



Mediatisasi Dakwah Tasawuf dan Pemaknaan Audiens Tarekat di YouTube

<https://doi.org/10.25008/caraka.v7i1.269>

SITI AMANIAH

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah - Indonesia

ABSTRACT

This article examines the mediatization of Sufi da'wah through a case study of the Jagat Arsy YouTube channel. It asks how Sufi da'wah narratives are constructed through digital mediatization and how tarekat audiences interpret the spiritual messages they receive. Using a qualitative narrative approach, the study analyzes selected video sermons, audience comments, and interviews with channel managers, editors, and tarekat audiences. The analysis focuses on storytelling patterns, audiovisual mediation, and institutional framing in the circulation of tasawuf teachings. Drawing on Branston and Stafford's narrative theory and mediatization theory, the findings show that da'wah messages are not presented merely as doctrinal instructions, but as experiential narratives that invite emotional engagement and reflective spirituality. In the Jagat Arsy case, YouTube works as both a transmission channel and an institutional space where religious authority, spiritual intimacy, and audience participation are reorganized through platform logics. Religious authority is negotiated through narrative credibility, affective resonance, and sustained interaction, while remaining connected to tarekat authority. The article offers a situated contribution to digital da'wah and communication studies by showing how narrative sustains religious meaning across digital interaction.

Keywords: *Digital da'wah; mediatization; narrative communication; Sufism; YouTube*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mediatisasi dakwah tasawuf melalui studi kasus kanal YouTube Jagat Arsy. Fokusnya adalah bagaimana narasi dakwah tasawuf dikonstruksi melalui mediatisasi digital dan bagaimana audiens tarekat memaknai pesan spiritual yang mereka terima. Dengan pendekatan kualitatif naratif, penelitian ini menganalisis video ceramah terpilih, komentar audiens, serta wawancara dengan pengelola kanal, editor, dan audiens tarekat. Analisis diarahkan pada pola penceritaan, mediasi audiovisual, dan pembingkaihan institusional dalam penyampaian ajaran tasawuf. Berlandaskan teori naratif Branston dan Stafford serta konsep mediatisasi, penelitian ini menemukan bahwa pesan dakwah tidak hadir semata sebagai instruksi normatif, tetapi sebagai pengalaman spiritual yang reflektif dan afektif. Dalam kasus Jagat Arsy, YouTube bekerja sebagai medium distribusi sekaligus ruang institusional yang membentuk ulang otoritas keagamaan, kedekatan spiritual, dan partisipasi audiens melalui logika platform. Otoritas keagamaan dinegosiasikan melalui kredibilitas naratif, resonansi emosional, dan keterlibatan berkelanjutan, namun tetap terhubung dengan otoritas tarekat. Artikel ini memberi kontribusi kontekstual bagi studi komunikasi dan dakwah digital dengan menunjukkan peran narasi dalam menjaga makna keagamaan di ruang digital.

Kata Kunci: Dakwah digital; mediatisasi; komunikasi naratif; tasawuf; YouTube

Author's email correspondent: siti.amaniah25@mhs.uinjkt.ac.id

The author declares no conflict of interest in the research and publication of this manuscript.

Copyright © 2026 Siti Amaniah

Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at <http://caraka.web.id>

Submitted: January 27, 2026; **Revised:** March 10, 2026; **Accepted:** June 14, 2026

PENDAHULUAN

Transformasi dakwah Islam di era digital merupakan bagian dari perubahan besar dalam praktik komunikasi keagamaan kontemporer. Perkembangan media berbasis *platform* telah mengubah cara pesan keagamaan diproduksi, disebarkan, dan dimaknai oleh audiens. Media digital tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai saluran penyampai pesan. Ia telah menjadi ruang sosial dengan logika, nilai, dan mekanisme sendiri dalam membentuk pengalaman religius (Campbell, 2013; Lövheim, 2022). Karena itu, dakwah Islam di ruang digital tidak lagi sepenuhnya berjalan sebagai komunikasi satu arah yang normatif dan instruktif. Dakwah semakin tampil sebagai praktik komunikatif yang dialogis, naratif, dan emosional, sejalan dengan karakter media digital yang interaktif dan audiovisual.

YouTube menempati posisi penting dalam ekosistem dakwah digital karena mampu mempertemukan narasi verbal, visual, suara, dan simbol emosional dalam satu ruang komunikasi. Melalui mekanisme algoritmik, sirkulasi konten, dan fitur interaksi, dakwah di YouTube tidak hanya ditonton, tetapi juga ditanggapi, dibagikan, dan dimaknai bersama oleh audiens (Cunningham & Craig, 2019). Situasi ini menandai perubahan relasi antara pendakwah, pesan keagamaan, dan jamaah. Otoritas keagamaan tidak sepenuhnya hilang dari struktur hierarkis tradisional, tetapi semakin perlu diperkuat melalui kredibilitas naratif, kedekatan afektif, dan konsistensi interaksi digital.

Tasawuf, sebagai tradisi spiritual Islam yang menekankan dimensi batin, pengalaman transendental, dan pembentukan kesadaran diri, menghadapi peluang sekaligus tantangan dalam ruang digital. Di satu sisi, logika media yang cepat, visual, dan kompetitif dapat menyederhanakan ajaran tasawuf yang sebenarnya mendalam dan kontemplatif. Di sisi lain, media digital membuka cara baru untuk menyampaikan tasawuf secara lebih kontekstual melalui kisah, refleksi personal, simbol visual, dan pengalaman spiritual yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens (Schmidt, 2020; Nisa, 2021). Dengan demikian, dakwah tasawuf di YouTube tidak cukup dipahami sebagai pemindahan ceramah dari mimbar ke layar, tetapi sebagai proses pembentukan makna spiritual yang dimediasi oleh *platform*.

Kajian terdahulu tentang dakwah digital umumnya menyoroti penggunaan media sosial, pola penyebaran pesan, dan pergeseran otoritas keagamaan di ruang siber (Hjarvard, 2018; Hepp, 2020). Namun, kajian yang secara khusus membaca dakwah tasawuf sebagai praktik komunikasi naratif yang dimediasikan secara institusional masih terbatas, terutama pada *platform* berbagi video. Padahal, narasi merupakan unsur penting dalam tradisi tasawuf karena kisah, keteladanan, dan pengalaman batin sering menjadi jalan untuk menyampaikan ajaran spiritual.

Perspektif mediatisasi agama juga menegaskan bahwa media bukan perantara netral, melainkan institusi sosial yang ikut membentuk cara agama dipraktikkan dan dipahami (Hjarvard, 2018; Lundby, 2021). Dalam konteks ini, mekanisme naratif yang bekerja dalam dakwah tasawuf YouTube, khususnya pada audiens tarekat, perlu dibaca secara lebih mendalam.

Bertolak dari celah tersebut, studi ini memusatkan perhatian pada dakwah tasawuf di kanal YouTube Jagat Arsy sebagai sebuah studi kasus. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana narasi dakwah tasawuf dikonstruksi dalam proses mediatisasi digital dan bagaimana audiens tarekat memaknai pesan spiritual yang mereka terima.

Melalui pendekatan kualitatif naratif, artikel ini diharapkan memberi kontribusi pada kajian komunikasi keagamaan, terutama dalam memahami dakwah tasawuf sebagai praktik naratif yang hidup, dimediasikan, dan dinegosiasikan dalam budaya media berbasis *platform*.

Secara operasional, artikel ini menjawab dua pertanyaan penelitian: (1) bagaimana narasi dakwah tasawuf dikonstruksi melalui proses mediatisasi digital pada kanal YouTube Jagat Arsy; dan (2) bagaimana audiens tarekat memaknai pesan spiritual tersebut dalam pengalaman keagamaan digital mereka.

