

Mediatisasi Dakwah: Popularitas Kajian Halimah Alaydrus dan Umi Laila di Kalangan Generasi Z

Vivi Sri Rafika Umroh

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

Email: vivisrafika22@gmail.com

KEYWORD

religious
mediatization;
popularity; halimah
alaydrus; umi laila.

ABSTRACT

The development of digitalization has influenced the way da'wah is spread, especially among generation Z. This phenomenon can be seen from the increasing popularity of female preachers, Halimah Alaydrus and Umi Laila, on social media. In this context, the mediatization of religion plays an important role in shaping the way the younger generation understands and consumes religious teachings. This study aims to analyze how the phenomenon of mediatization of religion influences the popularity of the studies delivered by Halimah Alaydrus and Umi Laila on social media and the factors that contribute to their appeal among generation Z. This study uses a qualitative method with a netnography approach. Data were collected through observation of the social media accounts of both preachers and analysis of related literature to understand the patterns of interaction and delivery of da'wah messages. The study shows that both preachers have succeeded in attracting the attention of generation Z through a modern and relatable approach. Halimah Alaydrus is known for her calm and straightforward delivery style, while Umi Laila combines nasyid and humor in her da'wah, making it more interesting and interactive. The mediatization of religion in the digital space has changed the way da'wah is received by the younger generation. The popularity of Halimah Alaydrus and Umi Laila is an example of how religious messages can be conveyed effectively through social media platforms, creating a new identity among Generation Z..

KATA KUNCI
mediatisasi agama;
popularitas;
halimah alydrus;
umi laila.

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi telah mempengaruhi cara penyebaran dakwah, terutama di kalangan generasi Z. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya popularitas pendakwah perempuan, Halimah Alaydrus dan Umi Laila, di media sosial. Dalam konteks ini, mediatisasi agama memainkan peran penting dalam membentuk cara generasi muda memahami dan mengkonsumsi ajaran agama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana fenomena mediatisasi agama mempengaruhi popularitas kajian yang disampaikan oleh Halimah Alaydrus dan Umi Laila di media sosial serta faktor-faktor yang berkontribusi terhadap daya tarik mereka di kalangan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Data dikumpulkan melalui observasi akun media sosial kedua pendakwah dan analisis literatur terkait untuk memahami pola interaksi dan penyampaian pesan dakwah. Penelitian menunjukkan bahwa kedua pendakwah berhasil menarik perhatian generasi Z melalui pendekatan yang modern dan relatable. Halimah Alaydrus dikenal dengan

gaya penyampaian yang tenang dan lugas, sementara Umi Laila menggabungkan nasyid dan humor dalam dakwahnya, menjadikannya lebih menarik dan interaktif. Mediatisasi agama di ruang digital telah mengubah cara dakwah diterima oleh generasi muda. Popularitas Halimah Alaydrus dan Umi Laila menjadi contoh bagaimana pesan agama dapat disampaikan secara efektif melalui platform media sosial, menciptakan identitas baru di kalangan generasi Z.

PENDAHULUAN

Wacana popularitas kajian para ulama saat ini bukan hanya dari satu mimbar ke mimbar lainnya, melainkan sudah memasuki dunia baru, yaitu dunia digitalisasi yang kerap disebut dengan istilah mediatisasi. Begitupun dengan agama yang mencoba masuk ke ranah media dalam penyebarannya. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas melalui ruang digital baru. Sehingga banyak masyarakat berbondong-bondong untuk beralih ke media sosial. Bahkan aktifitas masyarakat saat ini telah mengalami perubahan mulai dari aspek ekonomi, pendidikan, politik bahkan keagamaan sudah beralih ke dunia digital. Dunia digital atau yang lebih dikenal medsos (media sosial) memang telah memiliki pengaruh yang sangat besar pada kehidupan nyata masyarakat di semua kalangan, salah satunya dalam hal kajian keagamaan. Heidi A. Campbell sebagai penulis buku *“Digital Religion”* menjelaskan bagaimana teknologi informasi dan media memengaruhi cara manusia berhubungan dengan agama, serta cara berekspresi di dunia digital. Bukan hanya ekspresi eksternal agama, tapi juga mempengaruhi praktik-praktik keagamaan, identitas agama, komunitas, ritual, bahkan pemikiran teologis. Sejalan dengan perkembangannya digitalisasi, kajian ulama di tempatkan pada posisi penting dalam berkomunikasi kepada masyarakat. Disamping itu, era globalisasi mampu membentuk prinsip sebuah kajian menjadi sebuah kegiatan yang dapat ditinjau secara praktis dan teoretis. Salah satunya adalah media sosial sebagai wadah dalam berdakwah para tokoh agama untuk memberikan pemahaman keagamaan yang berorientasi kepada kebaikan untuk seluruh khalayak masyarakat secara online maupun offline.

Salah satu fenomena mediatisasi agama di ruang publik yaitu popularitas pendakwah di media sosial. Dalam penelitian ini peneliti menyoroti dua pendakwah perempuan Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila yang sedang digemari oleh masyarakat di media sosial, terutama di kalangan generasi Z. Popularitas kedua pendakwah tersebut berhasil menarik perhatian para generasi Z dengan ciri khas masing-masing dalam sebuah kajiannya. Saat ini berdakwah menjadi hal yang sangat penting di dalam kalangan generasi Z sebagai bentuk ajakan untuk selalu jauh dari penyimpangan, serta memberikan pemahaman agama melalui ruang publik. Sejauh ini penelitian terkait pembahasan mediatisasi agama pada ruang publik sudah begitu luas, tidak sedikit yang menjadikan Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila sebagai objek penelitian. Penelitian-penelitian ini membahas secara mendalam metode dakwah yang digunakan oleh Halimah Alaydrus dalam media sosial.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ajeng, ia membahas tentang retorika dalam dakwah Ustazah Halimah Alaydrus, khususnya dalam konteks media sosial YouTube. Penelitian ini mengevaluasi berbagai aspek dari retorika dakwah Ustazah Halimah di platform youtube nya, termasuk penggunaan bahasa, gaya penyampaian, dan pesan-utamanya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Cholillah yang menjelaskan tentang kajian Ustadzah Halimah di Instagram yang mengkonstruksi dari ayat-ayat Al-Quran untuk memberikan orientasi kepada masyarakat, dengan menyederhanakan penafsiran Al-Qur'an sehingga mudah diterima oleh masyarakat. Sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pipin Seltika membahas tentang metode dakwah yang dilakukan oleh Ning Umi Laila metode pengajaran *bill of things* yakni keselarasan tingkah laku yang harus diikuti, Maudzah Hasanah yakni kelembutan dalam berkata-kata, Bil Hikmah yakni mengajarkan jalan Allah dengan menggunakan hikmah, dan yang terakhir adalah pengajarannya sembari menggunakan lagu-lagu Islami dan Sholawat sebagai metode pengajarannya, hal itu dilakukan agar ajarannya tidak membosankan dan membangkitkan semangat para pendengarnya. Sedangkan yang dilakukan oleh Najmy Hanifa ia menjelaskan bahwa Ning Umi laila memiliki Ning Umi Laila memiliki kompetensi keilmuan agama, keimanan dan spiritualitas kepada Allah Swt, memiliki akhlak

yang baik dan kemampuan bermedia sosial dalam berdakwah. Sebagai kesimpulannya, penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya mengidentifikasi bahwa metode yang dilakukan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila menjadi daya tarik tersendiri di masyarakat.

