

STRATEGI DAKWAH DIGITAL DI ERA MILENIAL

Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar



Disusun oleh :

CHARISMANTO

NIM : 19202012007

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial (M.Sos.)

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHARISMANTO
NIM ; 19202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 03 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



CHARISMANTO
NIM: 19202012007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHARISMANTO
NIM ; 19202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah Tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 03 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



CHARISMANTO
NIM: 19202012007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-126/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Stratedi Dakwah Digital di Era Milenial: Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Jalfar Al Hadar

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : CHARISMANTO, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 19202012007
Telah diujikan pada : Jumat, 14 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61ee4d7d3c9b2



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61e6a7d2b911b



Penguji III

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 61ee89e11ee34



Yogyakarta, 14 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61ee7189d4db1

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul : **Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial : Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husien Ja'far Al Hadar** oleh:

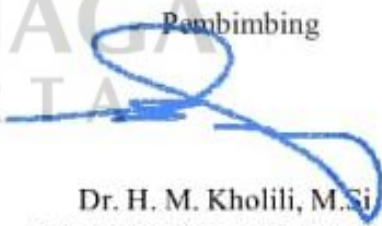
Nama : CHARISMANTO
NIM : 19202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Januari 2022

Pembimbing


Dr. H. M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005

MOTTO

مَنْ سَارَ عَلَى الدَّرْبِ وَصَلَ

*“Barangsiapa berjalan pada jalannya,
niscaya ia akan sampai”¹*



¹ Maqalah Arab

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Karya tulis sederhana ini penulis persembahkan untuk :
Almamater tercinta Magister KPI UIN Sunan Kalijaga,
Keluarga tersayang (bapak, ibu, adik-adik di rumah),
Kiai, Ustadz, Guru dan dosen,
Teman-teman seperjuangan di manapun berada.
Serta semua orang yang terus memotivasi & menginspirasi penulis
hingga saat ini. Terimakasih.
Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan mereka dengan kebaikan-
kebaikan. Aamiin.*

ABSTRAK

Charismanto. 19202012007. Judul : Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial. Kegiatan dakwah sebagai jalan syiar Islam, senantiasa terus berkembang dari masa ke masa. Perkembangan dakwah yang ada dari masa ke masa itu tidak lain dan tidak bukan bertujuan supaya Islam diterima dengan baik oleh berbagai kalangan sesuai dengan zamannya. Berbagai upaya sudah dilakukan supaya Islam dapat diterima oleh berbagai kalangan. Baik upaya dari pribadi setiap muslim sendiri maupun dengan cara membentuk organisasi keagamaan.

Di satu sisi, globalisasi dan modernisasi pun berkembang seiring dengan adanya teknologi. Semuanya dituntut untuk mengikuti arus ini, termasuk dalam bidang dakwah. Dakwah, bagi kalangan milenial tak selalu dengan ceramah lisan saja. Media digital saat ini pun sangat mudah ditemukan. Media digital digunakan sebagai perantara tersampainya dakwah dari Da'i (penyampai dakwah) kepada Mad'u (penerima dakwah).

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif-kualitatif dengan subjeknya adalah Habib Husein Ja'far Al Hadar, seorang Habib, Da'I, penulis serta pegiat media sosial. Di mana dalam aktivitas dakwahnya, ia memanfaatkan media sosial. Tulisan ini meneliti tentang strategi yang dilakukannya dalam berdakwah menggunakan media digital. Khususnya lagi dakwah terhadap anak muda atau kalangan milenial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far Al Hadar sudah menerapkan strategi di dalam dakwahnya. Strategi yang dipakai tersebut sesuai dengan konsep strategi dakwah Prof. Arifin AndiPate, yaitu : Mempersiapkan Da'i, Memantapkan Lembaga, Mengenal Khalayak, Menetapkan Metode serta Memilih Media. Selain itu juga dengan landasan prinsip di dalam Q.S An Nahl : 125 (bil Hikmah, Mauidhah al Hasanah dan Mujadalah al ahsan) serta Manhaj Persahabatan Rasulullah Saw. Dakwah Digital Habib Husein juga menimbulkan 3 (tiga) efek/atsar dakwah bagi para mad'u yakni Menghibur, Akomodatif dan Behavioral.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Habib Husein, Media Digital, Dakwah Milenial.

ABSTRACT

Charismanto. NIM. 19202012007. Title: Digital Da'wah Strategy in the Millennial Era. Da'wah activities as a way to spread Islam, always continue to grow from time to time. The development of existing da'wah from time to time is nothing but the aim of Islam being well received by various groups according to its era. Various efforts have been made so that Islam can be accepted by various groups. Both the efforts of each individual Muslim himself and by forming a religious organization.

On the one hand, globalization and modernization are developing along with the existence of technology. All of them are required to follow this current, including in the field of da'wah. Da'wah, for millennials, is not always just an oral lecture. Today's digital media is also very easy to find. Digital media is used as an intermediary for the delivery of da'wah from Da'i (delivery of da'wah) to Mad'u (recipient of da'wah).

This study uses a descriptive-qualitative approach with the subject being Habib Husein Ja'far Al Hadar, a Habib, Da'I, writer and social media activist. Where in his da'wah activities, he uses social media. This paper examines his strategy in preaching using digital media. In particular, da'wah to young people or millennials.

