwah mereka menjadi sebuah model hibrida yang unik: sebuah dialog dua arah yang otentik, di mana partisipasi audiens tidak hanya dihargai secara filosofis, tetapi juga dipahami sebagai elemen strategis untuk pertumbuhan di platform digital.

LIM Production menunjukkan pemahaman yang sangat pragmatis terhadap mekanisme media sosial. Interaksi bukan hanya soal membangun hubungan baik, tetapi juga merupakan metrik kunci untuk efektivitas jangkauan. Mereka secara sadar menjaga kecepatan respons agar tidak kehilangan pengikut dan memperhatikan kualitas visual untuk memancing interaksi. Narasumber secara terus terang menjelaskan strategi ini:

"bahkan kami juga sangat mantau tentang DM Instagram. jangan sampai kami kehilangan followers karena kami slow respon." "kalau presentasinya, 40% itu dari desain dan editan bahkan bisa tembus 50% karena orang tertatik pada foto foto ulama atau desain desainya."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa keputusan strategis mereka didasarkan pada pemahaman tentang perilaku audiens digital dan algoritma platform. Mereka tahu bahwa dalam ekonomi perhatian saat ini, kecepatan dan estetika adalah krusial, di mana kualitas desain visual berkontribusi langsung pada kualitas dakwah digital (Yoga Tri Utomo, 2021). Pada titik inilah keseluruhan analisis bertemu. Fleksibilitas (Muhtadi) yang ditunjukkan LIM Production dalam gaya komunikasi (responsif) dan estetika visual (desain menarik) menjadi faktor utama yang memungkinkan terciptanya budaya partisipatif (Jenkins). Mustahil partisipasi audiens dapat tumbuh subur jika pengelola konten bersikap kaku, lambat, dan tidak menarik secara visual. Dengan demikian, dapat ditarik pemahaman baru bahwa fleksibilitas berfungsi sebagai penyebab dan partisipasi sebagai akibat. Sinergi antara keduanya inilah yang menjadi kunci efektivitas dakwah LIM Production. Mereka berhasil karena mereka fleksibel dalam mengadopsi cara – cara baru untuk memancing interaksi, yang pada gilirannya membuat audiens merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas dialogis, bukan sekadar penonton pasif.

PEMBAHASAN

Pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam temuan – temuan penelitian mengenai peran dan strategi LIM Production dalam menyebarkan ajaran fikih klasik. Analisis ini didasarkan pada kerangka teori fleksibilitas proses dakwah yang digagas oleh Asep Saeful Muhtadi dan teori media baru oleh Henry Jenkins. Dengan memadukan kedua perspektif ini, pembahasan akan mengurai bagaimana LIM Production tidak hanya

mengadaptasi pesan dakwahnya, tetapi juga membangun sebuah ekosistem komunikasi yang partisipatif di ruang digital.

Temuan penelitian secara gamblang menunjukkan bahwa praktik dakwah yang dijalankan oleh LIM Production merupakan perwujudan nyata dari konsep fleksibilitas proses dakwah. Menurut Asep Saeful Muhtadi, dakwah yang efektif di era modern menuntut kemampuan untuk menyesuaikan metode dan media dengan karakter audiens serta perkembangan zaman. Hal ini terefleksi kuat dalam sejarah kelahiran LIM Production. Transformasi dari kegiatan dakwah konvensional "safari ramadhan" yang terhenti akibat pandemi, menjadi sebuah inisiatif media digital yang terinspirasi dari format podcast sekuler populer, adalah bukti konkret dari adaptabilitas institusional. Keputusan ini menunjukkan bahwa LIM Production tidak bersikap kaku terhadap metode tradisional, melainkan secara sadar memilih format media baru yang paling relevan dan memiliki daya tarik luas bagi masyarakat. Motivasi mereka untuk mengisi ruang digital dengan konten positif agar tidak didominasi oleh konten negatif juga selaras dengan teori Muhtadi, yang menekankan pentingnya pendakwah untuk proaktif dalam memanfaatkan lanskap media yang ada.

Lebih jauh, fleksibilitas ini tidak hanya terlihat pada pemilihan media, tetapi juga pada strategi pengemasan pesan. Teori Muhtadi menekankan bahwa pesan keislaman dari kitab klasik dapat tetap relevan jika dikemas secara kontekstual. LIM Production secara eksplisit melakukan hal ini dengan menyajikan ajaran dari kitab turot ke dalam berbagai segmen yang disesuaikan dengan karakteristik platform. Di Instagram, mereka menggunakan format "Limpedia" dan "Limpat" yang visual, sementara di Reels dan TikTok, mereka menciptakan drama pendek "tutimini". Ini adalah bentuk "penerjemahan" konten fikih klasik ke dalam bahasa visual dan naratif yang mudah dicerna oleh generasi digital. Puncak dari strategi kontekstualisasi ini adalah segmen QnA, di mana mereka secara langsung menerapkan ajaran fikih untuk menjawab isu – isu modern yang diajukan audiens, seperti crypto dan reksa dana. Dengan demikian, LIM Production tidak hanya menyajikan ajaran klasik sebagai artefak masa lalu, tetapi sebagai kerangka kerja yang hidup dan relevan untuk menavigasi kompleksitas kehidupan kontemporer, sesuai dengan inti dari fleksibilitas dakwah.