Dalam konteks Indonesia yang kaya akan keragaman agama dan budaya, studi tentang mediatisasi agama menjadi sangat penting. Mediatisasi agama tidak hanya berhubungan dengan praktik keagamaan, tetapi juga mencakup aspek sosial, pendidikan, dan budaya yang memiliki jangkauan penyebaran yang luas. Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila, sebagai figur publik yang aktif di media sosial, telah berhasil memberikan citra dan pengaruh yang signifikan kepada audiens mereka. Melalui platform seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok, mereka tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga berbagi pengalaman pribadi, motivasi hidup, dan pandangan terkait isu-isu kontemporer yang relevan. Kedua tokoh perempuan ini menjadi contoh nyata bagaimana agama dapat dipraktikkan dan dipahami dalam konteks modern. Fenomena ini menggambarkan bahwa mediatisasi agama di ruang digital berfungsi untuk memperkuat identitas keagamaan, membangun komunitas, dan menyampaikan ajaran agama dengan cara yang lebih accessible dan menarik bagi generasi muda.

Berangkat dari hal tersebut, maka penelitian ini akan menjelaskan bagaimana fenomena mediatisasi agama di ruang publik dapat diterima oleh generasi Z melalui kajian di media sosial. Kemudian faktor-faktor apa sajakah yang berkontribusi terhadap popularitas Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila untuk menarik perhatian di kalangan generasi Z. Maka dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang baru bagaimana para pendakwah dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperluas ajaran agama dengan lebih efektif dan diterima di semua kalangan, khususnya pada generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena mediatisasi agama dengan menganalisis bagaimana fenomena tersebut berfungsi dalam ruang publik, khususnya di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap popularitas Ustadzah Halimah Alaydrus dan Umi Laila di kalangan Generasi Z. Tujuan lainnya adalah menyediakan sudut pandang baru mengenai cara pendakwah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran agama secara lebih efektif, serta mempelajari karakteristik konsumsi agama oleh Generasi Z melalui platform digital.

Manfaat dari penelitian ini mencakup pemberian pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan dalam praktik keagamaan di era digital, serta relevansi informasi yang dihasilkan untuk pengembangan kurikulum pendidikan agama yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan media. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada studi mediatisasi agama dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian ini berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak positif dan negatif dari penggunaan media sosial dalam konteks dakwah. Akhirnya, penelitian ini membuka peluang bagi pendakwah untuk berinteraksi lebih langsung dengan audiens mereka, terutama Generasi Z, melalui platform digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analisis dengan pendekatan netnografi melalui platform media social Halimah Alaydrus dan Umi Laila. Dari data tersebut kemudian dilakukan olah data dan analisis objektif dengan rumusan yang sistematis, sehingga dapat diperoleh hasil pembahasan yang konkrit. Di era digitalisasi saat ini untuk mendapatkan informasi dan data sangat mudah diperoleh melalui internet. Selain itu penelitian literatur (literature reserch, literature review) dipilih sebagai cara sistematis untuk mengumpulkan data yang sudah ada sebelumnya. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara membaca dan mengumpulkan literatur terakit dengan permasalahan dan subjek penelitian yang dirujuk dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, majalah, artikel, dokumentasi dan sejumlah data yang didapat dari internet. Dengan menggunakan metode deskriptif analisis yakni suatu penelitian yang

berupaya mendeskripsikan, menganalisa serta menginterpretasikan kondisi-kondisi yang ada sehingga dapat mengungkapkan fakta yang ada terkait dengan popularitas kajian Halimah Alaydrus dan Umi Laila di media baru.

Dalam penelitian ini, data di media sosial dianalisis dengan beberapa cara untuk menggali informasi terkait popularitas kajian Halimah Alaydrus dan Umi Laila. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan dalam analisis data:

1. **Komentar:** Analisis komentar dilakukan untuk memahami respons audiens terhadap konten yang dibagikan oleh para pendakwah. Komentar mencerminkan persepsi, pertanyaan, atau dukungan dari pengikut, yang dapat memberikan wawasan tentang tema yang paling menarik atau relevan bagi mereka.
2. **Jumlah Tayangan:** Jumlah tayangan video atau postingan di platform seperti YouTube dan Instagram menjadi indikator penting dalam mengukur popularitas dan jangkauan pesan dakwah. Data ini membantu peneliti mengetahui seberapa banyak orang yang terpapar dengan konten tersebut.
3. **Interaksi Lainnya:** Selain komentar dan jumlah tayangan, interaksi lain seperti jumlah "likes," "shares," dan "retweets" juga dianalisis. Metrik ini menunjukkan seberapa sering konten dibagikan dan diterima oleh audiens, serta mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna dengan pesan yang disampaikan.
4. **Analisis Kualitatif:** Data yang terkumpul dari komentar dan interaksi lainnya kemudian dianalisis secara kualitatif. Peneliti mencari pola atau tema yang muncul dalam komentar untuk memahami bagaimana audiens merespons gaya penyampaian, isi pesan, dan isu-isu yang diangkat oleh pendakwah.
5. **Penggunaan Alat Analitik:** Penelitian juga dapat memanfaatkan alat analitik yang tersedia di platform media sosial untuk mendapatkan data yang lebih terperinci, seperti demografi audiens, waktu puncak interaksi, dan tren konten yang paling banyak dilihat.

Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana mediatisasi agama dilakukan oleh Halimah Alaydrus dan Umi Laila, serta bagaimana audiens mereka merespons dan terlibat dengan konten yang disajikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mediatisasi Agama

Perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi saat ini telah berkembang pesat sejalan mengikuti proses digitalisasi. Disamping itu proses digitalisasi dalam bidang komunikasi telah menghasilkan pola budaya baru dalam penggunaan dan pemanfaatan internet, dan khususnya media sosial yang sudah hidup dalam kehidupan masyarakat. Sehingga internet dan media sosial menjadi budaya baru di masyarakat, yang mencakup cara berinteraksi baru dengan media digital.