The results of this study indicate that Habib Husein Ja'far Al Hadar has implemented a strategy in his da'wah. The strategy used is in accordance with the concept of proselytizing strategy. Arifin AndiPate, namely: Preparing Da'I, Strengthening Institutions, Knowing the Audience, Determining Methods and Selecting Media. In addition, it is also based on the principles in Q.S An Nahl: 125 (bil Hikmah, Mauidhah al Hasanah and Mujadalah al ahsan) and the Manhaj of Friendship of the Messenger of Allah. Habib Husein's Digital Da'wah also gives rise to 3 (three) effects/atsars of da'wah for mad'u, namely Entertaining, Accommodating and Behavioral.

Keywords: Da'wah Strategy, Habib Husein, Digital Media, Millennial Da'wah.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṡād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nūn	n	'en
و	Waw	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

II. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	Muta'addidah
عدة	ditulis	'iddah

III. *Ta'marbūtah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis *h*.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya’</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta’ marbūṭah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan ḍammah ditulis tatau h

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

IV. Vokal Pendek

َ	fathah	ditulis	<i>a</i>
ِ	kasrah	ditulis	<i>i</i>
ُ	ḍammah	ditulis	<i>u</i>

V. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	جاهلية	ditulis	<i>ā : jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	ditulis	<i>ā : tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	ditulis	<i>ī : karīm</i>
4	Ḍammah + wawu mati	فروض	ditulis	<i>ū : furūḍ</i>

VI. Vokal Rangkap

1	Fathah ya mati	بينكم	ditulis	<i>ai</i>
			ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah wawu mati	قول	ditulis	<i>au</i>
			ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
------	---------	----------------

أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif + Lam

- a. bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan “l”

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

X. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis berupa Tesis ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw, keluarganya, sahabatnya serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. *Aamiin yaa rabbal 'alamiin.*

Tesis ini berjudul **“Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial : Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar”**. Tesis ini merupakan karya ilmiah yang di hasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis, tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komuniaksi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi salah syarat memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

Sedangkan secara praktis, dapat digunakan sebagai rujukan bagi para pegiat dakwah di media digital agar lebih baik lagi dalam mengemas dakwahnya. Selain itu juga agar menjadi acuan dalam menegakkan agama Allah yang *Rahmatan Lil 'Alamiin*. Dengan kata lain, “dakwah yang merangkul, bukan yang memukul” atau “dakwah yang ramah, bukan dakwah dengan marah.”

Di dalam proses menyelesaikan Tesis ini, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Prof. Al Makin, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi

Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Dr. Hamdan Daulay., M.Si., M.A selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
4. Dr. H. M. Kholili, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Tesis, yang dengan sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik dalam proses penulisan Tesis ini.
5. Para dosen dan civitas akademik Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menimba ilmu.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Nurcholis dan Ibu Siti Maryam, yang telah melimpahkan do'a serta dukungan materil dan moril. Tak lupa adik-adik penulis : Chafid, Wanti dan Alfin yang selalu memberikan semangat dan hiburan ternyaman untuk penulis selama menyelesaikan tugas akhir.
7. Terimakasih kepada pengasuh Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah, Abah Kiai Na'im Salimi dan Ibu Siti Hj. Chamnah yang selalu memberikan ridho dan do'a tulusnya kepada penulis.
8. Teman-teman di Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah (Lamasta Group, Dewan Pendidikan, Dewan Kepengurusan dan para santri) yang selalu memberikan dukungan do'anya.
9. *'Someone'* yang selalu memberikan dorongan semangat, do'a dan menguatkan penulis selama proses penelitian.
10. Teman-teman Magister KPI angkatan 2020, yang selalu kompak dan selalu memberi ruang untuk saling berdiskusi mengenai perkuliahan dan permasalahan penyelesaian tugas akhir. Terkhusus untuk Gus Agung dan

Suhu Huda yang berkenan untuk diajak diskusi terkait dengan penelitian penulis.

11. Para narasumber, Habib Husein Ja'far dan Tim Media (Kak Nurul, Kak Mega, Kak Hadi) yang sudah menyempatkan waktu dan berkenan untuk diwawancarai.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Jazakumullahu khairan katsiiran ahsanal jazaa'.

"Tak ada gading yang tak retak". Penulis menyadari bahwa tiada yang sempurna di dunia ini, kecuali Sang Pencipta. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya-karya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat kepada siapapun.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 05 Januari 2022

Penulis,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
CHARISMANTO
NIM. 19202012007

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	12
F. Metode Penelitian	39
G. Sistematika Pembahasan.....	45
BAB II PROFIL HABIB HUSEIN JA'FAR AL HADAR	47
A. Latar Belakang Keluarga.....	47
B. Latar Belakang Pendidikan	49
C. Pemikiran Keagamaan.....	50

D. Karir Sebagai Penulis	53
E. Kegiatan dan Komunitas	57
1. Gerakan Islam Cinta.....	57
2. Yayasan Pemuda Tersesat.....	59
F. Media Sosial Habib Husein.....	65
1. Twitter (@husen_hadar).....	65
2. Youtube (Jeda Nulis).....	67
3. Instagram (@husein_hadar).....	70
4. Facebook (Fanspage Jeda Nulis Habib Husein Ja'far).....	71
5. Tiktok (@huseinjafar)	72
BAB III DAKWAH DIGITAL HABIB HUSEIN JA'FAR AL HADAR.....	74
A. Proses Dakwah Pada Media Baru	74
1. Dakwah Tradisional Menuju Dakwah Kontemporer.....	74
2. Karakteristik Dakwah Kontemporer.....	79
a. Da'i Kontemporer.....	80
b. Materi Dakwah Kontemporer.....	81
c. Media Kontemporer.....	83
3. Dakwah Kepada Kalangan Milenial.....	85
B. Dakwah Ala Habib Husein Ja'far Al Hadar	91
1. Islam <i>Rahmatan Lil 'alamiin</i>	91
2. Dakwah Kontekstual.....	94
3. Islam Agama Cinta.....	99
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH DIGITAL HABIB HUSEIN	
JA'FAR AL HADAR	103
A. Menerapkan Strategi Dakwah	103
1. Mempersiapkan Da'i	104
2. Memantapkan Lembaga	104
3. Memahami Khalayak.....	105
a. Kalangan Milenial	107

