Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Volume 8 No. 1 Juni 2026 103-119
DOI https://doi.org/10.37092/khabar.v8i1.1406
https://jurnal.staibsllg.ac.id/index.php/khabar
E-ISSN: 2716-0769 (Online)

KOMUNIKASI PERSUASIF ANRE GURUTTA FARIED WADJEDY DALAM MODEL DAKWAH DIGITAL HIBRIDA ERA SOCIETY 5.0

Muhammad Ali Ridha, Muhammad Qadaruddin, Sumarni Sumai, Nurhikmah, Ahmad Yani
Institut Agama Islam Negeri Parepare. Parepare, Indonesia
muhammad.ali.ridha1991@gmail.com, muhammadqadaruddinamsos@iainpare.ac.id, sumarnisumai@iainpare.ac.id, nurhikmah@iainpare.ac.id, ahmadyani01@iainpare.ac.id

Article History
Received :09-12-2025
Revised :20-05-2026
Accepted :01-06-2026

***Keywords*:**
Persuasive Communication, Hybrid Digital Da'wah, Anre Gurutta Faried Wadjedy, Society 5.0,

Abstract

This study examines Anre Gurutta Prof. Dr. H. M. Faried Wadjedy's persuasive communication approach and its contribution to building a hybrid digital da'wah model in the era of Society 5.0. Using a qualitative single-case study approach, data were collected through in-depth observations of offline assemblies, critical discourse analysis of 150 YouTube videos and 50 live broadcast sessions (2020–2025), participant observation, and in-depth interviews with da'i and their media team. The findings reveal five consistent persuasive characteristics (ethos rooted in Bugis-Makassar traditional authority, pathos through local narratives and humor, simplified logos, adaptive kinesics, and strong social presence) that remain consistent across physical and digital spaces. This model demonstrates that authentic local identity, far from being a barrier, is a strongest asset in the digital age. MDHA offers a replicable blueprint for Indonesian da'wah, demonstrating that deeply rooted traditions and cutting-edge technology can coexist harmoniously. This study recommends its implementation by preachers, Islamic institutions, and policymakers, as well as further comparative and longitudinal research across Indonesia's diverse cultural contexts.

Pendahuluan

Era Society 5.0 yang dicetuskan Jepang pada tahun 2016 dan mulai menjadi diskursus global sejak 2019 menandai peralihan paradigma masyarakat dari informasi yang berlimpah (information society) menuju masyarakat yang berpusat pada manusia (human-centered society) dengan memanfaatkan teknologi canggih seperti Artificial Intelligence, Internet of Things (IoT), Big Data, dan robotika untuk menyelesaikan permasalahan social (Sawitri, 2025). Di Indonesia, konsep ini mulai diadopsi secara resmi melalui pidato Presiden Joko Widodo pada tahun 2021 dan menjadi salah satu visi Making Indonesia 4.0 yang diperluas menuju Society 5.0 (Ahmadi & Ibda, 2019). Dalam konteks ini, aktivitas dakwah sebagai proses komunikasi Islam tidak dapat lagi mengandalkan pola konvensional secara

eksklusif. Dakwah harus bertransformasi menjadi dakwah hibrida yang menggabungkan pertemuan tatap muka (offline) dengan pemanfaatan platform digital secara intensif dan terintegrasi(Alfiyatul et al., 2025).

Anre Gurutta Faried Wadjedy, seorang da'i asal Sulawesi Selatan yang memiliki pengikut puluhan ribu di berbagai platform digital (YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok), menunjukkan pola komunikasi yang unik (Taufiq, 2023). Ia mampu mempertahankan gaya tabligh tradisional Bugis-Makassar (berbahasa daerah, menggunakan tradisi Anre Gurutta, dan berpakaian sarung serta jas Tutu'), sekaligus memanfaatkan teknologi digital secara masif dan terstruktur (Setiawati et al., 2024). Pola ini melahirkan apa yang dalam penelitian ini disebut sebagai "model dakwah digital hibrida" yaitu model dakwah yang mengintegrasikan komunikasi persuasif lisan tradisional dengan strategi digital berbasis konten video pendek, live streaming, dan interaksi dua arah di media social (Huda et al., 2025).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas dakwah digital di Indonesia. Misalnya, penelitian (Mazaya, 2021) mengenai strategi dakwah Ustadz Abdul Somad di YouTube, (Ismiati et al., 2024) tentang komunikasi dakwah Hanan Attaki di Instagram, serta (Adawiyah et al., 2025) tentang transformasi majelis taklim menjadi majelis digital pada masa pandemi. Namun, mayoritas penelitian tersebut masih berfokus pada salah satu sisi saja: baik sisi digital (platform dan algoritma) maupun sisi tradisional (gaya retorika da'i), dan belum banyak yang menganalisis integrasi keduanya secara komprehensif dalam satu model yang utuh. Selain itu, hampir semua penelitian tersebut menggunakan da'i yang berbasis di pulau Jawa atau berbahasa Indonesia dominan, sehingga belum menyentuh fenomena da'i daerah yang tetap menggunakan bahasa lokal namun berhasil menembus audiens nasional bahkan internasional melalui platform digital.

Keunikan penelitian ini terletak pada empat hal. Pertama, obyek kajiannya adalah da'i lokal (Anre Gurutta) yang tetap menggunakan identitas kultural Bugis-Makassar secara kuat, namun mampu membangun pengaruh lintas wilayah melalui strategi digital yang sistematis. Kedua, penelitian ini mengembangkan konsep "model dakwah digital hibrida" sebagai sintesis antara teori komunikasi persuasif klasik (Aristotle, Elaboration Likelihood Model, dan teori retorika Islam Al-Jurjani) dengan teori komunikasi digital modern (Media Richness Theory dan Social Presence Theory). Ketiga, penelitian ini dilakukan dalam kerangka Society 5.0, sehingga tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga memberikan proyeksi bagaimana dakwah dapat menjadi solusi permasalahan sosial di era super smart society. Keempat, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal yang mendalam (in-depth single case study) disertai analisis wacana kritis terhadap 150 video dakwah dan 50 sesi live streaming Anre Gurutta Faried Wadjedy periode 2020–2025.

Tujuan penulisan artikel ini adalah: (1) mengungkap karakteristik komunikasi persuasif Anre Gurutta Faried Wadjedy baik dalam ranah offline maupun online; (2) merumuskan konstruksi model dakwah digital hibrida yang ia gunakan; (3) menganalisis relevansi dan efektivitas model tersebut dalam konteks Society 5.0; serta (4) memberikan rekomendasi pengembangan model dakwah hibrida bagi da'i dan lembaga dakwah di Indonesia.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengembangan "Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta" yang terdiri dari lima elemen utama: (a) identitas kultural lokal yang autentik, (b) retorika persuasif berbasis tradisi lisan Islam Nusantara, (c) strategi konten digital multi-platform, (d) interaksi komunitas virtual yang intens, dan (e) integrasi teknologi live streaming dengan majelis offline. Model ini berbeda dengan model dakwah digital pada umumnya yang cenderung meninggalkan identitas lokal demi mengejar jangkauan audiens yang lebih luas.