Dalam artikel ini, teori naratif Branston dan Stafford dipadukan secara operasional dengan tiga konsep konseptual Islam. Unsur *narration, story, and plot* dibaca melalui konsep *al-qashas*, yaitu kisah sebagai struktur pembentuk makna dan ibrah. Unsur *narratives in different media* dipertautkan dengan *at-taghyir*, yakni perubahan bentuk penyampaian dakwah ketika ajaran tasawuf berpindah dari ruang lisan ke medium audiovisual digital.

Sementara itu, unsur *institutions and narratives* dikaitkan dengan *at-tashwir*, yaitu proses pemingkiaan makna oleh institusi dakwah digital. Dengan pemetaan ini, teori naratif dan bingkai konseptual tidak berdiri sendiri-sendiri, tetapi bekerja sebagai satu perangkat analisis untuk membaca struktur pesan, medium YouTube, dan otoritas kelembagaan Jagat Arsy.

KERANGKA TEORI

Perkembangan media digital membawa perubahan nyata dalam praktik komunikasi keagamaan, termasuk dakwah Islam. Dakwah tidak lagi hadir semata sebagai penyampaian pesan verbal satu arah, tetapi berkembang menjadi praktik komunikasi yang melibatkan narasi, visualitas, emosi, dan relasi institusional antara da'i, media, dan audiens. Dalam media berbasis *platform*, dakwah berlangsung di ruang yang diatur oleh logika teknologi, algoritma, dan format audiovisual yang memengaruhi cara pesan diproduksi dan dimaknai (Campbell, 2013; Hjarvard, 2018).

YouTube menjadi ruang strategis bagi artikulasi dakwah yang adaptif, kontekstual, dan mampu menjangkau audiens lintas geografis. Dalam tradisi komunikasi Islam, dakwah idealnya tidak hanya normatif, tetapi juga menjawab kebutuhan audiens sesuai konteks zamannya. Pemanfaatan media digital memungkinkan dakwah dikemas secara aktual dan komunikatif tanpa harus kehilangan substansi nilai keagamaannya (Bakti, 2014). Dalam konteks ini, tasawuf menghadapi ketegangan yang khas: ia harus menjaga kedalaman batin, tetapi sekaligus perlu hadir dalam bahasa media yang cepat, visual, dan mudah diakses.

Untuk membaca dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan teori naratif Gill Branston dan Roy Stafford sebagai landasan analitis utama. Teori ini memandang media sebagai ruang produksi narasi yang terstruktur; makna dibangun melalui alur cerita, tokoh, konflik, resolusi, karakter medium, dan kepentingan institusional (Branston & Stafford, 2003).

Pendekatan ini relevan bagi dakwah tasawuf karena pesan sufistik sering hadir melalui kisah perjalanan ruhani, kegelisahan batin, pencarian makna, dan resolusi spiritual melalui dzikir, doa, serta bimbingan mursyid. Dengan demikian, dakwah tasawuf tidak hanya dipahami sebagai penyampaian ajaran, tetapi sebagai konstruksi narasi spiritual yang dimediasikan dan dilembagakan.

Narration, Story, and Plot

Dalam perspektif Branston dan Stafford, narasi merupakan struktur yang mengatur cara sebuah cerita dibangun dan dipahami audiens. Narasi mencakup hubungan antara peristiwa, tokoh, urutan kejadian, dan sudut pandang penceritaan yang bersama-sama membentuk makna (Branston & Stafford, 2003). Mereka membedakan *story* dan *plot*. *Story* merujuk pada rangkaian peristiwa secara kronologis, sedangkan *plot* adalah cara peristiwa dipilih, disusun, dan ditampilkan untuk menghasilkan efek makna tertentu.

Dalam dakwah tasawuf, struktur naratif ini penting karena pesan spiritual biasanya tidak hadir sebagai instruksi hukum yang kaku, tetapi melalui kisah perjalanan ruhani (suluk), pembersihan jiwa (tazkiyat al-nafs), serta relasi cinta dan kedekatan dengan Tuhan (mahabbah) (Bagir, 2017). Narasi semacam ini memungkinkan audiens menghubungkan ajaran tasawuf dengan pengalaman personal dan problem hidup yang mereka hadapi.

Pada dakwah tasawuf yang dimediasikan melalui YouTube, narasi tidak selalu tampil sebagai cerita fiksi, tetapi hadir dalam susunan pesan ceramah yang mengalir. Ceramah kerap diawali dengan pengantar reflektif atau hikmah, dilanjutkan dengan penggambaran konflik spiritual seperti kegelisahan batin, krisis makna, atau problem kehidupan modern, kemudian diarahkan pada resolusi melalui dzikir, nasihat, ajakan spiritual, dan doa peneguhan (Hamka, 2015). Pola ini memperlihatkan bahwa dakwah tasawuf bekerja sebagai narasi pengalaman spiritual yang membangun keterlibatan emosional dan reflektif audiens.

Kekuatan narasi terletak pada kemampuannya memberi susunan dan koherensi terhadap pengalaman yang kompleks. Dalam dakwah tasawuf digital, struktur naratif membantu audiens tidak hanya memahami pesan secara kognitif, tetapi juga menghayatinya sebagai pengalaman batin. Karena itu, analisis terhadap *narration*, *story*, and *plot* memungkinkan penelitian ini membaca bagaimana makna dakwah tasawuf dibangun, diarahkan, dan dinegosiasikan melalui alur cerita yang dimediasikan.

Narratives in Different Media

Branston dan Stafford menekankan bahwa narasi berubah ketika berpindah medium. Peralihan dari teks atau ceramah lisan ke media audiovisual memengaruhi cara pesan disusun, ditampilkan, dan diterima audiens (Branston & Stafford, 2003). Dalam dakwah tasawuf, perubahan medium ini bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga berhubungan dengan pengalaman spiritual yang dialami audiens secara mediatif. YouTube memungkinkan narasi dakwah tampil secara *multimodal* melalui ujaran verbal, gambar, suara, teks, dan simbol visual (Hamda & Mahmuddin, 2021).

Pada kanal Jagat Arsy, pesan tasawuf tidak hanya disampaikan melalui ceramah, tetapi juga melalui ekspresi wajah guru, simbol tarekat, teks ayat, dan suasana visual pengajian. Seluruh unsur itu bekerja bersama dalam membangun atmosfer spiritual yang tidak hanya didengar, tetapi juga dirasakan oleh audiens.

Selain visual, musik latar, lantunan dzikir, shalawat, atau nada instrumental lembut berfungsi memperkuat emosi dan suasana spiritual. Teknik penyuntingan, ritme penyampaian, dan tempo visual turut membentuk alur pengalaman yang memandu audiens dari pengenalan masalah menuju refleksi dan resolusi batin (Murch, 2001). Dalam kerangka Branston dan Stafford, perubahan ini menunjukkan bahwa dakwah selalu beradaptasi dengan medium tempat ia hadir. Dakwah tasawuf di YouTube memang berhadapan dengan logika audiovisual dan algoritmik, tetapi tetap dapat diarahkan untuk mempertahankan substansi nilai sufistik.