b.	Kalangan Akademisi	110
c.	Kalangan Budayawan	114
d.	Kalangan Artis	116
e.	Kalangan Lintas Agama	118
f.	Kalangan Atheis	122
4.	Merencanakan Pesan	123
a.	Aktual	123
b.	Faktual	125
c.	Menarik	128
5.	Menetapkan Metode	129
a.	<i>Bil hikmah</i>	129
b.	<i>Bil mauidhah al hasanah</i>	144
c.	<i>Mujadalah al Ahsan</i>	147
d.	<i>Manhaj</i> Persahabatan	148
6.	Memilih Media	148
a.	Youtube	150
b.	Instagram	150
c.	Twitter	150
d.	Facebook	151
e.	Tiktok	151
B.	Evaluasi Strategi Dakwah Digital Habib Husein	152
1.	Respon Jama'ah Virtual Terhadap Konten Dakwah Habib Husein ...	152
a.	Kanal Youtube	154
b.	Instagram	155
c.	Facebook	158
d.	Twitter	159
e.	Tiktok	160
2.	Efektifitas Dakwah Digital Habib Husein	161
a.	Dakwah Menghibur	162
b.	Dakwah Akomodatif	162
c.	Dakwah Behavioral	163

BAB V PENUTUP	165
A. Kesimpulan.....	165
B. Saran.....	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN	175
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	189



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Foto Habib Husein Ja'far Al Hadar
- Gambar 2.2 Unggahan Foto Wisuda Online Magister Habib Husein di Akun Twitternya
- Gambar 2.3 Saat Habib Husein diundang di Kanal Youtube Andre Taulany
- Gambar 2.4 Cover Buku 'Menyegarkan Islam Kita'
- Gambar 2.5 Cover Buku 'Tuhan Ada Di Hatimu'
- Gambar 2.6 Tampilan Beranda Website Gerakan Islam Cinta
- Gambar 2.7 Tampilan Poster Penggalangan Donasi melalui Platform kitabisa.com
- Gambar 2.8 Dokumentasi Kegiatan Yayasan Pemuda Tersesat (Berbagi Takjil Gratis)
- Gambar 2.9 Habib Husein saat diundang di salah satu stasiun TV Nasional
- Gambar 2.10 Habib Husein saat menghadiri podcast di Kanal Youtube
- Gambar 2.11 Tampilan Beranda Twitter Habib Husein
- Gambar 2.12 Tampilan Beranda Kanal Youtube Jeda Nulis Milik Habib Husein
- Gambar 2.13 Tampilan Beranda Akun Instagram Habib Husein
- Gambar 2.14 Tampilan Beranda Fanspage Facebook Habib Husein
- Gambar 2.15 Tampilan Beranda Akun TikTok Habib Husein
- Gambar 3.1 Habib Husein dalam Tayangan Video MLI bersama Tretan Muslim. Ia mengenakan pakaian yang bebas (berjaket dan bercelana jeans)
- Gambar 3.2 Habib Husein pada Tayangan Video 'Pemuda Tersesat'
- Gambar 3.3 Konten Dakwah Habib Husein di Media Tiktok
- Gambar 3.4 Habib Husein dalam Acara 'Berbeda tapi Bersama' di Kanal Youtube NOICE
- Gambar 3.5 Tayangan Youtube Ketika Bersama Seorang Atheis (Coki Pardede)
- Gambar 3.6 Tayangan Youtube Bersama Antar Pemuka Agama
- Gambar 4.1 Habib Husein ketika diwawancarai di Kanal Youtube NOICE
- Gambar 4.2 Tampilan Kanal Youtube Jeda Nulis bersama Kalangan Milenial
- Gambar 4.3 Habib Husein sebagai 'Dosen Tamu' di Kanal Youtube Hasan Askari
- Gambar 4.4 Saat Habib Husein berdiskusi dengan Sujiwo Tejo

Gambar 4.5 Saat Habib Husein diundang di Kanal Youtube MAIA ALELDUL TV

Gambar 4.6 Saat Habib Husein mengundang Tokoh Agama lain (Katolik dan Budha)

Gambar 4.7 Saat Habib Husein ngobrol dengan Komika Coki Pardede

Gambar 4.8 Berdiskusi dengan Pendeta Katolik tentang Santri dan Seminaris

Gambar 4.9 Saat Habib Husein bersama Coki Pardede dalam obrolan mengenai Islam

Gambar 4.10 Tampilan opening di Kanal Youtube Pemuda Tersesat

Gambar 4.11 Judul pada Video Youtube Pemuda Tersesat yang membuat penasaran

Gambar 4.12 Saat Habib Husein bersama Tretan Muslim di Kanal Youtube Majelis Lucu