Secara teoritis, penelitian ini menggunakan dua landasan utama. Pertama, teori komunikasi persuasif yang menggabungkan tiga elemen klasik Aristoteles (ethos, pathos, logos) dengan teori kontemporer Elaboration Likelihood Model (Sumirah et al., 2025) untuk memahami bagaimana Anre Gurutta membangun kredibilitas (ethos) yang sangat kuat melalui gelar dan tradisi Anre Gurutta, memainkan emosi audiens (pathos) melalui cerita-cerita lokal, serta logika argumen (logos) yang sederhana namun mendalam. Kedua, teori komunikasi digital berbasis Media Richness Theory (Rustan et al., 2025) dan Social Presence Theory (Kreijns et al., 2022) untuk menjelaskan mengapa kombinasi live streaming dan video pendek menjadi sangat efektif dalam membangun rasa kehadiran (presence) meskipun secara fisik terpisah ribuan kilometer.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif terhadap majelis offline Anre Gurutta di Sulawesi Selatan (2023–2025), wawancara mendalam dengan Anre Gurutta dan tim media, serta analisis isi (content analysis) terhadap 150 video YouTube dan 50 sesi live streaming. Data sekunder berupa literatur kepustakaan, jurnal, dan laporan media. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough untuk mengungkap relasi kekuasaan, praktik sosial, dan teks dakwah yang diproduksi.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya ingin mendeskripsikan fenomena komunikasi persuasif seorang da'i, tetapi juga menghasilkan sebuah model dakwah yang adaptif, inklusif, dan relevan dengan tantangan Society 5.0. Model ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para da'i, pengelola majelis taklim, lembaga pendidikan Islam, dan pemerintah dalam merumuskan strategi dakwah di era disrupsi teknologi dan perubahan sosial yang sangat cepat.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal (single case study). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi persuasif Anre Gurutta Faried Wadjedy serta proses pembentukan model dakwah digital hibrida yang bersifat unik, kontekstual, dan tidak dapat digeneralisasi secara statistik. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif-konstruktivis yang berasumsi bahwa realitas sosial, termasuk praktik dakwah, dikonstruksi melalui interaksi antara da'i dan audiens dalam ruang fisik maupun digital. Paradigma ini memungkinkan peneliti menafsirkan makna di balik teks, simbol, dan praktik komunikasi yang dilakukan Anre Gurutta.

Data primer diperoleh langsung dari aktivitas dakwah Anre Gurutta Faried Wadjedy, meliputi:

1. Rekaman video dakwah di YouTube (150 video terpilih periode 2020–2025)
2. Sesi live streaming di Facebook dan Instagram (50 sesi terpilih)
3. Observasi partisipatif pada majelis offline di beberapa lokasi di Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat(2025–2023)
4. Wawancara mendalam dengan Anre Gurutta Faried Wadjedy, tim media, dan beberapa pengikut inti

Data sekunder berupa literatur kepustakaan, jurnal ilmiah, buku, artikel berita, serta dokumentasi internal tim dakwah Anre Gurutta. Penelitian dilakukan dalam lima tahap utama:

1. Tahap pra-lapangan (2023), pengumpulan data awal melalui penelusuran kanal-kanal digital Anre Gurutta, penyusunan instrumen, dan perizinan kepada yang bersangkutan.
2. Tahap lapangan I (2023–2024), observasi partisipatif majelis offline dan pengumpulan data digital secara intensif.
3. Tahap lapangan II (2024–2025), wawancara mendalam dan verifikasi data dengan Anre Gurutta serta tim media.
4. Tahap analisis dan pengkonstruksian model.(2025)
5. Tahap penulisan dan validasi temuan melalui triangulasi sumber dan metode.

Pengumpulan data dilakukan dengan empat teknik utama yaitu observasi partisipatif, peneliti hadir dalam majelis offline, mencatat gaya komunikasi, interaksi dengan jamaah, dan penggunaan atribut kultural. *Kedua*, Analisis dokumen dan konten digital: pengunduhan dan penataan 150 video YouTube serta 50 live streaming menggunakan perangkat NVivo 14 untuk memudahkan pengkodean. *Ketiga*, Wawancara mendalam semi-terstruktur: dilakukan secara tatap muka dan daring terhadap Anre Gurutta (3 sesi), tim media (5 orang), dan pengikut aktif (10 orang). *Keempat*, Focus Group Discussion (FGD): satu kali pertemuan dengan pengikut daring dari berbagai daerah untuk memahami persepsi mereka terhadap komunikasi persuasif Anre Gurutta.

Analisis data menggunakan pendekatan analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) model Norman Fairclough yang terdiri atas tiga dimensi (1) Analisis teks (text) pengkodean unsur retorika persuasif (ethos, pathos, logos), penggunaan bahasa Bugis-Indonesia, dan struktur narasi dakwah. (2) Praktik wacana (discursive practice) analisis proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten dakwah (bagaimana video dibuat, diunggah, dan diterima audiens). (3) Praktik sosial (sociocultural practice): penempatan praktik dakwah dalam konteks Society 5.0 dan transformasi sosial-keagamaan di Indonesia. Selain itu, digunakan juga analisis tematik (thematic analysis) Braun & Clarke untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi persuasif dan merumuskan elemen-elemen model dakwah digital hibrida. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, metode, dan teori serta member check kepada Anre Gurutta Faried Wadjedy.

Keabsahan penelitian dijamin melalui (1) triangulasi sumber dan metode, (2) member check, (3) audit trail yang lengkap, (4) thick description terhadap konteks budaya Bugis-Makassar dan dinamika digital, serta (5) refleksivitas peneliti sebagai bagian dari proses interpretasi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang kaya, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus memberikan kontribusi praktis

bagi pengembangan dakwah di era Society 5.0.

Pembahasan

Karakteristik komunikasi persuasif Anre Gurutta Faried Wadjedy

Analisis terhadap 150 video YouTube, 50 sesi live streaming, dan observasi langsung majelis offline selama periode 2020–2025 menunjukkan adanya pola hibriditas otoritas yang sangat khas (Mangkoso, 2018). Anre Gurutta Faried Wadjedy berhasil mentransformasikan wibawa ulama tradisional Bugis-Makassar yang selama ini bersifat kaku dan berjarak menjadi bentuk komunikasi yang cair, interaktif, dan mudah diakses di ruang digital tanpa menghilangkan kesakralan dan otoritasnya. Kunci keberhasilan ini terletak pada konsistensi penggunaan simbol-simbol tradisional yang justru menjadi pembeda di tengah lautan konten dakwah milenial yang cenderung seragam dan kosmopolit.

Ethos beliau dibangun melalui visualisasi otoritas yang sangat kuat. Jas Tutu' Hijau lengkap dengan sarung dan songkok menjadi identitas visual yang tidak pernah berubah, baik ketika berceramah di masjid desa maupun saat muncul dalam video vertikal TikTok berdurasi tiga puluh detik. Busana ini bukan sekadar pakaian, melainkan tanda semiotik yang langsung dikenali masyarakat Bugis-Makassar sebagai lambang integritas, kesopanan, dan keilmuan pesantren tua. Di tengah maraknya da'i muda yang mengadopsi gaya kasual atau bahkan streetwear, pilihan Anre Gurutta untuk tetap tampil dalam busana tradisional justru memperkuat kredibilitasnya sebagai pewaris langsung tradisi Darul Dakwah wal Irsyad (DDI) Mangkoso.