Internet memberikan akses yang mudah terhadap informasi keagamaan yang berasal dari berbagai sumber, baik dari pendakwah atau komunitas keagamaan lainnya. Setiap kalangan di masyarakat dapat mempelajari, memperdalam pemahaman agama, membandingkan ajaran agama bahkan ikut serta dalam berkomunikasi secara online di media sosial. Hal tersebut memungkinkan penyebaran dakwah dan kegiatan keagamaan pun ada didalamnya. Sehingga perubahan dalam ibadah bahwa sebuah teknologi digital telah mempengaruhi budaya baru masyarakat dalam memahami keyakinannya melalui media sosial. Proses dimana praktik keagamaan menjadi sangat bergantung dan sangat dipengaruhi oleh media disebut mediatisasi agama oleh Stig Hjarvard. Stig Hjarvard mencirikan mediatisasi dengan menjelaskan tentang media pembangunan dalam dua

bidang. Pertama, media telah tumbuh sebagai media yang terpisah dan menjadi sebuah lembaga sosial yang mandiri. Kedua, media menjadi semakin diintegrasikan ke dalam operasi organisasi sosial lainnya karena mereka memperoleh lebih banyak keuntungan menonjol sebagai entitas tersendiri dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu, media telah terintegrasi ke dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti politik, keluarga, pendidikan, dan agama.

Teori mediatisasi yang dikemukakan oleh Stig Hjarvard dapat dihubungkan dengan pola penggunaan media sosial oleh dua pendakwah, Halimah Alaydrus dan Umi Laila, dalam beberapa cara. Pertama, keduanya menggunakan media sosial sebagai platform independen untuk menyampaikan pesan keagamaan, menciptakan lembaga sosial mandiri yang tidak bergantung pada media tradisional. Ini memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta membangun komunitas yang terlibat secara aktif. Kedua, dalam praktik dakwah mereka, Halimah dan Umi Laila menunjukkan bagaimana media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama generasi muda. Dengan menyajikan konten yang relevan dengan isu-isu kontemporer, mereka membuat agama lebih mudah diakses dan dipahami, menjadikannya lebih relevan dalam konteks kehidupan modern. Ketiga, mediatisasi agama memberikan peluang bagi kedua pendakwah untuk mempengaruhi praktik keagamaan audiens mereka. Misalnya, Halimah sering membahas tema fiqih wanita dan isu-isu kekinian, sementara Umi Laila menggabungkan nasyid dengan dakwah untuk menarik perhatian audiens muda. Terakhir, melalui konten yang mereka sajikan, kedua pendakwah ini berkontribusi dalam memperkuat identitas keagamaan di kalangan pengikut mereka. Dengan berbagi pengalaman pribadi dan interaksi yang dekat, mereka membangun hubungan emosional yang membantu menciptakan komunitas yang saling mendukung dalam praktik ibadah dan nilai-nilai keagamaan.

Dalam hal ini penulis menyoroti bahwa media sosial pun tidak sebatas sebagai hiburan saja, tetapi sebagai media saluran, sebagai bahasa dan sebagai lingkungan keagamaan yang lebih dikenal dengan mediatisasi agama. Media digambarkan sebagai saluran yang memfasilitasi kemungkinan penyebaran pesan-pesan keagamaan yang telah disesuaikan dengan perkembangan zaman. Media juga digambarkan sebagai bahasa yang dapat memformat dan menyebarkan agama dengan cara yang berbeda-beda karena dapat membentuk agama dengan berbagai cara yang mengikuti sosial budaya populer. Ekspresi keagamaan dan perasaan keagamaan dapat diungkapkan masyarakat melalui berbagai genre yang kemudian menunjukkan bahwa media berperan dalam memproduksi dan mengubah hubungan sosial dan budaya masyarakat. Dalam konteks ini, mediatisasi agama menciptakan transformasi agama yang mempengaruhi teks agama, praktik keagamaan, hubungan sosial, dan karakter keyakinan agama dalam masyarakat modern.

Ketika penelitian tentang interaksi antara internet dan agama pertama kali dilakukan, terdapat perbedaan konteks dalam memaknai antara online dan offline sebagai sesuatu yang berbeda entitas. Syihabuddin dalam penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat agama-agama tertentu yang telah menyatakan kekhawatirannya terhadap pengaruh yang akan diterima di masyarakat, bahkan ia menganggap sebagai sebuah ancaman potensial terhadap offline konvensional praktik keagamaan. Secara teori, praktik dan diskusi keagamaan di media baru atau dunia maya diperhitungkan oleh sebuah gagasan yang dapat disebut sebagai agama siber atau agama digital, yang dapat diartikan lagi sebagai "Online Religion" atau "Religion Online". Otoritas di media baru, sebaliknya, ditandai dengan munculnya tokoh-tokoh agama atau pendakwah dan kajian keagamaan sebagai otoritas keagamaan baru di media sosial.

Maka mediatisasi agama telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari Masyarakat, terutama dalam kalangan generasi modern. Media bukan hanya sekedar hiburan, tetapi dimanfaatkan sebagai bentuk komunikasi, menggali informasi, pembelajaran bahkan penyebaran keagamaan. Berbagai platform media sosial seperti youtube, Instagram, facebook dan lainnya tanpa disadari telah merubah budaya di Masyarakat, namun dampak dari perubahan digital ini belum sepenuhnya disadari oleh masyarakat, khususnya generasi Z. Sehingga perlu diadakan Upaya untuk menyebarkan pesar tersebut kepada Masyarakat, melihat dampak positif dan negatif akibat pengaruh dari media sosial. Terutama dalam aspek mediatisasi agama sangat perlu dilakukan penyebaran akan dampak dari media sosial, hal tersebut dijelaskan oleh Magdalena dengan tujuan untuk menyebarkan aspek-aspek positif dan negatif dari mediatisasi agama dan menjaga nilai-nilai agama dalam menghadapi disrupsi digital yang bisa saja terjadi difasilitasi melalui media sosial, agar tetap sesuai dengan landasar ajaran keagamaan.