Institutions and Narratives

Branston dan Stafford juga memandang media sebagai institusi yang aktif memproduksi, mengelola, dan mendistribusikan narasi. Institutions merujuk pada struktur organisasi dan sistem yang memberi legitimasi agar narasi dapat diterima audiens (Branston & Stafford, 2003). Dakwah tasawuf tidak hanya berlangsung secara personal, tetapi dilembagakan melalui tarekat, pesantren, atau yayasan spiritual yang menjaga otoritas ajaran dan kesinambungan sanad keilmuan. Dalam era digital, institusi tersebut bertransformasi menjadi akun media sosial dan *platform* daring yang mengelola konten dakwah secara lebih terstruktur.

Kanal YouTube Jagat Arsy dapat dipahami sebagai institusi dakwah digital yang merepresentasikan nilai, otoritas, dan tradisi TQN Suryalaya Sirnarasa. Sebagai institusi, Jagat Arsy tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga membingkai bagaimana tasawuf dipahami dan dipraktikkan di ruang digital. Melalui struktur kelembagaan ini, narasi dakwah tetap terikat pada adab kepada guru, hierarki spiritual, dan legitimasi mursyid (Bruinessen, 1992). Pada saat yang sama, komentar dan fitur berbagi memungkinkan audiens ikut berpartisipasi dalam sirkulasi makna dan pembentukan komunitas daring (Hasanah & Mulyadi, 2020).

Berdasarkan tiga unsur teori naratif Branston dan Stafford—*narration, story, and plot; narratives in different media; serta institutions and narratives*—penelitian ini memiliki landasan untuk membaca dakwah tasawuf di kanal YouTube Jagat Arsy sebagai narasi spiritual yang dibangun, dimediasikan, dan dilembagakan. Dengan demikian, teori ini langsung mengarahkan analisis pada tiga wilayah utama: struktur cerita dakwah, perubahan bentuk pesan dalam medium YouTube, dan kerja institusi Jagat Arsy dalam membingkai otoritas tarekat.

Bingkai Konseptual

Al-Qashas (Kisah) sebagai Struktur Narasi Dakwah. Dalam perspektif komunikasi keagamaan, kisah (*al-qashas*) merupakan instrumen fundamental dalam pembentukan makna dakwah. Al-Qur'an sendiri menegaskan fungsi kisah sebagai medium pedagogis dan reflektif, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Yusuf:3 yang menyebut kisah sebagai *ahsan al-qashas*, yakni narasi terbaik yang disusun secara indah, utuh, dan sarat pelajaran. Al-Ṭabarī menafsirkan ayat ini sebagai penegasan bahwa kisah Qur'ani bukan sekadar kronologi peristiwa, melainkan narasi yang terstruktur secara presisi dari awal hingga akhir, dengan keluasan 'ibrah yang melampaui fungsi historis semata (al-Ṭabarī, 2001).

Konsep *al-qashas* ini sejalan dengan unsur pertama teori naratif Branston dan Stafford, yaitu *narration, story, and plot*. Branston dan Stafford memandang narasi sebagai kerangka yang mengorganisasi peristiwa, tokoh, konflik, dan resolusi untuk membangun makna bagi audiens (Branston & Stafford, 2003). Dalam konteks dakwah tasawuf di kanal YouTube Jagat Arsy, struktur kisah tampak pada penyusunan pesan yang diawali dengan pengantar reflektif, dilanjutkan dengan konflik sufistik seperti kegelisahan batin atau krisis makna, kemudian diarahkan pada resolusi spiritual melalui dzikir, nasihat, dan doa peneguhan. Pola ini membentuk dakwah sebagai pengalaman naratif yang memungkinkan audiens TQN tidak hanya memahami pesan secara kognitif, tetapi juga menghayatinya secara emosional dan reflektif.

Legitimasi penggunaan kisah sebagai media dakwah juga diperkuat oleh hadits Nabi SAW yang membolehkan penyampaian kisah umat terdahulu selama bertujuan mengambil pelajaran ('ibrah), sebagaimana diriwayatkan dalam Shahih al-Bukhari (al-Bukhārī, no. 3461). Dalam tradisi tasawuf, kisah-kisah perjalanan ruhani (*suluk*), pembersihan jiwa (*tazkiyat al-nafs*), dan cinta Ilahi (*mahabbah*) berfungsi sebagai sarana transformasi batin yang efektif

(Bagir, 2017). Dengan demikian, al-qashas berfungsi sebagai jembatan antara ajaran normatif dan pengalaman spiritual audiens dalam dakwah tasawuf digital.

At-Taghyir (Perubahan) dan Transformasi Narasi dalam Medium Digital. Konsep at-taghyir (perubahan) menjadi relevan dalam membaca dakwah tasawuf di era media digital. Al-Qur'an menegaskan bahwa perubahan kondisi suatu kaum bergantung pada perubahan internal mereka sendiri (QS. al-Ra'd: 11), yang secara implisit mengandung pesan adaptasi dan transformasi.

Prinsip ini sejalan dengan unsur kedua teori naratif Branston dan Stafford, *narratives in different media*, yang menegaskan bahwa narasi tidak bersifat statis, melainkan berubah ketika berpindah medium (Branston & Stafford, 2003). Dalam konteks YouTube, narasi dakwah tasawuf mengalami transformasi dari ceramah lisan menjadi multimodal storytelling. Pesan spiritual tidak hanya disampaikan melalui ujaran verbal, tetapi juga melalui simbol visual, musik latar, grafis ayat, ritme penyuntingan, dan ekspresi emosional pendakwah. Elemen-elemen ini memperkaya pengalaman spiritual audiens dan membentuk keterlibatan afektif yang lebih intens (Hamda & Mahmuddin, 2021).

Dengan demikian, at-taghyir tidak hanya dimaknai sebagai perubahan medium, tetapi juga sebagai perubahan strategi komunikasi dakwah agar selaras dengan karakteristik audiens digital. Hadits Nabi SAW yang menegaskan pentingnya menyampaikan pesan sesuai dengan tingkat pemahaman audiens (al-Hākim, no. 4306) memberikan landasan normatif bagi praktik adaptasi ini. Prinsip tersebut diperkuat oleh kaidah fikih tentang perubahan hukum seiring perubahan zaman dan kondisi (Ibn Qayyim al-Jawziyyah, 1973). Dalam dakwah tasawuf Jagat Arsy, at-taghyir tercermin dalam upaya menyesuaikan bentuk dan gaya penyampaian pesan spiritual tanpa menghilangkan substansi nilai sufistik yang diajarkan.

At-Tashwir (Pembingkai Makna) dan Institusionalisasi Narasi. Konsep at-tashwir (pembentukan atau pembingkai) memberikan landasan teoretis untuk memahami peran media sebagai institusi pembentuk makna. Al-Qur'an memperkenalkan Allah sebagai al-Muṣawwir, Sang Pembentuk rupa (QS. Ali 'Imran:6), yang secara metaforis dapat dipahami sebagai dasar filosofis tentang otoritas pembentukan makna. Dalam kerangka teori naratif Branston dan Stafford, unsur *institutions and narratives* menegaskan bahwa media bukan sekadar saluran netral, melainkan institusi yang memproduksi, mengelola, dan melegitimasi narasi sesuai nilai dan ideologi tertentu (Branston & Stafford, 2003).

Kanal YouTube Jagat Arsy dapat dipahami sebagai institusi dakwah digital yang merepresentasikan nilai, otoritas, dan tradisi TQN Suryalaya Sirnarasa. Melalui pengelolaan konten yang terstruktur, Jagat Arsy menjaga otoritas *mursyid*, sanad keilmuan, dan adab tarekat, sekaligus membingkai pesan tasawuf agar relevan dengan budaya media digital (Bruinessen, 1992). Proses at-tashwir ini tampak dalam pemilihan tema, gaya bahasa, visualisasi, serta mekanisme interaksi audiens yang membentuk persepsi dan pengalaman spiritual kolektif.