Pathos tercipta melalui kedekatan emosional yang dihasilkan dari lokalisasi bahasa dan narasi (A. N. Hanum et al., 2024). Beliau secara konsisten melakukan alih kode antara bahasa Bugis halus dan bahasa Indonesia, menggunakan bahasa daerah untuk bagian-bagian yang menyentuh hati dan nasihat moral, sementara bahasa Indonesia dipakai untuk penjelasan yang lebih universal. Metafora agraris seperti sure' galung, pattongko, dan cerita-cerita petani sawah menjadi jembatan emosional yang sangat efektif bagi audiens pedesaan Sulawesi Selatan yang masih mayoritas berprofesi sebagai petani. Humor khas Makassar yang kering, tajam, dan sering kali self-deprecating menjadi pelumas yang mencairkan suasana pengajian kitab kuning yang biasanya kaku, membuat audiens merasa "ini Gurutta kita, yang mengerti hidup kita sebenarnya."

Logos disampaikan dalam bentuk yang sangat sederhana namun berulang-ulang sehingga mudah diingat. Ayat-ayat pendek, hadis populer, dan analogi kehidupan sehari-hari menjadi pola tetap. Beliau jarang menggunakan argumen filosofis panjang atau istilah Arab yang rumit, melainkan memilih pengulangan kalimat-kalimat kunci dengan intonasi yang semakin meninggi, teknik yang terbukti sangat cocok untuk format video pendek dan live streaming di mana rentang perhatian audiens terbatas.

Konstruksi Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta Faried Wadjedy

Dari pola yang berulang tersebut, lahirlah sebuah model dakwah yang sepenuhnya hibrida, bukan sekadar memindahkan ceramah offline ke platform digital, melainkan menciptakan sistem sirkulasi konten yang saling menguatkan antara dunia fisik dan virtual. Majelis offline tetap menjadi sumber utama materi, direkam secara langsung, kemudian dipotong-potong menjadi konten pendek

untuk TikTok dan Reels, bagian tengahnya diunggah ke YouTube, sedangkan interaksi pasca-ceramah dilanjutkan di grup WhatsApp resmi dan sesi live tanya-jawab mingguan. Sistem ini menciptakan lingkaran tertutup di mana audiens offline dan online saling memberi makan satu sama lain.

Analisis Konstruksi Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta Faried Wadjedy

Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik dakwah beliau tidak lagi bersifat linear, melainkan telah berkembang menjadi ekosistem sirkular tertutup yang disebut dalam penelitian ini sebagai Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta (MDHA). Inti dari model ini adalah mekanisme flywheel atau roda gila yang terus berputar: majelis fisik menghasilkan konten otentik, konten tersebut didistribusikan secara digital untuk menjangkau audiens baru, respons dan pertanyaan dari audiens digital kemudian dijadikan bahan dakwah pada majelis fisik berikutnya. Siklus ini menciptakan relevansi yang terus diperbarui, sehingga pesan dakwah tidak pernah terasa usang meskipun disampaikan dalam kerangka tradisi yang sama selama puluhan tahun.

Pilar pertama model ini adalah inti kultural lokal yang dijadikan jangkar utama. Berbeda dengan mayoritas da'i nasional yang cenderung menyederhanakan atau bahkan menghilangkan identitas regional demi menjangkau audiens yang lebih luas, Anre Gurutta justru melakukan strategi sebaliknya. Bahasa Bugis halus, rujukan sure' galung, metafora pertanian, serta penampilan jas Tutu' dan sarung yang konsisten menjadi elemen yang tidak pernah dikompromikan. Identitas lokal ini bukan hanya pelestarian budaya, melainkan strategi branding yang sangat kuat di tengah banjir konten dakwah yang seragam. Di mata algoritma, kekhasan ini menjadi pembeda yang membuat konten beliau muncul sebagai konten otentik dan sulit ditiru, sekaligus memberikan rasa aman dan kebanggaan bagi audiens asal Sulawesi Selatan yang selama ini merasa kurang terwakili di ranah dakwah nasional.

Pilar kedua adalah arsitektur konten berbentuk corong (content funnel) yang dirancang secara sadar untuk menangkap berbagai tingkatan perhatian audiens (Sutrisna, 2024). Pada level atas corong, video pendek berdurasi kurang dari tiga menit di TikTok dan Instagram Reels berfungsi sebagai umpan dengan hook emosional yang kuat—biasanya berupa humor khas Makassar, kutipan ayat pendek yang diulang-ulang, atau cerita pendek yang langsung mengena. Konten ini berhasil menjaring audiens baru yang hanya memiliki rentang perhatian beberapa detik. Bagi yang tertarik lebih jauh, tersedia ceramah menengah di YouTube berdurasi lima belas hingga tiga puluh menit yang membahas satu topik secara lebih mendalam. Pada bagian dasar corong, live streaming panjang lebih dari dua jam serta kajian kitab kuning menjadi ruang bagi jamaah inti untuk memperoleh pengalaman spiritual yang mendalam sekaligus rasa kebersamaan yang setara dengan majelis fisik. Dengan demikian, tidak ada audiens yang tercecer karena keterbatasan waktu atau tingkat minat.

Pilar ketiga adalah sistem distribusi terjadwal dan terstruktur yang dijalankan oleh tim media kecil namun sangat disiplin. Setiap hari selalu ada konten baru di minimal tiga platform secara bersamaan, dengan jadwal yang telah diumumkan jauh-jauh hari. Live streaming offline selalu disiarkan secara langsung dan menjadi acara utama mingguan yang ditunggu-tunggu. Pilar keempat adalah

interaksi dua arah yang intens melalui grup WhatsApp resmi, polling Instagram, dan sesi tanya-jawab langsung. Pilar kelima adalah integrasi total antara offline dan online: setiap majelis fisik direkam dan diumumkan sebelumnya di media sosial, sehingga audiens digital merasa menjadi bagian dari majelis tersebut, sementara jamaah fisik sering kali datang karena sebelumnya melihat pengumuman di dunia maya. Kelima pilar ini saling menguatkan dan membentuk satu kesatuan ekosistem yang mandiri, berkelanjutan, dan terus berkembang.

Model ini membuktikan bahwa hibriditas yang sejati bukanlah sekadar menambahkan kanal digital pada dakwah tradisional, melainkan menciptakan sistem baru di mana dunia fisik dan digital saling memberi makan, saling mengoreksi, dan saling memperkuat tanpa ada yang mendominasi. Anre Gurutta Faried Wadjedy telah berhasil menciptakan bentuk dakwah yang tetap berwajah lokal, tetap berakar pada tradisi pesantren tua, namun pada saat yang sama mampu berbicara kepada audiens global di era Society 5.0.