Gambar 4.13 Saat Habib Husein berdiskusi dengan narasumber berbeda keyakinan

Gambar 4.14 Saat Habib Husein bersama Pendeta Thomy dan Buya Yahya

Gambar 4.15 Tayangan Habib Husein di Kanal Youtube Jeda Nulis tentang Fir'aun

Gambar 4.16 Saat Habib Husein berdiskusi dengan Coki dan Muslim

Gambar 4.17 Cuitan Habib Husein di akun Twitter miliknya

Gambar 4.18 Pamflet Yayasan Pemuda Tersesat

Gambar 4.19 Saat Habib Husein menjadi Narasumber di Kanal Youtube Cahaya Untuk Indonesia

Gambar 4.20 Ketika Habib Husein bersama teman-temannya yang berbeda latar belakang dan keyakinan

Gambar 4.21 Saat Habib Husein bersama Komika Uus di Kanal Youtube Jeda Nulis

Gambar 4.22 Unggahan Video di Akun Fanspage Habib Husein

Gambar 4.23 Tampilan Akun Tiktok Habib Husein

Gambar 4.24 Segitiga Realitas Sosial-Siber

Gambar 4.25 Respon Jama'ah Virtual Habib Husein pada kolom komentar (Youtube)

Gambar 4.26 Respon Jama'ah Virtual Habib Husein pada kolom komentar (Instagram)

Gambar 4.27 Tampilan konten Habib Husein saat bersama BIKSU Dhira dalam sebuah acara (Instagram)

Gambar 4.28 Respon Jama'ah Virtual Habib Husein pada kolom komentar (Twitter)

Gambar 4.29 Respon Jama'ah Virtual Habib Husein pada kolom komentar (Facebook)

Gambar 4.30 Respon Jama'ah Virtual Habib Husein pada kolom komentar (Tiktok)

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kegiatan dakwah sebagai jalan syiar Islam, senantiasa terus berkembang dari masa ke masa. Perkembangan dakwah yang ada dari masa ke masa itu tidak lain dan tidak bukan bertujuan supaya Islam semakin berkembang dan diterima dengan baik oleh berbagai kalangan sesuai dengan zamannya. Berbagai upaya sudah dilakukan supaya Islam dapat diterima oleh berbagai kalangan. Baik upaya dari pribadi setiap muslim sendiri maupun dengan cara membentuk organisasi keagamaan.

Fenomena sangat menarik memang, dewasa ini bermunculan berbagai organisasi-organisasi dakwah di kalangan umat Islam Indonesia. Mulai dari organisasi tradisional, moderat bahkan ekstrimis. Bukan masalah mengenai organisasi apa serta siapa pendiri organisasi tersebut, dikarenakan memang pada hakikatnya antara Islam dan umat Islam adalah satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Yang menjadi problem adalah tentang penyampaian dan soal penerimaan Islam di kalangan masyarakat. Apa jadinya jika dalam penyampaian nilai-nilai Islam justru masyarakat tak sedikitpun mau melirik, bahkan malah semakin banyak yang mengkritik dan mencemooh Islam lantaran kesalahan para penyampai ajaran Islam yang dianggap 'kurang cerdas' tersebut.

Islam adalah agama dakwah yang menurut kodrat dan wataknya harus senantiasa berkembang dan dikembangkan oleh setiap pemeluknya. Itulah sebabnya Islam mewajibkan kepada para pemeluknya sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing untuk mengembangkan dan menyebarluaskan ajaran-ajaran Islam di tengah-tengah kehidupan masyarakat.²

Meskipun syariat Islam dari dulu hingga sekarang tetap sama, namun dalam perjalanannya, modernitas dalam era globalisasi tak dapat dihindari. Di sinilah kemudian menjadi tantangan sekaligus peluang bagi para pemeluknya dalam menyebarkan serta menebarkan nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamiin* dan Islam sebagai 'Agama Cinta'. Juga, bagaimana supaya Islam menjadi rahmat untuk semua, bukan golongan orang atau kepentingan golongan semata. Dilema antara idealitas dan realitas memang. Idealitas dalam artian memegang teguh prinsip dalam menyampaikan ajaran Islam, namun tak dapat lari dari realitas yang ada saat ini. Sedangkan Islam sendiri tidak dapat terlepas dari modernisasi yang sedang melaju pesat di berbagai belahan dunia akibat adanya globalisasi saat ini.

Modernisasi terkadang lebih banyak diartikan sebagai 'westernisasi' atau banyak menggunakan unsur-unsur kebudayaan Barat. Namun tidak mesti demikian. Konsep modernisasi ini sudah banyak diungkapkan oleh para ahli. Sudjatmiko sendiri mendefinisikan

² Prof. Dr. Faisal Ismail, *Islam; Transformasi Sosial dan Kontinuitas Sejarah* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 2001).

modernisasi sebagai “*menambah suatu sistem sosial untuk menanggulangi tantangan-tantangan serta persoalan-persoalan baru yang dihadapinya dengan penggunaan secara rasional daripada ilmu dan teknologi atas segala sumber kemampuannya.*”³

Termasuk ke dalam istilah modernisasi adalah masuknya media digital dalam kehidupan masyarakat kini. Di mana masyarakat modern tidak dapat menghindari yang demikian. Termasuk dalam dunia dakwah, tren digital sebagai media dakwah dan milenial sebagai objeknya pun kian banyak diperbincangkan. Pada akhirnya, dakwah melalui teknologi digital pun menjadi sebuah keniscayaan yang harus dikuasai para *Da'i* di era ini. Era digital dengan berbagai fasilitas ini dapat memudahkan para *Da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Dengan teknologi digital, menjadikan ruang dan waktu tak lagi sebagai penghalang. Para *Da'i* bebas memilih berbagai *platform* digital dalam menyampaikan dakwah ini, di antara *platform* yang paling banyak diminati dan digunakan di antaranya adalah Youtube, Facebook, Twitter, dan Instagram.