Hadits Nabi SAW tentang peran perantara dalam kebaikan dan keburukan (HR. Muslim no. 867) menegaskan dimensi etis dari proses pembingkai makna. Al-Ghazālī menekankan bahwa setiap bentuk wacana membangun *ṣūrah* (gambar mental) yang mengarahkan persepsi sosial (al-Ghazālī, 1987). Dalam konteks dakwah tasawuf digital, institusi media berperan sebagai perantara yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk kerangka makna spiritual yang diinternalisasi oleh audiens.

Dengan mengintegrasikan konsep *al-qashas*, *at-taghyir*, dan *at-tashwir* ke dalam tiga unsur teori naratif Branston dan Stafford—*narration, story, and plot; narratives in different media*; serta *institutions and narratives*—penelitian ini memiliki bingkai konseptual yang

koheren untuk menganalisis dakwah tasawuf di kanal YouTube Jagat Arsy. Bingkai ini memungkinkan pembacaan dakwah tasawuf sebagai proses konstruksi makna yang bersifat naratif, mediatif, dan institusional, serta menjadi landasan analitis bagi pembahasan hasil penelitian pada bagian selanjutnya.

METODOLOGI

Penelitian ini berangkat dari paradigma konstruktivis-interpretif. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibentuk melalui interaksi manusia, bahasa, pengalaman subjektif, dan konteks sosial-budaya. Dalam konstruktivisme, tidak ada satu kebenaran tunggal yang sepenuhnya objektif; yang ada adalah beragam realitas yang dipahami secara berbeda oleh setiap subjek penelitian (Creswell & Creswell, 2018; Guba & Lincoln, 1994). Karena itu, penelitian ini tidak diarahkan pada pengukuran variabel secara kuantitatif, tetapi pada pemahaman proses pembentukan makna dakwah tasawuf sebagaimana dialami dan ditafsirkan oleh pengelola kanal, editor, serta audiens tarekat. Paradigma ini sesuai dengan karakter dakwah tasawuf yang menekankan pengalaman batin, refleksi personal, dan pemaknaan spiritual.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian naratif sebagaimana dikembangkan oleh Creswell. Pendekatan naratif menempatkan cerita, pengalaman, dan penuturan aktor sebagai sumber utama dalam memahami makna sosial dan budaya suatu fenomena (Creswell, 2018). Dalam konteks penelitian ini, dakwah tasawuf dipahami sebagai praktik komunikasi naratif yang membingkai pengalaman spiritual melalui cerita, refleksi, dan simbol-simbol keagamaan yang disampaikan di media digital.

Interdisciplinary Approach

Pendekatan penelitian ini bersifat interdisipliner dengan mengintegrasikan perspektif dakwah Islam, ilmu komunikasi, dan media sosial. Pengembangan ilmu dakwah perlu dibaca melalui pendekatan yang terbuka terhadap ilmu komunikasi, media kontemporer, dan ilmu sosial lainnya (Bakti, 2006).

Dakwah. Dalam konteks penelitian ini, dakwah dipahami sebagai proses penyampaian pesan keagamaan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis oleh komunikator, seperti da'i, ulama, kiai, atau guru spiritual, kepada mad'u atau audiens. Tujuannya adalah membangun kesadaran, sikap, dan perilaku yang lebih dekat kepada keridaan Allah. Dalam komunikasi dakwah, pesan keislaman disampaikan melalui simbol verbal dan nonverbal agar penerima terdorong menuju pemahaman dan tindakan yang lebih baik sesuai ajaran Islam (Aziz, 2017).

Communication. Komunikasi pada dasarnya dapat dipahami melalui pertanyaan klasik Lasswell: siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa (Lasswell, 1948). Dalam ilmu komunikasi, unsur sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek dapat diterapkan dalam konteks dakwah Islam (Bakti, 2006). Pendekatan komunikasi digunakan dalam penelitian ini untuk membaca elemen pesan berupa narasi tasawuf, saluran berupa YouTube dan media sosial, serta interaksi antara guru atau mursyid sebagai komunikator dengan audiens sebagai komunikan.

Social Media. Media sosial menjadi konteks penting dalam penelitian ini karena perkembangan teknologi telah mengubah pola konsumsi informasi keagamaan. Media digital memberi ruang strategis bagi dakwah, tetapi sekaligus menuntut pendakwah menyesuaikan cara penyajian pesan agar tetap relevan bagi audiens modern. Sejumlah studi menunjukkan bahwa media sosial, termasuk YouTube dan Instagram, telah menjadi medium dakwah yang efektif untuk menjangkau khalayak lintas geografis.

Dalam kaitannya dengan dakwah dan jurnalistik damai, Bakti (2015) memandang komunikasi Islam sebagai bagian dari praktik komunikasi yang berorientasi pada perdamaian. Atas dasar itu, penelitian ini menggunakan lensa komunikasi dakwah digital untuk memahami bagaimana narasi tasawuf disampaikan dan diterima melalui kanal YouTube Jagat Arsy.

Subjek penelitian mencakup pengelola, pembuat konten, dan editor kanal dakwah digital Jagat Arsy, serta audiens tarekat yang menonton, mengomentari, dan memaknai konten dakwah tasawuf di YouTube. Kanal Jagat Arsy dipilih secara purposif karena memiliki keterkaitan langsung dengan dakwah TQN Suryalaya Sirnarasa, memuat konten manaqib, dzikir, pengajian, dan nasihat spiritual, serta memperlihatkan pertemuan antara otoritas tarekat dan logika media digital.

Pemilihan satu kanal ini tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh praktik dakwah tasawuf digital, melainkan untuk membaca secara mendalam satu kasus mediatisasi dakwah tasawuf pada komunitas dan institusi dakwah tertentu. Pilihan subjek ini juga disesuaikan dengan dua pertanyaan penelitian: pengelola dan editor diperlukan untuk membaca konstruksi narasi, sedangkan audiens tarekat diperlukan untuk membaca proses pemaknaan spiritual.

Secara operasional, unit analisis penelitian ini adalah potongan narasi dan adegan audiovisual dalam video dakwah yang memperlihatkan relasi antara cerita, medium, dan institusi. Unit tersebut mencakup pembuka ceramah, penyajian persoalan batin, penjelasan sufistik, ajakan dzikir atau refleksi, doa penutup, penggunaan teks visual, musik atau suara latar, serta respons audiens pada kolom komentar. Perincian ini diperlukan agar analisis *multimodal* tidak berhenti pada isi ceramah, tetapi juga mencakup cara pesan dikemas, diedarkan, dan dimaknai oleh audiens digital.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari video YouTube Jagat Arsy yang dipilih secara purposif, komentar audiens pada video yang dianalisis, serta wawancara dengan pengelola kanal, editor, dan audiens tarekat. Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, meliputi buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu tentang dakwah digital, tasawuf, tarekat, teori naratif, dan mediatisasi agama.

Pemilihan video mempertimbangkan beberapa kriteria: memuat pesan dakwah tasawuf atau tarekat, menampilkan unsur audiovisual yang jelas, memiliki interaksi audiens melalui komentar atau respons digital, dan relevan dengan fokus penelitian tentang narasi, medium, serta institusi dakwah digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dokumenter terhadap video YouTube Jagat Arsy, pencatatan elemen audiovisual, pengumpulan komentar audiens, wawancara semi-terstruktur dengan pengelola kanal dan audiens tarekat, serta studi pustaka. Unit analisis mencakup: (1) narasi verbal, seperti tema ceramah, alur pesan, metafora sufistik, dan ajakan spiritual; (2) elemen visual, seperti framing wajah guru, simbol tarekat, grafis ayat, dan suasana pengajian; (3) elemen audio, seperti intonasi, lantunan dzikir, doa, dan musik latar; (4) interaksi audiens, seperti komentar, testimoni, permohonan doa, dan respons emosional; serta (5) dimensi institusional, seperti identitas kanal, konsistensi konten, dan relasi antara otoritas mursyid, pengelola media, dan audiens digital (Moleong, 2017).

Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data video, wawancara, dan komentar diseleksi berdasarkan relevansinya dengan tiga unsur teori naratif Branston dan Stafford: *narration, story, and plot*; *narratives in different media*; serta *institutions and narratives*. Pada tahap penyajian data, temuan dikelompokkan ke dalam matriks naratif yang memuat pola cerita, unsur audiovisual, bentuk partisipasi audiens, dan fungsi institusional kanal.

Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menafsirkan hubungan antara struktur narasi, logika platform, dan pemaknaan spiritual audiens (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Dengan prosedur ini, setiap temuan dalam bagian hasil memiliki pasangan analitis yang jelas dengan unsur teori yang digunakan.

Peneliti menerapkan triangulasi teori, sumber, dan metode untuk memastikan kredibilitas temuan. Triangulasi teori dilakukan dengan menghubungkan teori naratif Branston dan Stafford, konsep mediatisasi agama, serta konsep-konsep dakwah tasawuf. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data video, komentar audiens, wawancara, dan dokumentasi kanal.

Triangulasi metode dilakukan melalui kombinasi observasi dokumenter, wawancara, dan studi pustaka. Dengan strategi ini, data dipandang lebih kuat apabila pola makna yang sama muncul dari lebih dari satu jenis sumber atau teknik pengumpulan data (Noble & Heale, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian disajikan mengikuti alur dua pertanyaan penelitian. *Pertama*, konstruksi narasi dakwah tasawuf dibaca melalui pola cerita, medium audiovisual, dan institusi kanal. *Kedua*, pemaknaan audiens dibaca melalui komentar, testimoni, wawancara, dan respons spiritual yang muncul dalam ruang digital.

Pola Naratif Dakwah Tasawuf

Analisis naratif terhadap konten dakwah tasawuf pada kanal YouTube Jagat Arsy memperlihatkan bahwa penyampaian dakwah dibangun melalui struktur cerita yang relatif konsisten. Mengacu pada unsur *narration, story, and plot* dari Branston dan Stafford, narasi dakwah bergerak dari pengenalan persoalan batin menuju pemaknaan sufistik, lalu berakhir pada orientasi spiritual tertentu. Pola ini dapat dibaca sebagai siklus naratif: keseimbangan awal (*equilibrium*), munculnya kegelisahan atau gangguan batin (*disruption*), proses perbaikan melalui refleksi dan bimbingan spiritual (*repair*), hingga lahirnya keseimbangan baru (*new equilibrium*) (Branston & Stafford, 2003).

Pada video Jagat Arsy, gangguan biasanya hadir sebagai keresahan spiritual: rasa hampa, ragu, lelah batin, konflik diri, atau masalah hidup yang dibingkai sebagai pintu masuk menuju makna sufistik. Tahap perbaikan tampak melalui penjelasan mursyid atau da'i yang menempatkan problem sebagai momentum tazkiyah, penguatan dzikir, atau pelurusan niat.

Sementara itu, keseimbangan baru diwujudkan melalui ajakan untuk kembali pada ketenangan ruhani, istiqamah, dan kepasrahan yang terarah. Struktur ini membuat dakwah tidak berhenti sebagai instruksi normatif, tetapi bekerja sebagai pengalaman naratif yang menggerakkan aspek kognitif dan afektif audiens (Branston & Stafford, 2003).

Narasi sebagai Produk Medium Audiovisual

Analisis berikutnya menunjukkan bahwa dakwah tasawuf Jagat Arsy diproduksi sebagai pengalaman audiovisual yang *multimodal*. Dalam kerangka *narratives in different media*, Branston dan Stafford menegaskan bahwa narasi berubah ketika berpindah medium; perubahan itu memengaruhi cara cerita dibentuk dan diterima (Branston & Stafford, 2003).

Pada YouTube, pesan tasawuf tidak berhenti pada teks verbal, tetapi diperkuat oleh visual wajah guru tarekat atau mursyid, simbol sufistik, grafis ayat, ritme penyuntingan, serta musik latar yang membangun atmosfer khuyuk. Dari sisi audio, intonasi yang stabil, lantunan doa atau dzikir, dan latar suara lembut membantu menata suasana batin penonton. Dari sisi visual, teknik framing, misalnya close-up pada wajah mursyid, mengarahkan perhatian pada

figur otoritas sehingga pesan terasa lebih personal dan hadir secara mediatif (Bálint, Blessing, & Rooney, 2020).

Tim editing Jagat Arsy (wawancara, 21 Desember 2025) menegaskan bahwa kombinasi visual, isu, dan intonasi diolah untuk membantu audiens mengalami makna, bukan hanya menerima informasi (Wawancara Editor Jagat Arsy, 2025).

Partisipasi Audiens sebagai Kelanjutan Narasi

Analisis terhadap kolom komentar menunjukkan bahwa interaksi audiens tidak hanya berupa respons singkat, tetapi juga muncul sebagai testimoni pengalaman batin, permohonan doa, dan pertanyaan spiritual. Dengan demikian, kolom komentar berfungsi sebagai kelanjutan narasi yang memperpanjang efek pesan di luar video. Audiens tidak berada pada posisi pasif; mereka ikut membentuk makna melalui pengakuan emosional dan dialog simbolik di ruang digital (Jenkins, Ford, & Green, 2013).

Wawancara audiens (18 Desember 2025) memperlihatkan dua pola pemaknaan. Pertama, audiens yang tinggal jauh merasa YouTube membantu mereka tetap terhubung dengan pembelajaran ruhani tanpa batas jarak, sehingga praktik spiritual masih dapat berlangsung meskipun mereka tidak hadir secara fisik. Kedua, sebagian audiens menekankan bahwa kedalaman pengalaman spiritual tetap bergantung pada kesiapan batin dan intensi pribadi.

Bagi pemula, pengalaman hadir langsung di pusat pengajian masih dianggap penting untuk memahami esensi manaqib secara lebih utuh (Wawancara Audiens, 2025). Temuan ini memperlihatkan bahwa digitalisasi memperluas akses, tetapi tidak otomatis menyamakan kualitas pengalaman spiritual setiap audiens.

YouTube Jagat Arsy sebagai Institusi Dakwah Digital

Dalam unsur *institutions and narratives*, Branston dan Stafford menegaskan media sebagai institusi yang memproduksi dan mengatur narasi—bukan saluran netral (Branston & Stafford, 2003). Pada kasus Jagat Arsy, kanal YouTube berfungsi sebagai institusi dakwah digital yang menjaga kontinuitas tradisi: sanad, adab kepada guru, dan legitimasi mursyid tetap menjadi pusat otoritas, sementara format platform digital membentuk cara otoritas itu ditampilkan dan dikelola (van Bruinessen, 1992; Taufik & Taufik, 2021; Wahyudi et al., 2025).