Halimah Alaydrus dan *Self Healing*-nya

Halimah Alaydrus, seorang wanita yang lahir di Indramayu, Jawa Barat pada tanggal 12 April 1979. Halimah Alaydrus lahir di dalam keluarga yang memiliki keagamaan yang sangat kuat, merupakan anak ke lima dari enam bersaudara yang lahir dari pasangan Utsman Alaydrus dan Nur Assegaf. Orang tua Halimah Alaydrus dikenal sangat mengutamakan nilai-nilai agama, sang ayah dikenal sebagai sosok yang sangat mencintai Al-Qur'an yang merupakan seorang ulama, sedangkan sang ibu yaitu Nur Assegaf dikenal sebagai sosok yang sederhana. Sejak masih kanak-kanak Halimah Alaydrus sudah sangat tertarik untuk bersekolah ke pesantren, dan dengan dorongan ayahnya, dia tidak bersekolah di sekolah formal. Pendidikan pertamanya ditempuh di Pesantren Darul Lughah wad Da'wah di Bangil, yang didirikan oleh Habib Hasan bin Ahmad Baharun. Dia kemudian melanjutkan studinya di Pesantren at-Tauhidiah di Tegal dan Pesantren al-Anwar di Rembang. Setelah beberapa tahun mengajar di pesantrennya, Ustadzah Halimah kemudian melanjutkan studinya ke Tarim. Walaupun dia sangat ingin untuk mencari role model perempuan yang dapat diikutinya, perjalanannya ke Hadhramaut hanya dimungkinkan berkat dorongan ayahnya dan kakak laki-lakinya yang akan melanjutkan studinya di sana. Pada tahun pertamanya, belum ada pesantren perempuan di Tarim dan oleh karena itu ia mengambil bahan pelajaran dari kakaknya yang belajar di Darul Mustafa. Adapun tujuan berdakwah Ustadzah Halimah Alaydrus adalah untuk mencari ridho Allah SWT, mencari cinta Rasulullah SAW dan berkhidmat kepada para Ulama yang telah berjuang untuk agama, karena dengan berdakwah dapat meringankan kewajiban para Ulama untuk menyiarkan ajaran agama Islam secara menyeluruh.

Halimah Alaydrus adalah seorang da'iyah yang memiliki daya semangat yang tinggi dalam menyebarkan dakwah islam. Sebagai seorang pendakwah perempuan, Halimah Alaydrus juga seorang tokoh agama karena mengajak para Muslimah, terutama generasi Z dengan gaya penyampaian dakwahnya yang mudah difahami, lugas dan santai, sekaligus tema pembahasan dakwah seputar isu-isu aktual, salah satunya bagaimana seorang muslimah mempunyai prinsip yang kuat dalam menguatkan keyakinan dan keislamannya, dengan cara menyelipkan shirah nabawi, kisah-kisah sahabat-sahabat nabi juga para ulama yang intelektual. Di satu sisi, Halimah Alaydrus merupakan seorang penulis, dimana ia telah menerjemahkan delapan buku, yaitu bidadari bumi, pilar cahaya, muhasabah cinta, akhlak kita, wahai anakku, tutur hati, assalamualaikum tarim.

Dalam akun Instagram dan Youtube nya, Halimah Alaydrus juga membagikan postingan dakwah dalam bentuk potongan foto dan video atau *videoshort*. Ia juga membagikan video IGTV agar pengikutnya dapat mendengarkan video dakwah dengan durasi waktu yang lebih lama. Melalui akun Instagram nya, Halimah Alaydrus juga menggunakan fitur QnA agar dapat

melakukan tanya jawab secara online dengan para pengikutnya. Ustadzah Halimah Alaydrus juga seringkali menggunakan fitur live Instagram ketika sedang berdakwah secara offline sehingga ceramahnya dapat didengar oleh pengikutnya secara online.

Ustadzah Halimah Alaydrus yang digemari oleh para Muslimah, remaja pada khususnya karena ketenangan beliau dalam setiap menyampaikan pesan-pesan dakwahnya baik dalam bentuk caption atau secara langsung melalau live Instagram. Menariknya walaupun Halimah Alaydrus tidak pernah memasang foto dirinya sama sekali dalam setiap kajiannya, dimana Instagram identik dengan unggah foto dan video untuk merepresentasikan dirinya, namun tidak dapat mengurangi citra dakwah dalam dirinya. Halimah Alaydrus adalah salah satu pendakwah perempuan yang selalu dijadikan panutan dan tolak ukur hidup sebagai Muslimah, dalam kajiannya ia juga berkonsentrasi pada penyampaiannya mengenai fiqih yang dipandang riskan memicu perdebatan. Namun pada kenyataannya, para muslimah sangat senang dengan konten konten mengenai materi fiqih terutama di kalangan Muslimah remaja, pengikutnya merasa beruntung karena selalu menjelaskan tentang fiqih wanita dengan lugas dan jelas. Dengan pembahasan yang berfokus dengan permasalahan Muslimah ini, menjadikan salah satu ciri khas kajian dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial.

Selain itu dari beberapa postingan Ustadzah Halimah alaydrus di Instagram menunjukkan pesan dakwah yang mengangkat tema akidah, syariah dan akhlak. Menyoal tentang akidah, ustadzah Halimah menuliskan tentang bagaimana caranya agar manusia selalu beriman kepada Allah dan Rasul-rasul Nya, di dalam tulisan dakwah-dakwahnya juga ditulis pesan mengenai kebesaran Allah SWT, dan semua kemuliaan yang dimiliki oleh Rasulullah, sehingga kita selalu diyakinkan akan kuasa Allah dan Rasulullah. Menyoal dalam hal syariah, Ustadzah Halimah Alaydrus menuliskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan ibadah, Dimana dalam unggahannya dituliskan sebuah pesan tentang bertawakal di jalan Allah, berjihad di jalan Allah serta selalu berdoa kepada Allah SWT. Sedangkan menyoal tentang akhlak, dalam postingan dakwahnya ustadzah Halimah menuliskan agar selalu berakhlak kepada Sang Pencipta alam semesta, kepada sesama manusia, dan antar makhluk ciptaan Allah, seperti halnya manusia senantiasa harus bersyukur kepada Allah atas segala nikmatNya. Sehingga pesan-pesan tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu pesan moral atau pesan motivasi oleh audiens. Pesan motivasi yang disampaikan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, agar sebagai manusia selalu berfikir positif dan berbaik sangka terhadap segala sesuatu yang telah Allah takdirkan kepada manusia, selain itu memberikan motivasi agar manusia tidak berputus asa dari Rahmat-Nya karena Allah sebaik-baiknya tempat bergantung dan mengadu.

Dari sisi gaya berkomunikasi Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial yang bersifat menghibur, tenang, memanfaatkan keindahan berbahasa menjadikan pendengar merasa terinspirasi dan terhibur. Menurut Fatimah Azzahra penggunaan bahasa yang indah dapat menghadirkan suasana yang menyenangkan dan membangun koneksi emosional antara pendakwah dengan audiens. Selain itu, penggunaan frasa Islami seperti "Insyaa Allah amin ya robbal alamin" juga dapat menambahkan kekuatan dan keyakinan pada pesan yang disampaikan dalam setiap kajiannya, hal tersebut dapat memperkuat kesan spiritual sehingga meningkatkan daya tarik pesan dalam konteks keagamaan. Adapun hara berkomunikasi yang digunakan dalam setiap kajian Ustadzah Halimah Alaydrus tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan belaka, tetapi berusaha untuk mempengaruhi, menginspirasi, dan membangun hubungan emosional antara pendakwah dengan audiens, atau antar audiens. Pesan yang mengesankan dalam sebuah kajian dapat mendorong pendengar untuk merefleksikan dan mengimplementasikan nilai-

nilai yang terkandung dalam hadits atau ajaran Islam dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini menekankan akan pentingnya pesan dakwah, tidak hanya mendengar dan memahami, tetapi juga mengamalkan ajaran-ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dengan hal-hal tersebut pendakwah mampu menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan lebih efektif, membangun pemahaman keagamaan yang lebih dalam, serta mendorong perubahan positif dalam perilaku dan sikap spiritual audiens setelah selesainya kajian keagamaan. Meskipun Halimah Alaydrus tidak sekalipun menampakkan wajahnya di media, Halimah Alaydrus aktif berinteraksi dengan audiens melalui kolom komentar media sosial, dan melakukan tanya jawab di Instagram live, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh audiens dapat terjawab dengan Solusi-solusi yang diberikan.