Banyak contoh para *Da'i* yang dinilai sukses dalam menyampaikan dakwah melalui *platform* digital ini, sebut saja seperti Ustadz Abdul Shomad (UAS), KH. Musthofa Bisri (Gus Mus), KH. Abdullah Gymnastiar (AA Gym), Ustadz Yusuf Mansur, KH. Bahauddin Nursalim (Gus Baha) serta masih banyak yang lain lagi. Bahkan UAS sendiri sempat

³ Dikutip dalam Sidi Gazalba, *Modernitas dalam Persoalan : Bagaimana Sikap Islam?* (Jakarta : CV Bulan Bintang, 1973), h. 10.

disebut sebagai Ustadz Jutaan Umat di media sosial.⁴ Hampir menyamai sebutan “*Da’i Sejuta Umat*” bagi KH. Zainuddin MZ pada eranya dulu.

Menurut data, pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 175,5 juta pada tahun 2020 atau meningkat 17 persen (25 juta pengguna) dibandingkan tahun sebelumnya, 2019.⁵ Menurut riset platform manajemen media sosial *Hoot Suite* dan agensi marketing sosial *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 160 juta atau meningkat hingga sekitar 8,1 persen (12 juta pengguna) dibandingkan tahun 2019. Sementara yang menggunakan koneksi internet di perangkat mobile, seperti *smartphone* atau tablet mencapai 338,2 juta pengguna atau naik 4,6 persen (15 juta pengguna) dibandingkan tahun 2019.⁶

Dengan demikian, karena banyaknya pengguna internet dan kepraktisan dalam memperoleh informasi ini, terutama bagi kalangan milenial, membuat segala hal informasi di dunia maya dapat dengan mudah diperoleh. Termasuk materi dakwah. Meskipun demikian, masih banyak juga konten-konten yang dinilai belum sesuai dengan ajaran Islam yang damai dan *Rahmatan Lil ‘alamiin*.

Utamanya Islam dengan ajaran yang menitikberatkan kepada perdamaian dan toleran, bukan ajaran Islam yang sudah ‘diracuni’ dengan

⁴ Achmad Rouzi Noor, “Abdul Shomad, Ustadz dengan Jutaan Umat di Media Sosial,” <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4080599/abdul-somad-ustaz-dengan-jutaanumat-di-medsos>, 2018. Diakses pada tanggal 14 April 2021.

⁵ Ahmad M. Ramli, “Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 175,5 Juta,” 2020. Diakses pada tanggal 14 April 2021.

⁶ HootSuite dan We Are Social, “Riset:64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet,” t.t.diakses pada tanggal 14 April 2021.

hal-hal ekstrim atau keras serta saling menebar kebencian satu sama lain (baca : ekstrimis). Inilah sisi negatif dalam penggunaan teknologi digital. Padahal teknologi digital saat ini adalah anugerah yang diberikan Yang Maha Kuasa untuk dapat dimanfaatkan bagi manusia sebaik-baiknya.

Di sisi lain, akibat adanya pandemi Covid 19 yang sedang terjadi belakangan ini, kebutuhan manusia akan teknologi digital pun semakin meningkat. Mulai dari kebutuhan primer, sekunder hingga tersier pun seakan bergantung pada teknologi. Bahkan pada kegiatan dakwah yang biasanya dihadiri oleh para jamaah di masjid-masjid, majelis pengajian atau ruang-ruang terbuka lainnya, kini justru semua itu dilarang dengan penjagaan yang ketat. Hadirnya teknologi digital inilah kemudian menjadi solusi atas larangan-larangan berkumpul secara massal. Yang ada akhirnya berbentuk 'Jama'ah Virtual' yang menghadiri majelis-mejelis ilmu virtual pula.

Dari berbagai data yang ada, membuat penulis tertarik dengan konten yang menayangkan Habib Husein Ja'far Al Hadar. Di berbagai kesempatan undangan diskusinya, penulis menilai bahwa materi yang disampaikan selain mengandung dakwah, ia juga mampu 'membangkitkan bahasa langit' atau bahasa Al-Qur'an bagi kalangan milenial maupun non-milenial. Kedekatannya dengan kalangan milenial membuatnya dijuluki sebagai 'Habib Milenial'.

Ia merupakan lulusan Magister Tafsir Qur'an di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Ia juga merupakan penulis buku keislaman terbitan Gramedia dan Mizan, serta penulis di berbagai media massa seputar keislaman.⁷ Habib Husein Ja'far Al Hadar, dalam suatu kesempatan ketika diwawancarai oleh media, ia mengatakan bahwa masih banyak orang yang ingin berubah menjadi lebih baik namun tidak tahu harus memulai dari mana. Orang-orang tersebut banyak memberikan pertanyaan kepadanya melalui DM (*Delivery Message*)-nya di kanal youtube yang ia miliki.⁸

Dalam penyampaian pesan-pesan dakwahnya, Habib Husein Ja'far Al Hadar lebih memilih berpenampilan bebas daripada layaknya Habib yang mengenakan jubah maupun gamis. Ia lebih sering menggunakan baju koko (bahkan tidak jarang pula dengan mengenakan kaos oblong dengan celana panjang jeans). Inilah yang kemudian menjadikannya dikenal sebagai 'Habib Milenial' lantaran selalu dekat dengan kalangan milenial dan penampilannya yang santai. Sejak tahun 2018 ia juga memproduksi konten dakwah di kanal youtubenya dengan nama akun Jeda Nulis.⁹ Selain itu pula sering tampil di Kanal Majelis Lucu Indonesia (MLI) dan

⁷ Wikipedia, "Husein_Ja'far_Al-Hadar," 2021, https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja'far_Al-Hadar. Diakses pada tanggal 16 April 2021.