Kanal YouTube Jagat Arsy TV bergabung dengan YouTube pada 25 Februari 2014. Pada saat observasi, kanal ini memiliki lebih dari 31,6 ribu pelanggan dan sekitar 150 video dakwah tasawuf. Kontennya menampilkan kajian TQN Suryalaya Sirnarasa, seperti manaqib, pengajian interaktif, dzikir, serta nasihat spiritual guru tarekat dan para kiai. Rata-rata tayangan berada pada kisaran 2.000 hingga 7.000 penonton per video. Data ini menunjukkan bahwa Jagat Arsy TV menjadi salah satu ruang dakwah digital yang mempertemukan tradisi tarekat dengan perkembangan teknologi komunikasi tanpa melepaskan akar otoritas spiritualnya.

Wawancara pengelola kanal (25 Desember 2025) menunjukkan adanya motif institusional yang kuat. *Streaming* dipahami sebagai sarana bagi jamaah yang tidak dapat hadir secara fisik agar tetap terhubung dengan pembelajaran ruhani. Pada saat yang sama, hambatan seperti kualitas audio, kestabilan jaringan, jeda siaran, dan keterbatasan perangkat produksi perlu dibaca sebagai bagian dari tantangan mediatisasi, bukan sekadar urusan teknis. Gangguan audio atau jaringan dapat memutus kesinambungan alur naratif, melemahkan rasa kehadiran spiritual, dan memengaruhi keterlibatan audiens. Karena itu, kualitas teknis dalam dakwah digital menjadi bagian dari efektivitas pesan tarekat.

Untuk memperjelas keterkaitan antara pola naratif, elemen media, dan implikasi spiritual audiens, temuan penelitian diringkas dalam tabel 1 berikut.

Table 1. Ringkasan Temuan Analitis Narasi Dakwah Tasawuf Digital di YouTube Jagat Arsy

Temuan Analitis	Pola Naratif Utama	Elemen Media Dominan	Implikasi Spiritual Audiens
Transformasi Batin Audiens	<i>Disruption – Repair – Reorientation</i>	Narasi reflektif, bahasa sufistik, ajakan tazkiyah	Audiens mengalami proses refleksi diri dari kegelisahan menuju ketenangan batin
Dakwah <i>Multimodal</i>	<i>Storytelling</i> audiovisual <i>multimodal</i>	Wajah mursyid, simbol sufistik, musik lembut	Penguatan afeksi spiritual dan rasa kehadiran (<i>sense of spiritual presence</i>)
Partisipasi Audiens	Narasi berkelanjutan di luar video	Kolom komentar, testimoni, permohonan doa	Makna spiritual dibentuk secara kolektif dan dialogis
Institusionalisasi Digital	Otoritas tarekat dalam logika <i>platform</i>	<i>Streaming</i> , konsistensi konten, legitimasi mursyid	Terciptanya kontinuitas relasi guru-murid dalam ruang digital
Negosiasi Media dan Spiritualitas	Adaptasi tanpa reduksi makna	Durasi pendek, ritme editing, <i>framing</i> emosional	Kedalaman spiritual tetap dijaga di tengah budaya digital cepat

Tabel 1 merangkum temuan utama penelitian berdasarkan analisis naratif Branston dan Stafford, dengan menekankan relasi antara struktur cerita, medium audiovisual, dan pembentukan pengalaman spiritual audiens.

Perkembangan dakwah tasawuf digital berlangsung dalam masyarakat yang akrab dengan *multitasking*, distraksi informasi, dan percepatan arus komunikasi. Dalam situasi ini, dakwah tasawuf melalui media digital dapat menjadi ruang kontemplatif yang lebih fleksibel dan mudah diakses. Nilai-nilai sufistik seperti disiplin batin, kesadaran diri, dzikir, dan mahabbah dimediasi ulang melalui ceramah daring, *streaming manaqib*, dan pengajian tarekat digital. Namun, proses ini tetap menghadapi tantangan *platform*, terutama dalam menjaga kualitas audiovisual, kesinambungan narasi, akurasi pesan, dan kedalaman pengalaman spiritual di tengah budaya media yang cenderung cepat, ringkas, dan kompetitif.

Diskusi

Pembahasan berikut menafsirkan temuan dengan menghubungkan rumusan penelitian, teori naratif Branston dan Stafford, bingkai konseptual Islam, serta konsep mediatisasi agama. Dengan cara ini, analisis tidak berhenti pada deskripsi konten, tetapi menjelaskan bagaimana narasi, medium, institusi, dan audiens saling membentuk makna dakwah tasawuf digital.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah tasawuf melalui kanal YouTube Jagat Arsy tidak semata beroperasi sebagai ceramah informatif yang menekankan transfer pengetahuan keagamaan. Dakwah juga bekerja sebagai narasi pengalaman spiritual. Pesan keagamaan dipahami melalui pengalaman reflektif, bukan hanya melalui penerimaan kognitif (Branston & Stafford, 2003).

Sejalan dengan teori naratif, narasi media mengorganisasi pengalaman audiens melalui struktur cerita, alur, dan konvensi representasi tertentu (Branston & Stafford, 2003). Dalam kasus Jagat Arsy, struktur dakwah umumnya dimulai dari pengenalan kegelisahan batin,

diarahkan pada pemaknaan sufistik, lalu ditutup dengan orientasi spiritual berupa ketenangan atau kesadaran ilahiah. Alur ini menjadikan dakwah sebagai pengalaman reflektif yang menggerakkan dimensi emosional dan simbolik audiens.

Narasi tersebut diperkuat oleh bahasa personal, metafora sufistik, dan simbol visual yang membangun suasana kontemplatif. Dengan pola ini, dakwah tidak bekerja terutama sebagai komunikasi instruksional, tetapi sebagai proses identifikasi dan resonansi emosional, sebagaimana karakter narasi dalam media modern (Couldry, 2012).

Pendekatan naratif juga membuat dakwah tasawuf lebih mudah menjangkau audiens yang mencari makna melalui pengalaman personal dan reflektif, termasuk generasi muda (Hoover, 2006). Spiritualitas kemudian hadir bukan sebagai konsep yang jauh dari kehidupan sehari-hari, tetapi sebagai praktik hidup yang dapat dinegosiasikan dalam realitas audiens digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube tidak dapat dipahami sebagai medium netral. *Platform* ini ikut membentuk cara dakwah diproduksi dan dialami. Karakteristik seperti durasi, ritme penyuntingan, algoritma rekomendasi, dan estetika visual menjadi bagian dari proses *mediatization* agama (Hjarvard, 2013). Durasi video yang terbatas dan tuntutan perhatian audiens mendorong penggunaan narasi yang lebih padat serta format audiovisual yang lebih terarah. Karena itu, pengalaman dakwah dibangun bukan hanya melalui pesan verbal, tetapi juga melalui bentuk visual dan audio yang memediasi makna spiritual (Hjarvard, 2013; Hoover, 2006).

Namun, kasus Jagat Arsy memperlihatkan bahwa logika *platform* tidak otomatis mereduksi agama menjadi komoditas media. Yang tampak justru proses negosiasi antara logika *platform* dan otoritas tarekat. Pengelola dakwah memanfaatkan *platform* digital untuk memperluas jangkauan, sekaligus tetap menjaga orientasi nilai, adab, dan kesinambungan pesan sufistik (Campbell, 2013). Dengan demikian, kedalaman spiritual dalam dakwah digital tidak semata ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kesadaran naratif, etika komunikasi, dan orientasi nilai para aktor dakwah. *Platform* dapat menjadi sarana, bukan penentu tunggal makna (Hoover, 2006).