Pilar ketiga model dakwah digital hibrida Anre Gurutta adalah distribusi terstruktur dan terjadwal yang menunjukkan pemahaman mendalam terhadap cara kerja algoritma platform digital. Setiap hari selalu ada konten baru yang diunggah secara serentak di minimal tiga platform berbeda, baik berupa video pendek, cuplikan ceramah, maupun pengumuman live streaming. Konsistensi ini bukan sekadar disiplin pribadi, melainkan strategi algoritmik yang disengaja. Pola yang dapat diprediksi melatih audiens virtual untuk membentuk kebiasaan baru: mereka tahu bahwa pada jam-jam tertentu akan selalu ada materi dari Anre Gurutta, persis seperti jadwal pengajian mingguan di masjid. Pada saat yang sama, konsistensi tersebut mengirim sinyal positif kepada algoritma YouTube, Instagram, dan TikTok sehingga konten beliau terus direkomendasikan kepada pengguna baru, menciptakan pertumbuhan organik yang berkelanjutan.

Pilar keempat adalah interaksi komunitas dua arah yang mengubah paradigma dakwah dari broadcasting satu arah menjadi community building yang hidup (S. Z. Hanum, 2025). Polling Instagram, kolom komentar, dan grup WhatsApp resmi tidak lagi hanya menjadi wadah penyampaian pesan, melainkan alat riset pasar yang sangat efektif. Tim media dapat mengetahui secara real-time keresahan apa yang sedang dialami jamaah, topik apa yang paling banyak ditanyakan, hingga tingkat kepuasan terhadap satu sesi kajian. Ketika Anre Gurutta membacakan dan menjawab pertanyaan langsung di tengah live streaming, beliau meruntuhkan tembok hierarki tradisional antara guru dan murid tanpa mengurangi rasa hormat. Audiens merasakan bahwa suara mereka benar-benar didengar, sehingga tingkat keterikatan emosional dan engagement rate melonjak drastis. Inilah yang membedakan konten dakwah beliau dengan ribuan konten serupa: bukan hanya disaksikan, tetapi dirasakan sebagai bagian dari komunitas yang hidup.

Pilar kelima sekaligus puncak dari seluruh model adalah integrasi total antara dunia offline dan online yang menciptakan pengalaman phygital sejati. Setiap majelis fisik di Mangkoso atau di berbagai kabupaten selalu diumumkan jauh-jauh hari di media sosial, disiarkan langsung dengan kualitas gambar dan suara tinggi, serta melibatkan audiens daring secara aktif melalui penyebutan nama dan daerah asal. Jamaah yang menonton dari rumah, dari perantauan di Kalimantan, bahkan dari Malaysia dan Brunei, merasa benar-benar "hadir" dan duduk bersama ribuan jamaah lain di masjid. Sebaliknya, banyak jamaah fisik

yang hadir justru karena pertama kali mengenal Anre Gurutta lewat layar ponsel mereka. Konversi online-to-offline ini terjadi secara masif setiap kali beliau mengadakan kunjungan ke daerah: ribuan orang memadati lokasi yang sebelumnya hanya mengenal wajah dan suara Gurutta melalui dunia maya. Inilah bentuk hibrida yang sempurna, di mana digital tidak menggantikan fisik, juga fisik tidak menolak digital, melainkan keduanya saling menguatkan hingga menciptakan satu pengalaman dakwah yang utuh, inklusif, dan tak terputus.

Dengan lima pilar yang saling terkait ini, Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta (MDHA) tidak lagi sekadar strategi penyampaian, melainkan telah menjadi sebuah ekosistem lengkap yang mandiri dan berkelanjutan. Model ini menawarkan jawaban konkret terhadap tantangan dakwah di era Society 5.0: bagaimana tetap mempertahankan otentisitas tradisi lokal sekaligus memanfaatkan teknologi secara maksimal tanpa kehilangan esensi kemanusiaan. Anre Gurutta Faried Wadjedy telah membuktikan bahwa seorang ulama dari pesantren tua di pedalaman Sulawesi Selatan dapat menjadi figur nasional bahkan internasional bukan dengan meninggalkan identitasnya, melainkan justru dengan memperkuat dan mendigitalisasikannya secara cerdas dan terstruktur.

Mekanisme kerja lingkaran tertutup (flywheel mechanism) menjadi denyut nadi yang membuat Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta terus berputar dan semakin cepat seiring waktu. Prosesnya berlangsung secara alami namun sangat terstruktur. Majelis fisik dan kajian kitab kuning di Pondok Pesantren DDI Mangkoso menjadi sumber bahan baku otentik yang direkam secara langsung. Tim media kemudian memilih potongan-potongan paling relevan, mengemasnya menjadi video pendek untuk Reels dan TikTok, ceramah menengah untuk YouTube, serta menyiarkan keseluruhan acara melalui live streaming. Ketika konten tersebut menyebar dan memancing ribuan komentar serta pertanyaan di dunia maya, proses tidak berhenti di situ. Semua keresahan, pertanyaan, bahkan kritikan yang muncul di kolom komentar, grup WhatsApp, atau direct message dicatat dengan cermat oleh tim, lalu disampaikan kepada Anre Gurutta sebagai bahan untuk majelis fisik berikutnya. Beliau kerap membuka ceramah dengan kalimat, “Kemarin di TikTok ada ananda yang bertanya begini…,” atau “Banyak yang mengirim pesan di Instagram tentang masalah ini…”. Dengan demikian, jamaah virtual merasa suaranya benar-benar didengar dan dijawab langsung dari mimbar, menciptakan rasa kepemilikan yang sangat kuat terhadap majelis tersebut.

Siklus ini menghasilkan konten yang selalu segar dan relevan secara real-time karena langsung menjawab kebutuhan umat pada saat itu juga, bukan berdasarkan asumsi atau tema yang sudah direncanakan jauh-jauh hari (Karimah, 2025). Audiens tidak lagi merasa sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai bagian aktif dari proses dakwah. Roda gila semakin cepat berputar: semakin banyak yang bertanya secara daring, semakin kaya materi majelis fisik berikutnya, semakin otentik dan relevan konten digital yang dihasilkan, dan semakin besar pula jumlah jamaah yang terlibat, baik secara virtual maupun fisik. Inilah yang membuat pertumbuhan pengikut Anre Gurutta tidak pernah melambat meskipun beliau sudah berusia lanjut dan tetap berpijak pada tradisi klasik.

Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta (MDHA) pada akhirnya membuktikan sebuah tesis penting: konservatisme isi dan progresivitas metode bukanlah dua hal yang saling menegasikan, melainkan dapat berjalan beriringan

secara harmonis. Kitab kuning, bahasa Bugis, tradisi DDI, dan otoritas Anre Gurutta tetap dipertahankan 100 % tanpa kompromi, namun metode penyampaiannya justru yang paling mutakhir, memanfaatkan algoritma, multi-platform, live interaction, dan data audiens secara penuh. Kunci utama bukan terletak pada kecanggihan teknologi semata, melainkan pada kemampuan beliau dan timnya membangun jembatan emosional dan kultural yang kokoh antara dunia nyata dan dunia maya. Jembatan itu membuat teknologi tidak lagi terasa sebagai ancaman bagi tradisi, melainkan menjadi sayap yang membawa tradisi tersebut melintasi batas geografis, generasi, dan zaman.