Umi Laila dan Nasyid-nya

Ning Umi Laila yang mempunyai nama lengkap Umi Lailatul Rahma Hadi, merupakan seorang pendakwah Perempuan yang terbilang cukup muda dengan kelahiran pada 8 Agustus tahun 2000 di Surabaya. Riwayat Pendidikan Ning Umi Laila lebih banyak mengenyam pendidikan pesantren. Diantaranya adalah Pondok Pesantren Mambaul Ihsan Sedayu, Pondok Pesantren Mambaul Sholihin Gresik, dan Pondok Pesantren Sunan Kalijaga Simo Surabaya. Seorang perempuan yang melanjutkan studinya di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tersebut merupakan putri dari bapak K.H. Edy Rahmatullah dan ibu Sulastri. Umi Laila merupakan anak pertama dari empat bersaudara dengan tiga adik laki-lakinya. Ayah beliau merupakan seorang pemimpin Pondok Pesantren Rahmatullah Surabaya. Selain sebagai pimpinan Pondok Pesantren, ayahnya juga seorang pendakwah yang sering kita kenal di masyarakat sebagai Kyai Granat. Salah satu hal yang melatarbelakangi karir Ning Umi Laila yaitu sebagai bakti nya kepada orangtuanya, yang mengawali dakwahnya Ketika menggantikan posisi ayahnya mengisi kajian ketia beliau sakit. Karena mendapatkan respon yang positif dari masyarakat dan para pendengarnya, akhirnya ia melanjutkan dakwahnya dengan mengisi kajian-kajian di masyarakat.

Kecakapan Ning Umi Laila menyampaikan dakwah dari panggung ke panggung, merupakan keturunan dari orangtuanya yang pendakwah terkenal di daerahnya. Ayahnya, Kiai Edi Rahmatullah juga menjadi pengurus NU di Surabaya, yaitu di Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama (LDNU) Surabaya. Melalui organisasi ini, ayahanda Ning Umi Laila aktif menyampaikan dakwah ala ahlussunnah wal jama'ah. Sebagai Muslimah remaja yang masih berusia relatif muda, Ning Umi Laila pada awalnya enggan tampil di panggung untuk berdakwah karena belum memiliki kemampuan dalam berdakwah, serta merasa masih memiliki banyak kekurangan. Namun, setelah ia memiliki menggantikan ayahnya untuk tampil diatas panggung kajian, ternyata keberanian tersebut mendapatkan respon yang positif dari masyarakat. Sehingga, seiring dengan berjalannya waktu, maka semakin banyak permintaan dan undangan untuk kajian Ning Umi Laila, akhirnya seiring dengan berjalannya waktu, ia mendapat tempat tersendiri di masyarakat.

Bentuk penyampaian dakwah Ning Umi Laila saat ini sedang diminati dikalangan masyarakat, terutama di kalangan remaja. Karena dalam penyampaian dakwahnya ia menggunakan nasyid (lagu islam), Itulah yang membuat menarik kajiannya, ditambah lagi dengan humor-humor yang membuat dakwah nya tidak monoton, nasyid yang diselipkan dalam dakwahnya merupakan korelasi dari materi dakwah yang sedang disampaikan. Nasyid atau lagu Islami juga dimaknai sebagai satu-satu rangkap puisi atau menyampaikan bait-bait sajak dalam bentuk nyanyian atau lagu. Nasyid mempunyai tujuan untuk mengagungkan Nabi Muhammad SAW, menceritakan akhlak yang baik dan mengingatkan para pendengarnya supaya taat kepada perintah Allah SWT. Dalam hal ini terlihat bahwa antara dakwah dan nasyid mempunyai implikasi

yang begitu erat walaupun memiliki artian yang berbeda, tetapi antara nasyid dan dakwah memiliki satu makna tujuan. Yang menjadi penghubung antara dakwah dan nasyid terlihat dari perannya, yaitu lirik lagu yang dilantunkan menjadi sebuah nasyid, sebagai sebuah pesan dakwah yang berkesan, selain itu juga nasyid bisa menjadi salah satu strategi dalam berdakwah agar tidak berkesan monoton. Tidak hanya pada saat berceramah, namun Ning Umi Laila juga seringkali bersholawat di beberapa tempat, karena memang salah satu pelantun shalawat yang digemari di kalangan masyarakat. Hal ini tentu menjadi suatu hiburan bagi generasi Z yang menantikan lantunan sholawat sekaligus dapat menginspirasi bahwa sholawat tidak harus di tempat ibadah. Namun bersholawat bisa di mana saja sepanjang memenuhi norma kesopanan dan kebaikan.

Selain menggunakan nasyid dalam berdakwah, Ning Umi Laila juga biasanya menggunakan bahasa Jawa halus yang diselingi dengan bahasa Indonesia bahkan bahasa Jawa *ngoko*. Disamping itu, penyampaian dakwah dengan bahasa dan analogi sederhana kemudian disertai dengan guyonan menjadikan dakwahnya sangat interaktif sehingga banyak diminati oleh masyarakat luas, jika ditinjau dari platform digital yang dimiliki oleh ning umi Laila. Selain itu pola kajian yang digunakan Ning Umi Laila dalam penyampaian dengan cara yang santai yang diselingi dengan lontaran lelucon-lelucon kepada audiens yang disertai dengan dukungan komunikasi non verba dari tatapan mata dan ekspresi wajah langsung ke audiens, sehingga terkesan akrab dengan komunikasi dua arahnya. Hal tersebut juga didukung dengan penampilan Ning Umi Laila Ketika dia tas panggung yang terkesan sederhana, dengan khas Muslimah yang berwarna senada sehingga terkesan santai dan elegan. Hal-hal tersebut yang terlihat dari beberapa ceramah Ning Umi Laila di platform media sosial Youtube, Tiktok dan Instagram Ning Umi Laila.