Pada level institusional, dakwah tasawuf digital membentuk relasi sosial dan spiritual baru di ruang virtual, tetapi tetap berpijak pada struktur otoritas tradisional tarekat. Kanal YouTube Jagat Arsy berfungsi sebagai institusi dakwah digital yang mereproduksi nilai, legitimasi, dan praktik keagamaan dalam format baru (Hjarvard, 2013). Dalam konteks ini, Jagat Arsy dapat dipahami sebagai *khanqah digital*, yaitu ruang spiritual virtual yang memungkinkan keberlanjutan praktik tarekat lintas ruang dan waktu. Audiens tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga bagian dari komunitas spiritual yang terhubung melalui narasi dan interaksi digital (Campbell, 2013).

Meskipun ruang digital cenderung lebih egaliter, struktur otoritas tarekat tetap terjaga melalui figur mursyid dan simbol legitimasi spiritual. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak menghapus institusi keagamaan, tetapi mentransformasikannya dalam bentuk mediatik (Hoover, 2006). Dengan demikian, dakwah tasawuf digital merupakan praktik institusional yang mengintegrasikan narasi, media, dan otoritas spiritual. Hal ini memperluas pemahaman tentang cara institusi keagamaan beradaptasi dan bertahan dalam budaya digital kontemporer (Hjarvard, 2013; Campbell, 2013).

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penempatan narasi sebagai kunci untuk memahami mediatisasi dakwah tasawuf di ruang digital. Berbeda dari pendekatan *mediatization* yang sering menekankan perubahan institusional, teknologis, atau ekonomi media, studi ini menunjukkan bahwa mediatisasi dakwah tasawuf juga bekerja pada level

struktur cerita, pengalaman audiens, dan produksi makna spiritual. Narasi bukan sekadar bentuk penyampaian pesan, melainkan mekanisme yang menjembatani tradisi tasawuf dengan logika media digital. Temuan ini memperluas pembacaan atas teori Branston dan Stafford karena *narration, story, and plot* dalam dakwah tasawuf digital tidak hanya mengatur pesan, tetapi juga mengatur pengalaman religius audiens. Narasi membantu menata kegelisahan batin, refleksi diri, dan orientasi spiritual dalam alur yang koheren. Dalam konteks *mediatization*, makna keagamaan tidak hanya diterjemahkan ke dalam format media, tetapi dibentuk dan dinegosiasikan melalui struktur naratif yang spesifik (Branston & Stafford, 2003; Couldry, 2017).

Kontribusi lain dari penelitian ini adalah penegasan bahwa *mediatization* dakwah tasawuf tidak bersifat deterministik. Melalui analisis naratif, terlihat bahwa mursyid, pengelola kanal, dan institusi tarekat memiliki agensi dalam merancang narasi secara sadar dan reflektif. Dengan pengelolaan narasi yang berpijak pada etika tasawuf, logika *platform* seperti algoritma, durasi, dan estetika audiovisual dapat dinegosiasikan tanpa harus mengorbankan kedalaman makna spiritual.

Temuan ini memperkaya diskursus *mediatization* agama yang selama ini kerap menekankan risiko komodifikasi dan pendangkalan spiritual (Hjarvard, 2008; Hoover, 2006). Selain itu, penelitian ini menawarkan pendekatan naratif sebagai alat analisis yang operasional dalam kajian dakwah digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti membaca dakwah sebagai proses pengalaman yang berkelanjutan, mulai dari produksi pesan, pengemasan audiovisual, hingga partisipasi audiens. Dengan menempatkan narasi sebagai pusat analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa kedalaman spiritual di ruang digital sangat bergantung pada kesadaran naratif dan tanggung jawab etis dalam produksi dakwah. Pada titik ini, *mediatization* tidak hanya dipahami sebagai tekanan media terhadap agama, tetapi juga sebagai ruang negosiasi tempat tradisi tasawuf dapat hadir secara relevan tanpa kehilangan orientasi batinnya.

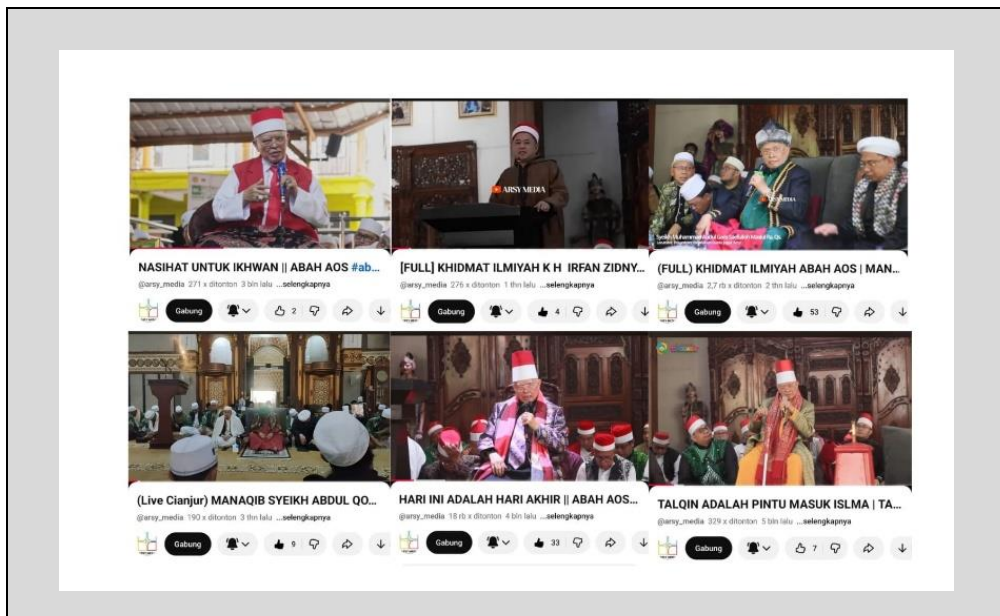


Figure 1. Postingan kanal Jagat Arsy yang merepresentasikan video kegiatan pengajian dakwah tarekat

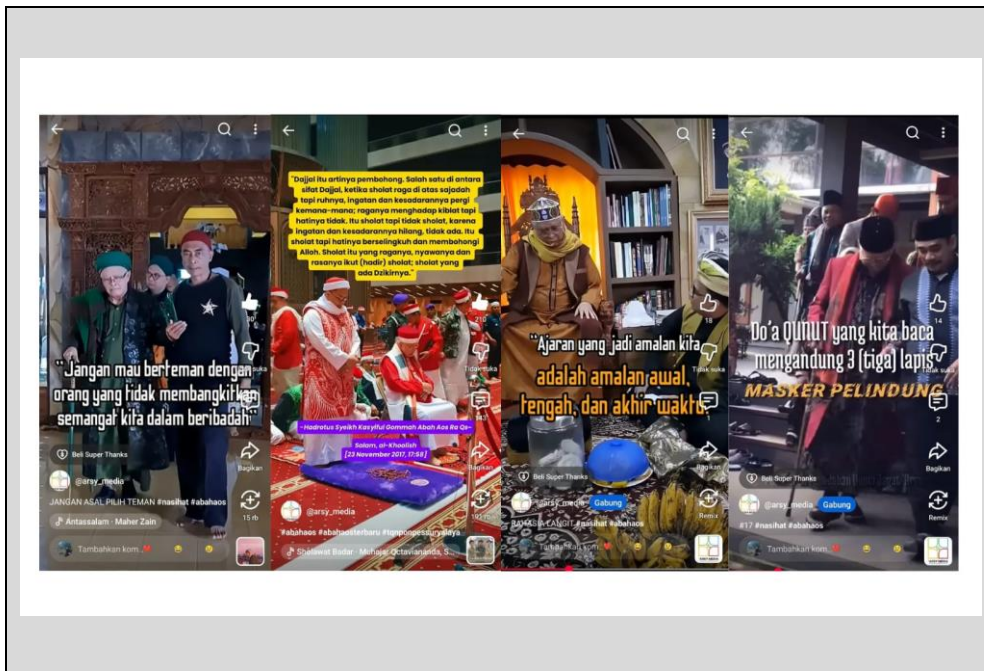


Figure 2. Postingan kanal Jagat Arsy yang merepresentasikan flyer quotes

KESIMPULAN

Penelitian ini berangkat dari perubahan pola komunikasi dakwah dan pergeseran medium dakwah tasawuf ke ruang digital, khususnya melalui YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah tasawuf di kanal YouTube Jagat Arsy tidak dapat dipahami sebagai sekadar pemindahan pesan keagamaan dari mimbar ke layar. Dakwah tersebut bekerja sebagai praktik naratif yang terstruktur, relasional, dan terlembagakan dalam ekosistem media digital. Melalui konstruksi narasi, dakwah tasawuf membentuk pengalaman religius audiens sekaligus bernegosiasi dengan logika *platform*, algoritma, dan budaya partisipatif.