Sementara teori fleksibilitas proses dakwah menjelaskan "mengapa" dan "bagaimana" LIM Production mengubah strateginya, teori media baru dari Henry Jenkins memberikan lensa untuk memahami dinamika interaksi yang terjadi sebagai hasilnya. Jenkins mengemukakan bahwa media baru menciptakan participatory culture (budaya partisipatif), di mana audiens bukan lagi konsumen pasif. Temuan penelitian sangat mendukung teori ini. LIM Production secara sadar membangun ruang bagi partisipasi audiens. Segmen QnA yang menghimpun pertanyaan dari semua media sosial dan segmen "Limpad" di TikTok yang materinya diambil dari komentar netizen adalah contoh utama bagaimana audiens secara langsung ikut membentuk agenda dan isi konten dakwah. Tingginya partisipasi, yang dibuktikan dengan masuknya lebih dari 100 pertanyaan dalam satu jam untuk sesi tanya jawab, menunjukkan bahwa audiens

merasa memiliki peran aktif dalam proses komunikasi ini. Dakwah tidak lagi menjadi monolog dari atas ke bawah, melainkan sebuah dialog yang terdesentralisasi.

Kedua teori tersebut pada akhirnya saling berkelindan dan memperkuat satu sama lain dalam praktik LIM Production. Fleksibilitas (Muhtadi) yang ditunjukkan oleh LIM Production menjadi prasyarat yang memungkinkan lahirnya budaya partisipatif (Jenkins). Keterbukaan mereka untuk menerima masukan, kritik, dan saran dari penonton serta keputusan strategis untuk merespons audiens demi meningkatkan engagement adalah jembatan yang menghubungkan kedua teori. Dengan bersikap adaptif dan menciptakan format-format interaktif, mereka secara efektif membuka pintu bagi audiens untuk berpartisipasi. Pentingnya desain visual yang dapat memengaruhi engagement hingga 50% juga dapat dilihat sebagai strategi fleksibel yang bertujuan untuk memancing partisipasi audiens. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan LIM Production dalam menyebarkan ajaran fikih klasik di media sosial tidak hanya terletak pada kemampuannya mengemas ulang konten, tetapi juga pada kemampuannya membangun sebuah ekosistem dakwah digital di mana fleksibilitas institusional dan partisipasi audiens bertemu dan saling memperkuat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguraikan peran Pondok Pesantren Lirboyo dalam menyebarkan ajaran fikih klasik melalui unit media digitalnya, LIM Production, dengan menekankan posisinya sebagai jembatan antara otoritas keilmuan tradisional dan lanskap media kontemporer. Peran ini diwujudkan melalui strategi dakwah yang memadukan fleksibilitas dan partisipasi audiens, sekaligus menjawab rumusan masalah penelitian mengenai bentuk, strategi, dan dampak dakwah digital. Hasil penelitian mengidentifikasi dua pilar utama strategi dakwah LIM Production. Pertama, fleksibilitas institusional, yang diwujudkan melalui adaptasi metode dakwah konvensional, seperti safari Ramadhan, ke format digital populer seperti podcast. Transformasi ini awalnya muncul sebagai respons terhadap pandemi, namun berkembang menjadi model komunikasi yang lebih dekat dengan budaya populer. Fleksibilitas juga tampak pada kontekstualisasi pesan, di mana ajaran fikih klasik dari kitab turats dikemas dalam format visual yang relevan bagi generasi muda, sekaligus dikaitkan dengan isu-isu kontemporer seperti crypto dan reksa dana. Kedua, strategi dakwah LIM Production berpusat pada pembangunan budaya partisipatif (participatory culture). Audiens diposisikan bukan sebagai objek pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang turut membentuk konten. Hal ini tampak dalam segmen interaktif seperti Q&A dan program "Limpad," yang materinya bersumber dari pertanyaan dan komentar netizen. Tingginya tingkat keterlibatan, yang tercermin dari ratusan pertanyaan yang masuk dalam waktu singkat, menunjukkan keberhasilan mereka dalam menciptakan ruang dialog dua arah yang lebih terbuka dan terdesentralisasi. Inti dari temuan penelitian ini adalah adanya hubungan sinergis antara fleksibilitas dakwah dan budaya partisipatif.