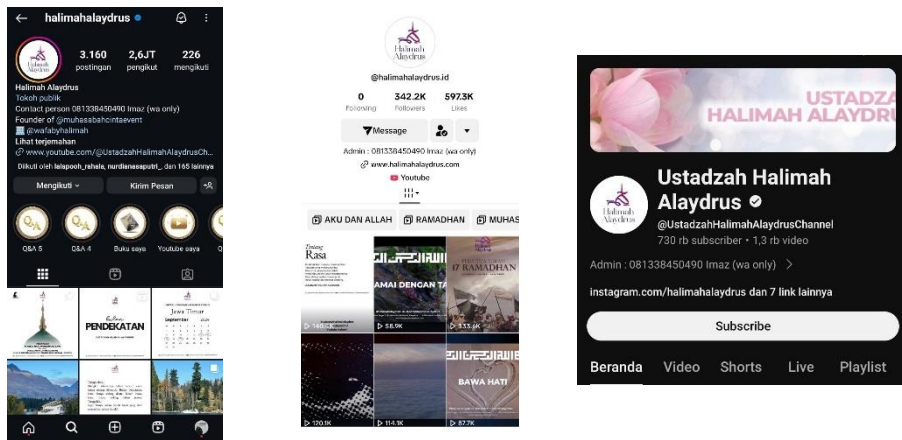
Popularitas Kajian Online di Kalangan Generasi Z

Media social saat ini lebih mendominasi perannya dalam hal otoritas keagamaan. Hal tersebut ditunjukkan dari dampak mediatisasi dalam pelemahan agama. Ketika mediatisasi agama lebih mendominasi dalam keterlibatan masyarakat dalam mempelajari agama, maka berkurangnya peran organisasi keagamaan dalam mengontrol penggunaan dan makna symbol di kalangan pemeluk agama. Kehadiran mediatisasi agama di ruang public, merupakan sebuah peradaban baru dalam dunia dakwah. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran media sosial merupakan salah satu pilihan yang tepat untuk memudahkan akses terhadap kegiatan dakwah atau kegiatan yang lebih terjangkau bagi semua golongan baik di wilayah perkotaan maupun di daerah pedesaan terpencil yang sudah memiliki internet jaringan. Menurut *Campbell* menjelaskan bahwa praktik kajian yang dilakukan secara online melalui media baru tidak dapat dibedakan dengan praktik keagamaan secara luring, atau dari panggung ke panggung secara offline. Pernyataan ini menjelaskan bahwa praktik kajian secara online pada umumnya merupakan perluasan dari religiusitas offline seseorang dalam hal bentuk atau derajat. Hal ini secara tidak langsung menjelaskan bahwa ketika media digital digunakan sebagai sumber rujukan konten dakwah, pihaknya telah menggabungkan penggunaan media tradisional dan media baru.

Campbell menambahkan bahwa mediatisasi dalam agama yang mengacu pada model penggambaran jenis komunitas keagamaan dan ritual yang dijabarkan melalui internet dan lingkungan virtual di dunia maya, karena agama tidak bergantung pada agama konvensional di dunia nyata dan dapat tumbuh dan berkembang melalui penggunaan teknologi. Melalui proses mediatisasi, agama melalui dakwah dimasukkan ke dalam logika media. Sebagai saluran komunikasi, media sosial telah menjadi sumber utama gagasan keagamaan, terutama bagi masyarakat yang masih awam dalam pemahaman agama. Sebagai sebuah bahasa, media

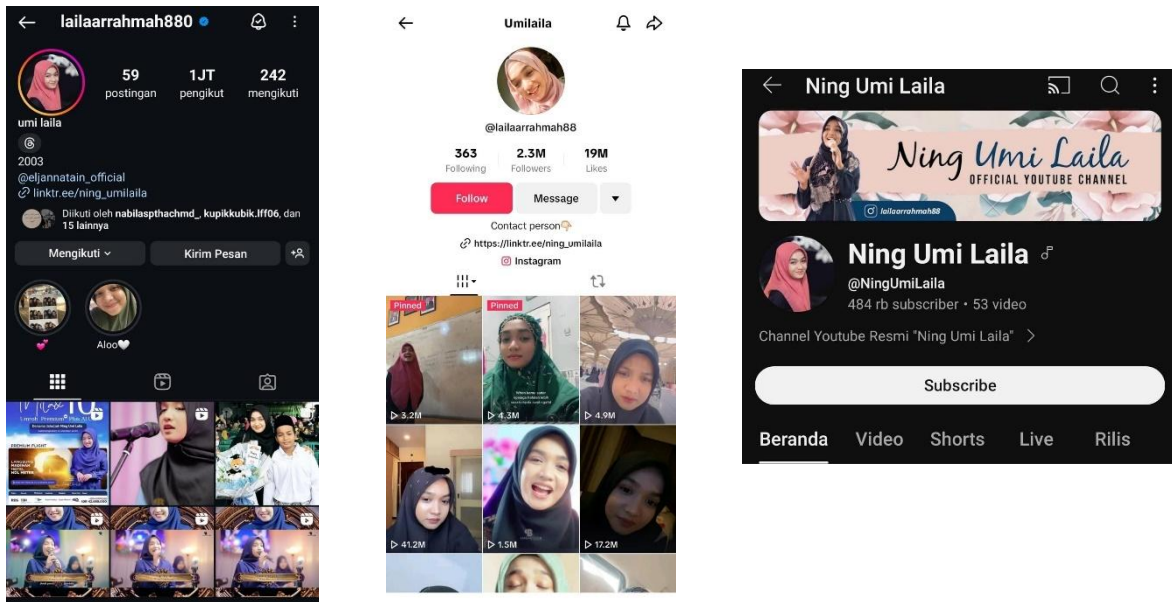
membentuk imajinasi keagamaan sesuai dengan genre budaya populer, dan sebagai lingkungan budaya, media telah mengambil alih banyak fungsi sosial dari agama-agama yang dilembagakan, memberikan bimbingan moral dan spiritual serta rasa kebersamaan. Mediatisasi agama di ruang digital seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan Fecebook telah merubah pola berdakwah secara signifikan. Di Indonesia sendiri, antusiasme masyarakat dalam mencari informasi terkait keagamaan bisa dibuktikan melalui banyaknya jumlah pengikut da'i tersebut.

Dimulai dari Ustadzah Halimah Alaydrus berdakwah melalui Instagram sejak 13 Mei 2015 dengan nama akun @halimahalaydrus. Sampai saat ini, akun Instagram Halimah Alaydrus diikuti oleh lebih dari 2,6 jt pengguna akun Instagram dan membagikan 3.160 postingan di feed Instagram terhitung sampai 5 September 2024, sedangkan dalam akun YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus tercatat sebanyak 730 ribu subscriber dengan jumlah video yang telah terupload sebanyak 1,3 ribu video. Sedangkan dalam akun Tiktok yang dimulai sejak 21 Maret 2022 terhitung memiliki 342 ribu followers dengan jumlah video yang terupload 62 video, sedangkan di facebook memiliki followers sebanyak 198 ribu dengan jumlah konten lebih dari 10 ribu.