Dengan demikian, MDHA tidak sekadar menjadi fenomena lokal di Sulawesi Selatan, melainkan menawarkan blueprint dakwah masa depan yang relevan bagi seluruh Indonesia, bahkan dunia Melayu dan umat Islam global yang masih memiliki akar tradisi kuat. Model ini menegaskan bahwa di era Society 5.0, dakwah yang paling efektif adalah dakwah yang tetap berwajah lokal namun mampu berbicara secara universal melalui bahasa teknologi yang inklusif dan manusiawi.

Relevansi dan Efektivitas Model dalam Konteks Society 5.0

Di era Society 5.0 yang menekankan integrasi teknologi untuk menyelesaikan masalah sosial dengan tetap menempatkan manusia di pusat, model yang dikembangkan Anre Gurutta terbukti sangat relevan. Teknologi tidak menggantikan sentuhan manusia, melainkan memperluas jangkauan sentuhan itu. Ribuan jamaah yang tidak mampu hadir secara fisik tetap merasakan kehadiran Gurutta melalui live streaming berkualitas tinggi dan interaksi langsung. Pada saat yang sama, kehadiran fisik majelis offline justru semakin ramai karena promosi masif di media sosial. Dalam lima tahun, jumlah pengikut kanal YouTube beliau meningkat dari belasan ribu menjadi lebih dari 450 ribu, live streaming rutin ditonton puluhan ribu orang secara bersamaan, sementara majelis offline di Mangkoso dan sekitarnya tetap dipadati jamaah, membuktikan bahwa hibridisasi tidak membunuh tradisi, melainkan justru menghidupkannya kembali.

Pengalaman Anre Gurutta menunjukkan bahwa identitas kultural lokal yang autentik bukanlah beban, melainkan aset terkuat di era digital. Da'i dan lembaga dakwah tidak perlu meninggalkan bahasa daerah, busana tradisional, atau tradisi lokal demi mengejar jangkauan nasional. Sebaliknya, kekuatan justru terletak pada konsistensi identitas tersebut. Lembaga-lembaga dakwah tradisional disarankan segera membentuk tim media kecil tetapi profesional, memprioritaskan live streaming sebagai jembatan utama, dan membangun komunitas virtual resmi sebagai ruang penguatan pasca-ceramah. Model ini dapat direplikasi dengan penyesuaian sesuai karakter budaya masing-masing daerah, sehingga dakwah Indonesia di era Society 5.0 tetap berwajah Nusantara sekaligus mendunia (Almarzuqi, 2023).

Logos dalam bentuk simplifikasi teologis menjadi salah satu pilar terkuat komunikasi persuasif Anre Gurutta Faried Wadjedy. Beliau hampir tidak pernah menggunakan dalil-dalil panjang atau istilah teknis yang memerlukan latar belakang keilmuan mendalam. Sebaliknya, beliau mengandalkan qiyas sederhana yang diambil dari kehidupan sehari-hari masyarakat Sulawesi Selatan. Hubungan antara Tuhan dan hamba sering dianalogikan dengan hubungan petani dan sawahnya, antara orang tua dan anak, atau antara pedagang dan pelanggan setia.

Analogi-analogi ini langsung mengena karena sesuai dengan pengalaman hidup audiensnya. Dalam format video pendek, beliau hanya mengambil satu ayat pendek atau satu kaidah fiqih ringkas, kemudian mengulang-ulang kalimat kunci tersebut dengan variasi intonasi hingga pesan menancap di ingatan. Teknik repetisi ini terbukti sangat efektif di era algoritma karena memudahkan konten untuk dihafal, dibagikan, dan menjadi viral secara organik.

Kinesik dan paralinguistik beliau menunjukkan adaptabilitas luar biasa terhadap keterbatasan format digital, khususnya video vertikal 9:16. Dalam ruang layar yang sempit, beliau secara alami memusatkan seluruh ekspresi pada bagian wajah dan tangan di area dada ke atas. Gerakan tangan yang tegas namun terkontrol, mimik wajah yang sangat hidup dari senyum lembut hingga alis terangkat saat memberi peringatan tetap terbaca jelas meskipun hanya dilihat di layar ponsel. Intonasi teatrikal yang naik-turun secara dramatis menjadi pengganti "ruang panggung" yang hilang di dunia digital (Kusuma, 2015). Variasi nada dari lembut saat berdoa hingga keras saat menegur dosa besar berfungsi sebagai pengait perhatian yang mencegah audiens menggeser layar sebelum pesan selesai disampaikan.

Dimensi social presence menjadi jembatan terakhir yang mengubah penonton biasa menjadi jamaah sejati. Dalam setiap live streaming, beliau secara rutin menyebut nama akun atau daerah asal penanya, memberikan sapaan personal seperti "Ananda Muhammad di Polewali, apakah benar seperti itu?" Sapaan ini menciptakan ilusi kehadiran fisik yang sangat kuat. Bagi audiens yang berada di perantauan atau di pelosok desa yang sulit menjangkau Mangkoso, perasaan "Gurutta tahu saya ada" menjadi pengalaman emosional yang mendalam. Respons real-time terhadap pertanyaan fiqih sehari-hari mulai dari masalah hutang-piutang hingga cara menghadapi anak yang kecanduan game menghilangkan sekat birokrasi yang biasanya ada ketika ingin bertanya kepada ulama besar. Dalam hitungan detik, pertanyaan dijawab dengan santai namun penuh wibawa, sehingga audiens merasa diperhatikan secara personal meskipun berhadapan dengan puluhan ribu penonton lain secara bersamaan.

Secara keseluruhan, gaya komunikasi Anre Gurutta Faried Wadjedy dapat disebut sebagai perwujudan ideal dari "tradisionalisme digital". Beliau tidak mengubah substansi ajaran tetap berpijak pada kitab kuning, tradisi DDI, dan adab Bugis-Makassar namun sangat cair dan kreatif dalam metode penyampaian. Hibriditas yang beliau lakukan bukanlah kompromi, melainkan strategi cerdas untuk mempertahankan otoritas tradisional di tengah disrupsi digital. Di era ketika banyak da'i terjebak dalam dua kutub ekstrem meninggalkan tradisi demi mengejar tren atau menolak teknologi demi menjaga kemurnian Anre Gurutta menawarkan jalan tengah yang elegan: membawa tradisi ke dalam algoritma, bukan menyesuaikan tradisi dengan algoritma.

Temuan ini memiliki implikasi besar bagi praktik dakwah dan komunikasi publik di Indonesia. Di tengah dominasi konten dakwah yang seragam dan cenderung kosmopolit, otentisitas budaya lokal justru menjadi niche yang sangat kuat dan sustainable. Identitas kearifan lokal bahasa daerah, busana tradisional, metafora agraris, humor khas ternyata tidak menjadi penghalang, melainkan daya tarik utama yang membuat seorang da'i dari Mangkoso, Sulawesi Selatan, dapat memiliki pengaruh nasional bahkan sampai ke luar negeri. Model ini membuktikan bahwa di era Society 5.0, teknologi tidak harus menghapus

identitas, tetapi justru dapat menjadi alat untuk memperkuat dan meluaskan identitas tersebut tanpa kehilangan esensinya.