Fleksibilitas, sebagaimana dikemukakan dalam teori Asep Saeful Muhtadi tentang komunikasi dakwah, ditunjukkan melalui gaya komunikasi responsif dan kualitas desain visual yang menarik. Kondisi inilah yang memungkinkan lahirnya budaya partisipatif sebagaimana dirumuskan oleh Henry Jenkins. Dengan demikian, fleksibilitas menjadi penyebab, sementara partisipasi merupakan akibat; sinergi keduanya menjadi kunci efektivitas dakwah digital LIM Production. Kesimpulannya, keberhasilan LIM Production dalam menyebarkan ajaran fiqh klasik terletak pada kemampuannya menciptakan ekosistem dakwah dialogis di ruang digital, di mana otoritas keilmuan pesantren bertemu dan diperkuat oleh partisipasi aktif audiens.

REFERENSI

- Aisyah, N, and S Rofiah. 2022. "Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 8 (2).
- Barus, Jusua. 2025. "Pendampingan Pembuatan Media Dakwah Digital Untuk Santri Pesantren Bandar Tinggi." *INOVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (2 SE – Artikel): 16 – 21. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/inv/article/view/317>.
- Creswell, J W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. SAGE Publications.
- . 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinata, R O, H S Said, and T U Lestari. 2023. "Pesantren Dalam Era Digital: Antara Tradisi Dan Transformasi." In *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*. Vol. 2. <https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18657>.
- Fahraini, S, and M F Almaliki. 2023. "Peran Strategis Pesantren Dalam Mengimplementasikan Sustainable Development Goals Melalui Pendidikan Berkualitas Untuk Mencapai Indonesia Emas 2045." *Prosiding AnSoPS (Annual Symposium on Pesantren)*. Kediri: IAIN Kediri. <https://proceeding.iainkediri.ac.id/index.php/ansops/index>.
- Hikmah, N, and S A Masruroh. 2025. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Dakwah: Tinjauan Strategi Akun Instagram @limproduction." *Jurnal Al Nahyan* 1 (1): 40 – 53. <https://doi.org/10.58326/jan.v1i1.148>.
- Huda Al ihsan Huda, Rizqi, and Agung Obianto. 2025. "Transformasi Dakwah Pesantren Melalui Media Digital: Studi Kasus Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9 (1): 146 – 59. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i1.3608>.
- Iskandar, Hasyim. 2023. "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)." *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 (1 SE – Articles). <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v3i1.1991>.
- Iwan, and Ariyanto. 2023. "Dakwah Modern Pada Era Digital (Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Terpadu Al Multazam Kuningan Jawa Barat)." *Risblah Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 9 (1 SE – Articles): 327 – 36. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v9i1.427.
- Kasir, Ibnu, and Syahrol Awali. 2024. "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah*

Dalam Mata Tinta 11 (1): 59 – 68.

- Ma'rufah, Hafidhoh. 2023. "Dakwah Fiqih Darah Perempuan Di Media Sosial: Studi Terhadap Akun Instagram @dailyhaid." *Jurnal Ilmu Dakwah* 22 (2): 155 – 67. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i2.9596>.
- Mabrur, M, and Moh. A Hairul. 2022. "Transformasi Dakwah Pesantren Di Era Digital; Membaca Peluang Dan Tantangan." *An-Nida'* 46 (2): 231. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i2.20864>.
- Mastori. 2021. "Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial." *Journal of Islamic Communication & Broadcasting* 1 (1).
- Muhaemin, E. 2017. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11: 341 – 56. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i.1906>.
- Nashihin, and Dwi Ahmad Syahrul Munir. 2023. "Analisis Produk Digital Santri Sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan Dalam Mensyiarkan Nilai – Nilai Keislaman." *An-Nashiha Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 3 (2): 66 – 72. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v3i2.743>.
- Nurhakki, Nurhakki, Suhardi Suhardi, Hayana Hayana, Jusmiati Jusmiati, and Nur Annisa. 2024. "Literasi Dakwah Digital Pada Pesantren Di Kabupaten Tana Toraja." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5 (3 SE –): 3250 – 62. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3056>.
- Qury, Suaeb. 2025. "Dakwah Kontemporer Dan Teknologi Informasi Di Dunia Pendidikan Pondok Pesantren." *Al-Munawwarah : Jurnal Pendidikan Islam* 16 (1 SE –): 70 – 86. <https://doi.org/10.35964/munawwarah.v16i1.352>.
- Septyawan, D, F D Saputra, and A Herdiansyah. 2023. "Strategi Komunikasi Dakwah Digital Di Kalangan Santri." *Jurnal Ilmu Sosial* 6.
- Sugiyono. 2019a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- . 2019b. *Statistika Penelitian*. Jakarta: ALFABETA, CV.
- Usman, Rani, and K A. 2018. "Dakwah Digital (Studi Strategi Membentuk Dai Digital Di Aceh)." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*.
- Yulianingsih. 2019. "Strategi Dakwah Pada Komunitas Xkwavers." *Sustainability (Switzerland)* 11 (1): 1 – 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3016>.