Gambar 1. Channel Ustadzah Halimah Alaydrus

Begitu pula yang dilakukan Ning Ummi Laila yang memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan dakwahnya melalui YouTube, Instagram, dan TikTik. Kajian dan kegiatan diunggah di media sosial nya agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas juga agar efisien dan efektif. Akun YouTube Ning Ummi Laila bernama “Ning Umi Laila”, akun saat ini dikelola oleh kru Tim Kreatif Resmi Ning Ummi Laila. Akun ini dibuat pada tanggal 26 Oktober 2018 dan memiliki lebih dari 484 ribu subscriber per 05 September 2024, meski baru gabung lima tahun video Ning Umi Laila telah ditonton 36,6 juta kali dan akun YouTube ini telah diverifikasi sebagai akun artis resmi. Akun media sosial Ning Ummi Laila yang lain adalah akun Instagram yang juga digunakan untuk menyebarkan dakwah dan salawatnya. Akun Instagram miliknya nama saya @lailaarramah88 yang sudah diikuti lebih dari 1 juta followers dengan video yang diunggah sebanyak 59 dan telah diverifikasi sejak Maret 2023. Selain dua media sosial tersebut di atas dia juga mempunyai akun tiktok yang juga biasa membagikan dakwah dan shalawat konten. Akun Tiktok miliknya telah diikuti lebih dari 2,3 juta followers dan jumlah likers mencapai 19 juta dengan jumlah video yang diupload sebanyak 76 video. Sedangkan di platfoem facebook tercatat 1,8 ribu follower.



Gambar 1. Channel Ning Ummi Laila

Data dua pendakwah tersebut di media sosial menggambarkan antusiasme masyarakat dalam hal beragama di media sosial dan dimana para pendakwah sudah mulai aktif dalam menjalankan dakwahnya. Mereka merupakan para pendakwah perempuan serta influencer dalam bidang keagamaan yang banyak dikagumi oleh masyarakat khususnya generasi Z. Kegiatan keberagaman mereka di media sosial menjadi hal menarik untuk analisis. Dimana mereka menjadi public figur atau tokoh agama yang memberikan ide dan inspirasi baru yang dapat menarik perhatian para pengikut media sosialnya. Publik figur yang direpresentasikan di media sosial melalui strategi berdakwahnya tampaknya mampu menghipnotis masyarakat untuk melakukan dan mengikuti kajian tersebut. Karena jika media sosial dipandang sebagai refleksi diri, mudah bagi para public figure untuk menempatkan pesan-pesan keagamaan yang berupa percakapan di bawah “bayangan” dari segala persoalan sosial keagamaan di kehidupan yang terlihat melalui berbagai foto dan video yang diunggahnya, selain itu media sosial dapat berperan sebagai perantara dan menjadi 13 jembatan antar influencer untuk mengkomunikasikan tujuan kepada para pengikutnya.

Dengan demikian media sosial dipandang sebagai salah satu solusi yang mampu untuk merepresentasikan popularitas dakwah tak terbatas. Sebelumnya kajian keagamaan hanya dapat diakses secara offline di masjid-masjid tertentu atau dalam bentuk pengajian. Sedangkan melalui media baru dalam menyediakan pendekatan fungsional tentang bagaimana mediatisasi memasuki ranah dakwah, sekaligus mendukung perspektif baru dalam memahami aspek-aspek keagamaan, khususnya dalam menafsirkan bentuk-bentuk kajian online yang berkembang di seluruh kalangan masyarakat. Penyatuan dakwah dengan tema-tema yang sering didengar oleh generasi Z merupakan salah satu kunci bahwa dakwah tersebut dapat diterima dengan baik. Tentu saja popularitas pendakwah tersebut hasil dari memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya. Tentunya dengan kredibilitas pesan keagamaan dan pola penyampaian yang khas sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Konsumsi generasi muda atau sering disebut dengan generasi Z merupakan salah satu segmen dari pengetahuan digital, mereka selalu terikat akan gaya hidup

trendy, santai dan mengkonsumsi segala hal secara instan dan global. Bahkan, menyoal dalam dunia dakwah mereka menyukai sesuatu yang praktis dan inspiratif serta kekinian, yang biasa didapatkan melalui shot video Youtube, reels Instagram, podcast atau caption foto dan video. Saat ini, generasi Z melakukan aktivitasnya cenderung bergantung pada media digital, bahkan internet menjadi salah satu kebutuhan pokok di kalangan remaja. Fenomena inilah yang dimanfaatkan oleh Daiyah untuk meluaskan popularitas dakwahnya melalui media sosial. Berkat munculnya media baru ini Daiyah lebih kreatif dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan retorika yang sederhana dan kekinian, sasaran utamanya adalah generasi Z.

Begitupun dengan dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka mampu mengisi ruang dakwah di kalangan generasi Z. Dengan personal branding yang kuat yang dilakukan oleh kedua pendakwah, mampu menghipnotis generasi Z untuk mengikuti jejak dakwahnya. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa bentuk personal branding yang kuat dalam menjaga popularitasnya. Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila memiliki identitas visual yang khas dari keduanya, dari mulai gaya Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan, kemudian pola dakwah yang digunakan sehingga dapat diterima dengan baik oleh audiens, bahkan dari pola dakwah tersebut mampu memberi inspirasi yang dapat diamalkan di kehidupan nyatanya, selain itu tema-tema yang dibahas dalam kajiannya terbilang konsisten, sehingga dapat membangun basis penggemar yang loyal untuk mempertahankan bahkan meningkatkan followers. Selain itu Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila memberi kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens. Ustadzah Halimah Alaydrus dengan cara membuka QnA melalui story Instagram dan Live Instagram, sedangkan Ning Umi Laila ketika berdakwah diselingi dengan beberapa lelucon dan nasyid yang berupa ajakan langsung kepada audiens. Sehingga dapat membangun hubungan yang lebih personal antara kedua pendakwah dengan para audiensnya.

Karena media sosial seperti menjadi ruang pribadi dalam kalangan generasi Z, hal demikianlah yang mampu membangun kecenderungan generasi Z untuk mencari wacana-wacana keagamaan yang instan tapi menarik. Fenomena ini sejatinya penanda bahwa terdapat pola interaksi sosial dan pembicaraan wacana-wacana keagamaan melalui kanal-kanal baru yang memberikan informasi, propaganda, serta menyebarkan paham-paham radikal yang mengatasmakan agama. Pertama, media sosial merupakan saluran komunikasi baru. Kedua, jangkauan media sosial sangat luas dan melewati batas-batas negara. Ketiga, media sosial mampu memengaruhi seseorang dengan sangat efektif. Hal ini terjadi karena logika media sosial yang memposisikan tindakan follower menjadi penting dalam memelihara eksistensi subyek. Norma media sosial dengan praktik like, comment, dan share menjadi realitas subyektif yang diinternalisasi oleh subyek dan mengonstruksi subyek sebagai seseorang yang populer sekaligus menjadi rujukan baru dalam praktik keagamaan. Dalam hal ini juga mediatisasi agama telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap popularitas Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila di ruang digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ning Umi Laila merupakan pendakwah perempuan yang mempopulerkan kajiannya melalui mediatisasi agama di media sosial, sehingga mampu menyesuaikan dengan perkembangan media baru di kalangan generasi Z. Praktik kajian secara online ini merupakan perluasan dari religiusitas offline seseorang dalam bentuk atau derajat yang lebih luas. Mediatisasi agama di ruang digital digunakan sebagai sumber rujukan konten dakwah, yang menggabungkan media tradisional dan media baru dengan pola yang lebih santai. Popularitas kajian mereka berhasil menarik perhatian generasi Z dengan ciri khas dakwah yang mudah dipahami, antara lain:

tema-tema kajian yang aktual dan relevan, seperti fiqh wanita dan akidah akhlak; penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti, di mana Ustadzah Halimah menggunakan gaya bahasa yang santai dan lugas, sementara Ning Umi Laila terkadang menggunakan bahasa daerah; personal branding yang kuat, dengan Ustadzah Halimah menonjolkan ciri khas self healing dan pesan motivasi di Instagram, sedangkan Ning Umi Laila dikenal melalui nasyid yang mudah diingat; serta interaksi terbuka dengan audiens, di mana Ustadzah Halimah sering mengadakan sesi Q&A di Instagram, sementara Ning Umi Laila menggunakan lelucon untuk menjalin kedekatan dengan pengikutnya. Hal ini menciptakan ikatan yang lebih erat antara pendakwah dan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Campbell, Heidi. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge, 2012.
- . *Digital Religion, Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge Taylor and Francis Group Publisher, 2013.
- Andriyana, Putri. “Agama, Media dan Masyarakat di Era Digital.” *Borneo, Journal of Islamic Studies* 04, no 02 (t.t.).
- Azzahra, Siti Fatimah, dan Robi’ah Machtumah Malayati. “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus pada Channel Youtube.” *Jurnal Spektra Komunika* 03, no 01 (t.t.).
- Bandaso Pura, Magdalena, Kristiani Ela, Janto, dan Mikael Palittin. “Kondisi Mediatisasi Kontemporer Agama pada Status Kritis dan Arah Masa Depan.” *Tepian Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen* 02, no 02 (t.t.).
- Chamadi, Muhamad Riza, Kuntarto, Musmuallim, dan Muhamad Baedowi. “The Phenomenon of Religious Activities in the Digital Era: Studiees on Indonesia Students.” *Al Balagh Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 08, no 01 (2023).
- Cholillah, dan Asa Nabila Arju. “Mediatisasi Agama dalam Dakwah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram.” *Al-Qudwah Jurnal Studi Al-Qur’an dan Hadits* 02, no 01 (2024).
- Efendi Putra, Rizal, Muhammad Irham, dan Siti Mufida. “Popularitas Ulama Melalui Media Baru.” *Cerdas Jurnal Pendidikan* 03, no 01 (2024).
- Faizah Ramadhani, Nurul. “Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus.” *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 01, no 01 (t.t.).
- Hanifah, Najmy, Wahyu Agung Prasongko, dan Zukhrufi Izza Ramadhan. “Da’i Competence in the Digital Era (Case Study of Ning Ummi Laila’s Da’wah Delivery).” *Komunike Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 16, no 01 (2024).
- Hjarvard, Stig. *The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*. University of Copenhagen, 2008.
- Husein, Fatimah. “Ustadzah Ba’alawi dan Kemunculan Otoritas Keagamaan Baru di Ruang Publik Indonesia.” Dalam *Pidato Pengukuhan Guru Besar*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.
- Ifansyah, M. Syukur, Norfaidi Anwari, Jumali, dan Ummi Aidah. “Analisis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumu’ah Amin.” *t Masjiduna: Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 05, no 02 (2022).

- Maulana, Irfan, Jovanna Merseyside br. Manulang, dan Ossya Salsabila. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital." *Majalah Ilmiah Bijak* 17, no 01 (2020).
- Pura Bandaso, Magdalena, Kristiani Ela, Janto, dan Mikael Palittin. "Kondisi Mediatisasi Kontemporer Agama pada Status Kritis dan Arah Masa Depan." *Tepian Jurnal Misiologi dan Komunikasi Kristen* 02, no 02 (2022).
- Rakhmawati, Liyana. "Dakwah Para Ning di Media Sosial; Rujukan Perempuan Belajar Agama Era Derasnya Konten Radikalisasi." *Imtiyaz, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 01, no 01 (2024).
- Ronaydi, Muhammad. "Personal Branding Dai Muda di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah." *Idarotuna Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 05, no 02 (2023).
- Seltika, Pipin, dan Sri Astuti. "Da'wa Method Ning Umi Laila in Youtube Video 'Ibu ibu Luweh Seneng Pengajian Opo Rasan-Rasan.'" *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* 07, no 02 (2023).
- Suryawati, Indah, dan Udi Rusadi. "Etnografi Virtual Komodifikasi Dakwah Ustadz di Channel Youtube." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 05, no 02 (2021).
- Syaifullah. "Ning Umi Laila, Daiyah yang Digandrungi Berbagai Kalangan." NU Online Jatim, t.t.
- Syihabuddin. "Internet, Hadith And Traditional Islamic Learning Practices In Indonesia: Negotiation between Offline and Online in Traditional Islamic Learning Systems." *IJNi: International Journal of Nusantara Islam* 10, no 2 (t.t.).
- Ummu Kulsum, Raihana. "Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial ditengah Pandemi COVID-19." Universitas Islam Negeri Syafir Hidayatullah, 2020.

Media Sosial

- Alaydrus, Halimah, @halimahalaydrus. Diakses pada 03 September 2024 Pukul 20.15. <https://www.instagram.com/halimahalaydrus?igsh=eW5ubmhmM3d0MnZy>.
- Alaydrus, Halimah, @halimahalaydrus.id. Diakses pada 03 September 2024 pukul 20.20. <https://www.tiktok.com/@halimahalaydrus.id?t=8pbirNmnViC&r=1>
- Alaydrus, Halimah, @halimahalaydrus. Diakses pada 04 September 2024 Pukul 16.35. https://youtube.com/@ustadzahalimahalaydruschannel?si=1_7Dt2iYUSwML0mC
- Laila, Umi, @lailaarramah88. Diakses pada 03 September 2024 pukul 21.00. <https://www.instagram.com/lailaarramah880?igsh=OWE4ZDZoaXh1MjBi>.
- Laila, Umi, @ lailaarramah88. Diakses pada 03 September 2024 pukul 21.15. <https://www.tiktok.com/@lailaarramah88?t=8pbiu1WUbxv&r=1>
- Laila, Umi, @ lailaarramah88. Diakses pada 03 September 2024 pukul 21.15. <https://youtube.com/@ningumilaila?si=AksoS4FR2hYnmJOM>