⁸ Vanny El Rahman, "Berdakwah lewat Canda: Belajar dari Husein Ja'far Al Hadar," <https://www.idntimes.com/>, 2020, <https://www.idntimes.com/news/indonesia/vanny-rahman/berdakwah-lewat-canda-belajar-dari-husein-jafar-al-hadar/4>. Diakses pada tanggal 20 April 2021.

⁹ Dkk Nurul Isnain, "Dakwah Digital untuk Jamaah Millenial," 2021, <http://kpi.iainkediri.ac.id/2021/03/28/dakwah-digital-untuk-jamaah-millenial/>. Diakses pada tanggal 20 April 2021.

melakukan kolaborasi dengan beberapa artis Youtube milenial seperti Tretan Muslim, Coky Pardede dan Arie Keriting.¹⁰ Dari berbagai latar belakang dan penjelasan di atas, penulis bermaksud untuk mengupas lebih dalam mengenai aktivitas dakwah yang dilakukan Habib Husein Ja'far Al Hadar di media sosialnya.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Penerapan Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui media digital?
2. Bagaimana respon Jama'ah Virtual Habib Husein Ja'far Al Hadar terhadap konten dakwah yang disajikannya dalam media digital?
3. Bagaimana Gaya Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Dalam setiap penelitian, tentu terdapat tujuan dan kegunaan yang akan didapatkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar pada media digital.

¹⁰ Siwi Nur Wakhidah, "10 Pesan Menyejukkan Ustaz Digital Habib Husein Jafar," 2019, <https://www.dream.co.id/your-story/10-pesan-menyejukkan-hati-dari-habib-husein-jafar-islam-itu-cinta--1910235.html>. Diakses pada tanggal 20 April 2021.

2. Untuk mengetahui respon ‘*Jama’ah Virtual*’ Habib Husein Ja’far Al Hadar terhadap konten dakwah yang disajikannya dalam media digital.
3. Untuk mengetahui Gaya Dakwah Habib Husein Ja’far Al Hadar.

Sedangkan kegunaan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Akademis : dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya penelitian mengenai strategi dakwah melalui *platform* media digital.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Memberikan pengetahuan kepada para pembaca tentang pesan-pesan dakwah ternyata dapat disampaikan tidak hanya melalui mimbar-mimbar dan majelis pengajian biasa. Namun juga dapat disampaikan melalui saluran media digital.
 - b. Untuk Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi keilmuan guna pengembangan jurusan terutama yang berkaitan dengan dakwah melalui media digital.

D. KAJIAN PUSTAKA

Di dalam penelitian ini juga menyertakan beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai dakwah melalui media digital. Setidaknya ada lima (5) penelitian yang dijadikan penulis sebagai acuan dalam penelitian ini.

Pertama, penelitian berjudul “Dakwah Digital Habib Husein Ja’far Al Hadar” yang ditulis oleh A’yun Masfufah, Mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang terbit dalam Jurnal Dakwah Tahun 2019. Dalam penelitian tersebut lebih menyoroti mengenai intisari dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan Habib Husein Ja’far Al Hadar selama setahun terakhir. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Islam adalah agama untuk menyampaikan kabar gembira dan Islam adalah Agama Cinta.
2. Islam mengajarkan umatnya untuk bertoleransi kepada sesama manusia tidak membeda-bedakan status, golongan, maupun keyakinan.
3. Menyampaikan kebenaran dengan akhlak yang baik. Sehingga Islam dicerminkan dengan perang dan kekerasan seperti halnya kalangan ekstrimis.
4. Jihad dimulai dari hal sederhana dan kecil.¹¹

Meski mempunyai kesamaan pada subjek penelitiannya, yakni Habib Husein Ja’far Al Hadar, namun objek yang dikaji memiliki perbedaan. Adapun objek yang dikaji oleh peneliti sendiri terletak pada strategi dalam berdakwah melalui media digital, termasuk Kanal Youtube pribadinya.

Kedua, Tesis yang ditulis oleh Iis Eka Wulandari, Mahasiswi Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2020 dengan judul “Dakwah Dalam Media Baru: Studi

¹¹ A’yun Masfufah, “DAKWAH DIGITAL HABIB HUSEIN JA’FAR AL HADAR,” *Jurnal Dakwah* 20, no. 2 (2019): 252.

Kasus Terhadap Jama'ah Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta". Pada penelitian ini membahas mengenai proses dakwah virtual suatu majelis taklim dan menemukan konsep-konsep dakwah yang diterapkannya.¹² Pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai media baru sebagai media dakwah, namun perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitiannya.