Analisis Relevansi dan efektivitas model dalam konteks Society 5.0

Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta (MDHA) tidak hanya menjadi strategi komunikasi keagamaan, tetapi juga merupakan manifestasi nyata dari visi Society 5.0 di ranah dakwah dan pembinaan umat. Konsep Society 5.0 yang menekankan integrasi mendalam antara dunia fisik dan dunia siber untuk menyelesaikan masalah sosial dengan tetap menempatkan manusia sebagai pusat, menemukan perwujudan yang sangat konkret dalam praktik Anre Gurutta Faried Wadjedy. Teknologi dalam model ini tidak pernah menjadi pengganti ulama atau mengurangi esensi spiritual, melainkan berfungsi sebagai penguat jangkauan dan penguat kehadiran manusiawi. Interaksi tetap dibangun di atas rasa hormat, kasih sayang, dan ikatan kultural, sehingga meskipun disampaikan melalui layar ponsel, audiens tetap merasakan kehangatan seorang guru sejati.

Salah satu pencapaian terbesar MDHA adalah kemampuannya mengatasi kesenjangan geografis dan sosial yang selama ini menjadi penghalang utama penyebaran ilmu agama di wilayah kepulauan seperti Indonesia (Monica et al., 2024). Jamaah di pelosok Sulawesi Tenggara, Maluku Utara, atau diaspora Bugis-Makassar di Malaysia dan Brunei yang sebelumnya hanya bisa mengenyam ilmu agama setahun sekali saat ada tablig akbar, kini mendapatkan siraman rohani secara rutin, bahkan harian. Algoritma dan live streaming menjadi solusi teknologi yang menyelesaikan masalah akses tanpa menghilangkan rasa "ke-Gurutta-an" yang selama ini hanya bisa dirasakan secara fisik. Batas antara majelis di Masjid Mangkoso dan ruang tamu jamaah di Kalimantan benar-benar melebur menjadi satu ekosistem pengalaman religius yang tidak terpisahkan.

Lebih jauh lagi, MDHA menawarkan antidot yang sangat efektif terhadap salah satu patologi sosial paling akut di era digital, yaitu digital loneliness atau kesepian di tengah keramaian dunia maya. Banyak pengguna media sosial saat ini terjebak dalam paradoks: terhubung dengan ribuan orang namun merasa tak punya siapa-siapa. Konten dakwah pada umumnya masih bersifat satu arah dan transaksional, hanya memberi informasi tanpa memberi ruang untuk didengar. MDHA menghancurkan pola itu. Ketika Anre Gurutta membacakan nama akun, menyebutkan daerah asal, atau menjawab pertanyaan spesifik di tengah live streaming, ia memberikan validasi eksistensi yang sangat langka di dunia digital. Jamaah tidak lagi merasa sebagai nomor statistik di antara puluhan ribu penonton, melainkan sebagai individu yang dikenal dan diperhatikan oleh gurunya. Kolom komentar, grup WhatsApp resmi, dan saling mendoakan antar-jamaah di ruang digital kemudian berkembang menjadi support system yang nyata, mengikat mereka dalam ikatan ukhuwah yang tidak kalah kuat dengan ikatan di majelis fisik.

Efektivitas model ini terbukti secara kuantitatif sekaligus kualitatif. Dalam kurun waktu lima tahun (2020–2025), jumlah pengikut kanal YouTube resmi Anre Gurutta melonjak dari kurang dari sepuluh ribu menjadi lebih dari 450 ribu, live streaming rutin ditonton 20.000–50.000 orang secara simultan, dan majelis offline tetap konsisten dihadiri ribuan jamaah tanpa ada tanda-tanda penurunan. Yang lebih penting, konversi dari audiens digital menjadi jamaah fisik terus terjadi secara masif setiap kali beliau mengadakan kunjungan ke daerah. Ribuan orang

yang awalnya hanya mengenal Anre Gurutta lewat layar ponsel berbondong-bondong datang ke lokasi, membuktikan bahwa teknologi dalam MDHA tidak menggerus kehadiran fisik, melainkan justru memperbesar dan memperkaya makna kehadiran tersebut.

Dengan demikian, MDHA tidak hanya relevan, tetapi juga menjadi salah satu model paling efektif dan adaptif bagi dakwah di era Society 5.0 (Mazaya, 2022). Ia menunjukkan jalan ketiga yang selama ini dicari-cari: bagaimana tradisi keagamaan lokal tetap autentik, bagaimana teknologi dimanfaatkan secara maksimal, dan bagaimana manusia tetap menjadi pusat dari seluruh proses tersebut. Model ini layak menjadi rujukan nasional bagi para da'i, pengurus majelis taklim, pondok pesantren, ormas Islam, bahkan Kementerian Agama dalam merumuskan strategi dakwah masa depan yang inklusif, manusiawi, dan berbasis teknologi tinggi.

Rekomendasi pengembangan model dakwah hibrida

Keberhasilan Anre Gurutta Faried Wadjedy dalam membangun Model Dakwah Digital Hibrida (MDHA) memberikan sejumlah rekomendasi strategis yang konkret dan langsung dapat diimplementasikan oleh da'i, pengelola majelis taklim, pondok pesantren, ormas Islam, maupun lembaga pemerintah yang peduli pada penguatan dakwah di era Society 5.0.

Pertama, para da'i dan influencer Muslim tidak perlu lagi mengorbankan identitas lokal demi mengejar jangkauan nasional. Strategi hyper-local branding justru terbukti jauh lebih kuat di tengah algoritma konten yang semakin menghargai keunikan dan otentisitas. Bahasa daerah, pakaian adat, humor lokal, serta rujukan budaya setempat bukanlah beban yang harus disingkirkan, melainkan aset termahal yang membuat seorang da'i dari daerah mana pun dapat menonjol di lautan konten dakwah yang cenderung seragam. Keunikan lokal yang dipertahankan secara konsisten justru menjadi daya tarik eksotis yang memicu viralitas nasional dan internasional, sekaligus memberikan rasa representasi dan kebanggaan bagi komunitas asalnya.

Kedua, keberhasilan MDHA tidak bergantung pada peralatan mahal atau rumah produksi besar, melainkan pada tim media yang kecil, lincah, dan sangat disiplin. Cukup dengan tiga sampai lima orang santri atau relawan muda yang memiliki pembagian tugas jelas videografer, editor konten pendek, dan admin interaksi sebuah majelis tradisional sudah mampu menghasilkan konten harian berkualitas tinggi. Konsistensi upload dan respons terhadap audiens jauh lebih penting daripada kualitas sinematik yang berlebihan. Model lean and agile ini terbukti mampu dijalankan dengan anggaran minimal, sehingga dapat direplikasi oleh hampir semua lembaga dakwah di Indonesia, bahkan di daerah terpencil.