Berdasarkan teori naratif Branston dan Stafford, narasi dakwah tasawuf disusun melalui alur yang relatif konsisten: pengenalan kegelisahan batin, proses pemaknaan spiritual, dan orientasi menuju ketenangan. Pola *narration, story, and plot* tersebut menempatkan audiens sebagai subjek pengalaman, bukan sekadar penerima pesan. Dakwah tidak berhenti pada transmisi ajaran, tetapi menjadi ruang pembentukan makna spiritual yang dialami secara personal dan reflektif. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa YouTube berperan penting dalam membentuk gaya penyampaian dan resonansi narasi dakwah tasawuf.

Unsur visual, suara, ritme penyuntingan, dan simbol sufistik berkontribusi dalam membangun pengalaman kontemplatif audiens. Sejalan dengan konsep *narratives in different media*, medium audiovisual tidak hanya memediasi pesan, tetapi turut menentukan cara makna spiritual diproduksi dan diinternalisasi. Dalam kondisi ini, *mediatization* membuka akses dan keterlibatan audiens, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan teknis dan etis yang perlu dikelola secara sadar agar kedalaman makna tetap terjaga.

Respons audiens melalui komentar, refleksi personal, dan interaksi digital juga menjadi bagian penting dari narasi dakwah. Narasi tidak berhenti pada konten video, tetapi berlanjut dalam ruang partisipasi yang membentuk pemaknaan kolektif. Hal ini menegaskan bahwa dakwah tasawuf digital bersifat dialogis dan partisipatoris. Pengalaman spiritual audiens menjadi bagian dari proses produksi makna itu sendiri. Pada level institusional, kanal YouTube Jagat Arsy beroperasi sebagai institusi dakwah digital yang menegosiasikan otoritas tarekat

dengan struktur media digital. Relasi antara mursyid, pengelola konten, audiens, dan algoritma menunjukkan bahwa narasi dakwah berada dalam jaringan institusional yang saling memengaruhi.

Secara keseluruhan, dakwah tasawuf di ruang digital tidak secara otomatis mengarah pada pendangkalan spiritualitas. Melalui narasi yang dirancang secara sadar, reflektif, dan berlandaskan etika tasawuf, dakwah digital justru dapat menghadirkan pengalaman spiritual yang bermakna di tengah budaya media yang cepat. Temuan ini memperkaya kajian *mediatization* agama dan dakwah digital, sekaligus menegaskan pentingnya literasi media, kualitas teknis produksi, dan kesadaran naratif dalam menjaga kedalaman makna spiritual di ruang digital.

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan studi komparatif antar-kanal dakwah tarekat atau antar-tarekat di Indonesia agar dinamika mediatisasi dapat dibaca secara lebih luas. Studi longitudinal juga penting untuk melihat dampak jangka panjang dakwah tasawuf digital terhadap praktik ritual luring, relasi guru-murid, dan pembentukan komunitas spiritual dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. (2002). *Sahih al-Bukhari*. Dar Ibn Kathir.
- Al-Ghazali, A. H. (1987). *Ihya' 'ulum al-din*. Dar al-Ma'rifah.
- Al-Hakim al-Naysaburi. (1990). *Al-Mustadrak 'ala al-Sahihayn*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Tabari, Muhammad ibn Jarir. (2001). *Jami' al-bayan 'an ta'wil ay al-Qur'an*. Dar Hajr.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu dakwah*. Kencana.
- Bagir, H. (2017). *Islam Tuhan Islam manusia: Agama dan Spiritualitas di Zaman Kacau*. Mizan.
- Bakti, A. F. (2006). Daarut Tauhiid: New approach to dakwah for peace in Indonesia. *Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), 1–29.
- Bakti, A. F. (2014). Trendsetter komunikasi di era digital: Tantangan dan peluang pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 20–44.
- Bakti, A. F. (2015). The integration of dakwah in journalism: Peace journalism. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 185–203.
- Bálint, K. E., Blessing, J. N., & Rooney, B. (2020). Shot scale matters: The effect of close-up frequency on mental state attribution in film viewers. *Poetics*, 83, 101480. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101480>
- Branston, G., & Stafford, R. (2003). *The media student's book* (3rd ed.). Routledge.
- Bruinessen, M. van. (1992). *Tarekat Naqsyabandiyah di Indonesia: Survei historis, geografis, dan sosiologis*. Mizan.
- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new industry at the intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York University Press.

- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). SAGE Publications.
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). YouTube sebagai media dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>
- Hamka. (2015). *Tasawuf modern*. Republika Penerbit.
- Hasanah, U., & Mulyadi, M. (2020). Literasi spiritual di media sosial: Antara dakwah dan komodifikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 4(2), 145–158.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. John Wiley & Sons.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, 6(1), 9–26.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Hjarvard, S. (2018). *The mediatization of religion: Key debates*. In R. Hjelmgaard (Ed.), *Research in the social scientific study of religion*. Brill.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.
- Ibn Qayyim al-Jawziyyah. (1973). *I'lam al-muwaqqi'in 'an rabb al-'alamin*. Dar al-Jil.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2017). *Qualitative communication research methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lövheim, M. (2022). *Gender and agency in digital religion*. In H. A. Campbell & P. H. Cheong (Eds.), *The Oxford handbook of digital religion*. Oxford University Press.
- Lundby, K. (Ed.). (2021). *The Routledge handbook of mediatization*. Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Murch, W. (2001). *In the blink of an eye: A perspective on film editing* (2nd ed.). Silman-James Press.
- Nisa, H., Ichsan, Y., & Setianingsih, F. N. (2021). Difusi dakwah digital di era Covid-19 bagi generasi milenial. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 4(2), 155–170.
- Noble, H., & Heale, R. (2019). Triangulation in research, with examples. *Evidence-Based Nursing*, 22(3), 67–68. <https://doi.org/10.1136/ebnurs-2019-103145>
- Schmidt, B., & Leonardi, J. (Eds.). (2020). *Spirituality and wellbeing: Interdisciplinary approaches to the study of religious experience and health*. Equinox Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taufik, Z., & Taufik, M. (2021). Mediated Tarekat Qadiriyyah wa Naqshabandiyah in the digital era: An ethnographic overview. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 22(1), 35–43. <https://doi.org/10.14421/esensia.v22i1.2511>
- Wahyudi, M. A., Srimulyani, E., Shadiqin, S. I., & Gumilang, R. M. (2025). Vernacular cyber-Sufism: Digital ritual, mediated authority, and the Naqshbandi Haqqani order in Indonesia. *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, 15(2), 406–428. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2025.15.2.406-428>