Ketiga, penelitian dengan judul "Peran *Dakwahtainment* Akun Channel Youtube Jeda Nulis Terhadap Pemuda Tersesat Oleh Habib Husein Ja'far" yang ditulis oleh Muhammad Haris Fiardi, mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2021. Pada penelitian ini lebih banyak membahas peran *dakwahtainment* pada akun channel youtube jeda nulis terhadap pemuda tersesat oleh Habib Husein Ja'far Al Haddar. Hasil penelitian ini diambil berdasarkan dakwahnya pada akun youtube Jeda Nulis dan ketika berkolaborasi dengan akun channel youtube lain serta dari pertanyaan yang diajukan oleh audiens, tanggapan atau respon audiens yang dilihat melalui komentar pada setiap konten dakwah Habib Husein Ja'far.¹³ Sama-sama membahas mengenai dakwah digital Habib Husein Ja'far Al Haddar, namun pada penelitian ini akan lebih berfokus terhadap strategi

¹² Iis Eka Wulandari, "DAKWAH DALAM MEDIA BARU: Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah Di Yogyakarta," 2020.

¹³ Muhammad Haris Fiardi, "Dakwahtainment, Pendekatan Dakwah, Habib Husein Ja'far," *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi* 3, no. 2 (2021): 76–85.

dakwah yang dilakukannya. Selain itu pula akan disinggung pula media sosial lain yang dipakai di dalam melakukan aktivitas dakwahnya.

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Fahmi Darmawan, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Respon Jamaah Majelis Taklim Al Ma’ruf Kebon Jeruk Jakarta Barat Pada Tayangan Program TV Mamah dan Aa Beraksi Episode Pengaruh Media Sosial dalam Ibadah di Indosiar”. Ditulis dan diterbitkan pada tahun 2020 di Surabaya. Pada penelitian ini membahas mengenai respon para jamaah dalam mendengarkan ceramah dari Ustadzah Dedeh Rosidah atau lebih dikenal dengan panggilan Mamah Dede di Stasiun Televisi Indosiar. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara respon kognitif dan afektif pada tingkat pendidikan maupun status perkawinan. Dari segi persamaan, membahas mengenai dakwah di media baru. Namun letak perbedaannya, penelitian penulis lebih banyak pada jamaah online, bukan offline atau tatap muka.

Terakhir, penelitian berjudul “Dakwah Literasi Ustadz Giovani Van Rega: Analisis Imbauan Pesan Dakwah”. Penelitian ini ditulis oleh Uwes Fatoni dan Enjang Tedi, dosen di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Adapun artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model imbauan pesan komunikasi dalam dakwah literasi yang dilakukan oleh Ustadz Giovani Van Rega. Melalui metode kualitatif deskriptif, studi

ini menemukan bahwa dakwah literasi yang digunakan Ustadz Rega menggunakan imbauan pesan rasional, imbauan takut, imbauan ganjaran, dan imbauan motivasional.¹⁴ Letak persamaan dengan penelitian ini pada *Mad'unya* yang mayoritas adalah kalangan milenial. Namun penulis akan lebih menitikberatkan kepada semua kalangan, baik dari segi usia maupun latar belakang lainnya seperti yang berbeda keyakinan dan bahkan tanpa keyakinan (Atheis).

Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas, memang lebih banyak membahas mengenai media digital. Selain itu juga mengenai dakwah virtual di majelis-majelis taklim. Namun, dalam penelitian ini selain membahas mengenai media virtual atau digital, juga membahas mengenai strategi dakwah yang dipakai Habib Husein Ja'far Al Hadar selaku *Da'i* (penyampai dakwah) dengan metode yang *antimainstream* (berbeda). Di mana ia 'mendobrak' gaya-gaya dakwah yang biasa dilakukan *Da'i* sebagaimana umumnya dengan pemikiran dan cara uniknya sendiri.

E. KERANGKA TEORI

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

¹⁴ Uwes Fatoni and Enjang Tedi, "Dakwah Literasi Ustadz Giovani Van Rega: Analisis Imbauan Pesan Dakwah," *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2018): 209–25, <https://doi.org/10.15642/jki.2017.7.2.209-225>.

Strategi Dakwah berasal dari dua kata yang digabung menjadi satu, yakni kata Strategi dan Dakwah. Sebelum mengartikan lebih dalam mengenai strategi dakwah, ada baiknya untuk mengetahui satu persatu kata yang menyusunnya. Pertama, kata strategi. Secara bahasa, strategi berasal dari bahasa Yunani ‘*Strategia*’ atau ‘*Strategos*’ yang dapat diterjemahkan sebagai ‘komandan militer’ pada zaman demokrasi Athena.¹⁵ Sedangkan jika ditinjau dari segi bahasa juga bisa diartikan sebagai ilmu siasat perang; akal atau tipu muslihat untuk mencapai suatu maksud atau tujuan yang sudah direncanakan.¹⁶ Pada zaman dahulu, istilah strategi identik dengan dunia peperangan, saat ini istilah strategi ini biasanya dipakai dalam dunia bisnis, manajemen, ekonomi maupun dalam dunia politik. Bahkan karena keluwesannya, istilah strategi ini digunakan dalam berbagai macam bidang, termasuk dakwah.

Gerry Johnson dan Kevan Scholes, dalam buku *Exploring Corporate Strategy* menjelaskan definisi strategi sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Sedangkan menurut Anwar

¹⁵ <https://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/#more-6> diakses pada tanggal 23 Agustus 2021.

¹⁶ Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Widya Karya, Semarang: 2002) hlm. 648.