Ketiga, live streaming harus ditempatkan sebagai jembatan utama antara dunia fisik dan digital, bukan lagi sekadar opsi tambahan. Setiap kajian offline wajib disiarkan langsung dengan kualitas gambar dan suara yang memadai, serta penempatan kamera yang membuat audiens daring merasa benar-benar duduk di tengah-tengah jamaah, bukan hanya menonton dari kejauhan. Live streaming adalah satu-satunya format yang mampu memberikan pengalaman sinkronus dan interaksi real-time, mendekati rasa hadir fisik sekaligus membuka akses bagi jutaan orang yang secara geografis tidak mungkin datang. Dengan menjadikan live streaming sebagai ritual tetap, majelis taklim tradisional akan tetap hidup dan

semakin berkembang di era digital.

Keempat, pembentukan komunitas virtual resmi (grup WhatsApp/Telegram) yang dikelola dengan baik harus menjadi prioritas. Ruang ini bukan sekadar papan pengumuman, melainkan wadah pembinaan lanjutan, tempat jamaah saling mendoakan, berbagi masalah, dan mendapatkan bimbingan pasca-ceramah. Komunitas virtual yang solid akan menjadi support system yang menjawab krisis kesepian digital dan memperpanjang umur pengaruh satu sesi dakwah dari hanya beberapa jam menjadi proses pembinaan berkelanjutan.

Kelima, lembaga-lembaga besar seperti majelis taklim nasional, pondok pesantren, ormas Islam, Kementerian Agama, serta perguruan tinggi Islam perlu segera menyusun pedoman nasional "Dakwah Digital Hibrida Berbasis Kearifan Lokal" dengan mengadopsi dan menyesuaikan prinsip-prinsip MDHA. Pedoman ini dapat menjadi kurikulum pelatihan da'i milenial, Gen Z, dan Gen Alpha, sekaligus panduan bagi ribuan majelis taklim di seluruh Indonesia untuk melakukan transformasi tanpa kehilangan identitas (Salim, 2024). Dengan demikian, dakwah Indonesia di era Society 5.0 tidak akan lagi didominasi oleh satu atau dua gaya kosmopolit, melainkan akan mekar menjadi ribuan bunga lokal yang tetap indah dan harum ketika dilihat dari kejauhan.

Implementasi rekomendasi ini tidak memerlukan revolusi besar, hanya komitmen sederhana untuk tetap menjadi diri sendiri sambil membuka tangan selebar-lebarnya terhadap teknologi. Anre Gurutta Faried Wadjedy telah membuktikan bahwa jalan itu bukan hanya mungkin, melainkan juga paling efektif, paling inklusif, dan paling manusiawi.

Keempat, transformasi audiens menjadi komunitas sejati harus menjadi prioritas manajerial setiap lembaga dakwah. Media sosial terbuka seperti YouTube dan Instagram memang efektif untuk akuisisi jamaah baru, tetapi retensi dan pembinaan lanjutan hanya mungkin terjadi di ruang tertutup yang lebih personal. Setiap penonton perlu diarahkan untuk bergabung ke grup WhatsApp atau Telegram resmi yang dikelola dengan disiplin. Di dalam grup tersebut, diskusi pendalaman materi, doa bersama, saling mengingatkan, hingga penggalangan dana untuk kebutuhan umat dapat dilakukan secara rutin. Ruang privat ini menjadi tempat ukhuwah digital yang hidup, mengubah penonton pasif menjadi jamaah aktif yang merasa memiliki majelis tersebut.

Kelima, keberhasilan model ini tidak boleh bergantung pada satu sosok karismatik semata. Oleh karena itu, setiap pondok pesantren, ormas Islam, dan pengurus masjid perlu segera mengkodifikasi praktik terbaik MDHA menjadi Standar Operasional Prosedur (SOP) yang tertulis dan mudah diajarkan. Buku saku atau modul "Dakwah Digital Hibrida" harus disusun, berisi panduan teknis sederhana seperti cara memasang kamera agar audiens online merasa "hadir", jadwal posting harian, hingga etika menjawab komentar yang penuh adab. Modul ini harus diadaptasi dengan kearifan lokal masing-masing daerah agar tetap relevan dan mudah diterima.

Keenam, pada tingkat sistemik, pemerintah dan perguruan tinggi memiliki tanggung jawab besar untuk menginstitusionalisasikan model ini. Kementerian Agama perlu memasukkan literasi algoritma, manajemen komunitas digital, dan studi kasus MDHA ke dalam kurikulum sertifikasi da'i nasional. Perguruan tinggi Islam khususnya fakultas dakwah harus segera membuka mata kuliah wajib "Manajemen Dakwah Hibrida" atau "Komunikasi Persuasif di Era Society 5.0"

dengan menggunakan kasus Anre Gurutta Faried Wadjedy sebagai bahan ajar utama. Hanya dengan cara ini regenerasi da'i yang siap menghadapi dua dunia sekaligus dapat tercipta secara masif dan terencana. Dengan kata lain, implementasi MDHA tidak memerlukan sumber daya besar, tetapi membutuhkan komitmen yang teguh untuk tetap autentik sekaligus adaptif. Bagi da'i individu, langkah pertama dan paling mendesak adalah mempertahankan identitas lokal dan menjadikan live streaming sebagai ritual tetap (Hasanah & Sos, 2025). Bagi lembaga, prioritas jangka menengah adalah membentuk tim media kecil dan komunitas tertutup. Bagi negara dan kampus, tugas jangka panjang adalah merevisi kurikulum dan kebijakan agar dakwah Indonesia tidak lagi tertinggal dari realitas Society 5.0.

Anre Gurutta Faried Wadjedy telah memberikan bukti hidup bahwa masa depan dakwah bukanlah pilihan antara tradisi atau digital, melainkan penguasaan keduanya secara bersamaan dengan penuh kepekaan budaya dan kasih sayang kepada umat. Model yang beliau ciptakan layak menjadi blueprint nasional agar dakwah Indonesia tetap berakar kuat di bumi Nusantara sekaligus mampu terbang tinggi di langit digital global.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif Anre Gurutta Prof. Dr. H. M. Faried Wadjedy memiliki karakteristik yang sangat khas dan konsisten, baik dalam ruang fisik maupun digital, yaitu ethos yang bersumber dari otoritas tradisional Anre Gurutta dan simbol visual Bugis-Makassar, pathos yang dibangun melalui kedekatan emosional berbasis bahasa daerah serta narasi agraris lokal, logos yang disederhanakan melalui analogi kehidupan sehari-hari dan repetisi ayat pendek, kinesik serta intonasi yang tetap efektif dalam format vertikal, serta social presence yang tinggi melalui sapaan personal dan respons real-time. Kelima elemen ini tidak mengalami perubahan substansial ketika bermigrasi dari majelis offline ke platform digital, melainkan hanya beradaptasi pada durasi dan teknis penyajian.

Dari karakteristik tersebut berhasil dirumuskan sebuah konstruksi baru yang disebut Model Dakwah Digital Hibrida Anre Gurutta (MDHA). Model ini beroperasi melalui lima pilar yang saling terkait: inti kultural lokal yang tak tergoyahkan, arsitektur konten multi-format, distribusi terjadwal dan terstruktur, interaksi dua arah yang intens, serta integrasi total offline-online yang membentuk mekanisme lingkaran tertutup (closed-loop flywheel). MDHA bukan sekadar penambahan kanal digital pada dakwah tradisional, melainkan sebuah ekosistem lengkap di mana dunia fisik dan dunia maya saling memberi makan, saling mengoreksi, dan saling memperkuat secara berkelanjutan.

Model MDHA terbukti sangat relevan dan efektif dalam kerangka Society 5.0 karena berhasil memanfaatkan teknologi sebagai enabler penyelesaian masalah sosial (akses ilmu agama di wilayah terpencil dan krisis kesepian digital) tanpa menggeser manusia dari pusat proses dakwah. Data empiris periode 2020–2025 menunjukkan pertumbuhan eksponensial di ranah digital sekaligus peningkatan kehadiran fisik, membuktikan bahwa hibridisasi yang autentik justru menciptakan simbiosis mutualisme antara dua ruang kehidupan umat. Dengan demikian, MDHA menjadi bukti bahwa tradisionalisme dan progresivitas teknologi bukanlah dua kutub yang saling menegasikan, melainkan dapat disatukan secara harmonis.

Bagi praktik dakwah, model ini layak dijadikan acuan nasional. Para da'i dan lembaga dakwah perlu mempertahankan identitas kultural lokal sebagai kekuatan utama, membentuk tim media kecil yang konsisten, menjadikan live streaming sebagai jembatan phygital, membangun komunitas virtual tertutup, serta mengkodifikasi praktik terbaik menjadi pedoman operasional yang dapat diwariskan. Pada tingkat kebijakan, Kementerian Agama dan perguruan tinggi Islam disarankan segera mengintegrasikan prinsip-prinsip MDHA ke dalam kurikulum pelatihan da'i dan mata kuliah manajemen dakwah hibrida, sehingga regenerasi da'i yang siap menghuni dua dunia sekaligus dapat terwujud secara sistemik.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, R., Sururin, S., & Mu'ti, A. 2025. Inovasi Pembelajaran: Studi Deskriptif pada Majelis Taklim Madani di Era Digital. *Journal of Instructional and Development Researches*, *5*(1), 14–22.

Ahmadi, F., & Ibda, H. 2019. *Konsep Dan Aplikasi Literasi Baru Di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. CV. Pilar Nusantara.

Alfiyatul, N. A., Naqmal, S., Jenar, B. M., & Sswanto, A. H. 2025. Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, *1*(6), 725–733.

Almarzuqi, M. F. 2023. *Kontekstualisasi Pemikiran Pendidikan Islam Dalam Mewujudkan Karakter Budaya Religius dan Moderasi Agama di Era Society 5.0 9: Studi pemikiran Gus Mus*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Hanum, A. N., Nugraha, F. P., Siddiq, A. Z., & Saputra, M. R. 2024. Retorika dalam Komodifikasi Konten Filantropi: Analisis Ethos, Pathos, dan Logos Kreator@ Hobbymakan. ID Melalui Video Eksperimen Sosial. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *4*(2), 361–374.

Hanum, S. Z. 2025. Transformasi Dakwah Komunitas Muslimah: Komunikasi Dialogis-Adaptif pada Masyarakat Multikultural. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, *3*(1), 41–54.

Hasanah, R., & Sos, M. 2025. *Revitalisasi Dakwah Dalam Era Pop Culture Pada Gen Z*. Pena Cendekia Pustaka.

Huda, S., Ziddan Azhar, M. A., Huda, A. N., Putri, N. R., Damayanti, A., Zahrani, F., Sari, D. A., Abidah, I., Mufida, E., Nabila, E. R., & Qolbiyah, F. 2025. *Kreasi Dakwah di Era AI: Optimalisasi Penyiaran Islam dengan Kecerdasan Buatan* (F. Qolbiyah (ed.). Global Aksara Pers. mailto:globalaksarapres@gmail.com

Ismiati, I., Sofiatin, S., & Zuhriyah, L. F. 2024. Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram@ Ayah_Amanah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, *24*(1), 21–42.

Karimah, A. I. 2025. *Manajemen Masjid Untuk Meningkatkan Partisipasi Remaja Dalam Kegiatan Keagamaan Di Masjid Agung Sunda Kelapa Jakarta*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Kreijns, K., Xu, K., & Weidlich, J. 2022. Social Presence: Conceptualization and Measurement. *Educational Psychology Review*, *34*(1), 139–170.

Kusuma, A. 2015. *Buku Pintar Membaca Wajah & Tubuh*. SAUFA.

Mangkoso, B. 2018. Barakka'Na Mangkoso YouTube Channel. In *Barakka'Na Mangkoso*. https://www.youtube.com/@barakkanamangkoso4502

Mazaya, V. 2021. Strategi Viralisasi Konten Dakwah di Kanal Youtube. *Jurnal Komunikasi Islam*, *11*(2), 290–323.

Mazaya, V. 2022. Smart Dakwah di Era Society 5.0; Da'i Virtual dalam New Media. *Iqtida: Journal of Da'wah and Communication*, *2*(1), 36–54.

Monica, S., Dompak, T., & Salsabila, L. 2024. Analisis Perbandingan Pendidikan Agama Islam Di Indonesia Dan Thailand: Studi Faktor-Faktor Penghambat Penyebaran Islam Di Thailand. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (Snistek)*, *6*, 158–163.

Rustan, A. S., Widiantara, I. M., Souhoka, S., Maruanaya, R. F., Mahaly, S.,

Ruhdiat, R., Udaya, L. O. M. R. A., Delpa, D., & Mukhlizar, M. 2025. *Ilmu Komunikasi*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Salim, B. 2024. Reformulasi Kurikulum Majlis Taklim di Era Transformasi Digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, *1*(5), 386–397.

Sawitri, D. 2025. Artificial Intelligence for a Digital Technology Smart Society in the Era of Society 5.0. *Journal of Artificial Intelligence and Software Engineering*, *5*(1), 135–143.

Setiawati, N., Chotimah, C., & Mappaselleng, N. F. 2024. *Membumikan Dakwah di Era Digital Mengintegrasikan Kearifan Lokal Dan Teknologi: Panduan Praktis Dakwah Majelis Taklim di Kota Makassar*. Nas Media Pustaka.

Sumirah, S., Zulaeha, I., Mardikantoro, H. B., & Haryadi, H. 2025. Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Buku Pengayaan Digital Literasi: Pendekatan Retorika terhadap Tema Eco Green. *Aksara*, *37*(1), 68–76.

Sutrisna, E. 2024. *Fundamental Digital Marketing: Strategi Dasar Untuk Sukses di Dunia Digital*. Indonesia Emas Group.

Taufiq, A. 2023. Profil AG. Prof. Dr. H. Muh. Faried Wadjedy, Lc., MA. In *PB DDI: Tokoh*. https://ddi.or.id