Arifin Andipate, strategi adalah keseluruhan keputusan tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.¹⁷

Kata kedua, yakni Dakwah. Dakwah sendiri secara semantik (bahasa) berarti memanggil, mempersilahkan, memohon, propaganda dan menyebarkan, baik ke arah yang baik maupun ke arah yang buruk.¹⁸ Sedangkan secara istilah, dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai dan lembut (sesuai dalam QS. 35:6), konsisten dan penuh komitmen.¹⁹ Dakwah Islam meliputi ajakan, keteladanan dan tindakan konkret untuk melakukan tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Dakwah, sebagaimana dikatakan oleh Syekh Ali Mahfud adalah untuk mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan ketika di dunia maupun sudah di akhirat.²⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa Strategi Dakwah adalah suatu siasat atau cara dalam menjalankan maksud tertentu agar manusia berbuat ma'ruf dan mencegah manusia berbuat

¹⁷ Anwar Arifin AndiPate, *STRATEGI DAKWAH; Perspektif Ilmu Komunikasi* (Makassar: Penerbit Khalifah Mediatama, 2015). h. 35.

¹⁸ Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah ; Paradigma Untuk Aksi, I* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 22.

¹⁹ Ma'arif.

²⁰ Sri Astutik, "Kreatifitas dan Dakwah Islamiyah," *Jurnal Ilmu Dakwah*. Vol. 3 No. 2 Oktober 2000, hlm. 40.

mungkar, baik dengan lisan maupun perbuatan dengan kesadaran dan rencana sistematis sehingga menjadi manusia yang beriman kepada Allah SWT.

Dengan kata lain, merumuskan strategi dakwah juga berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi di masa yang akan datang guna mencapai efektifitas atau mencapai tujuan. Adanya strategi dakwah, berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.²¹ Konten dakwah sebagaimana sebuah berita, setidaknya harus mengacu pada sejumlah unsur di antaranya²² :

1) Unsur Aktual

Aktual artinya mengandung peristiwa terkini, terbaru, terhangat, baru saja atau sedang terjadi.²³ Pengertian yang lain, bisa juga merupakan fakta terbaru yang ditemukan dari suatu peristiwa lama atau peristiwa yang baru saja terjadi. Unsur aktual ini menjadi hal penting dalam kegiatan dakwah digital Habib Husein. Dengan adanya unsur aktual dalam penyampaian dakwahnya, membuat penonton lebih tertarik untuk mengikuti konten video yang disajikan.

²¹ AndiPate, *STRATEGI DAKWAH; Perspektif Ilmu Komunikasi*. h. 35.

²² Firman, "Digital, Ide Dan Variasi Konten Dakwah," 2021, <http://hidayatullahmakassar.id/2021/04/20/ide-dan-variasi-konten-dakwah-digital/>.

²³ <https://kbbi.web.id/aktual>.

Istilah dakwah aktual sendiri menurut Rosiyadi Suyuti merupakan sebuah gerakan yang mengedepankan pengamalan atau *action* agama dalam kehidupan empirik, sehingga kebenaran Islam tidak hanya bersifat skriptualis belaka, tetapi juga mampu terinternalisasi ke dalam pribadi penerima mad'u maupun da'i.²⁴

2) Unsur Faktual

Yakni kejadian sebenarnya atau suatu kenyataan, bukan suatu rekayasa, khayalan atau karangan. Fakta dalam sebuah berita (konten) muncul dan diperoleh dari sebuah kejadian nyata, pendapat ataupun pernyataan. Faktual merupakan unsur yang dijadikan konten dakwah Habib Husein, sehingga apa yang dibahas bukan sekedar hal-hal bayangan. Namun memang ada pada zaman sekarang maupun dulu. Berkaitan dengan dakwah, dakwah yang faktual merupakan dakwah yang tidak mengandung *hoax* (bohong) serta menyertakan dalil-dalil dalam al-Qur'an dan Hadits. Dikarenakan dalil dari al-Qur'an dan Hadits ini merupakan sumber terpercaya.

3) Unsur Penting

Ada dua hal dalam berita yang dinilai penting, yakni ada tokoh penting yang terlibat atau memiliki kapasitas yang telah diakui oleh masyarakat. Selain itu juga merupakan kepentingan orang banyak dan mempengaruhi kondisi masyarakat. Dalam

²⁴ Rosiyadi Suyuti, *Status Attainment, Human Capital and Religiosity in Indonesia: A Case of West Nusa Tenggara*, Dissertation for the Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of The Ohio State University (Ohio: State University, 1995), h. 35.

setiap pembahasan dakwahnya di video youtube, biasanya Habib Husein juga membahas tokoh-tokoh penting atau isu yang berkaitan dengan orang terkenal/dikenal di media sosial.

4) Unsur Menarik

Biasanya berciri menimbulkan rasa ingin tahu, dan ketertarikan dari masyarakat untuk menyimak isi konten tersebut. Peristiwa yang menarik dan diminati oleh masyarakat biasanya bersifat menghibur, aneh, memiliki unsur kedekatan, mengandung nilai kemanusiaan, mengandung unsur seks, kriminalitas/hukum dan ada konflik.

b. Strategi dalam Metode Dakwah

1) *Bil Hikmah*

Menurut Syaikh Abdurrahman Abdul Khaliq, dalam karangannya *Fusuulun minassiyasati syar'iyati fi da'wati ilallah* menjelaskan bahwa dalam berdakwah haruslah menggunakan cara-cara yang bijaksana dan penuh kedamaian. Selain itu pula dengan dasar ilmu pengetahuan yang mendalam (*bashirah*).²⁵ Sebagaimana yang telah tertera di dalam al-Qur'an Surah An Nahl : 125 yang artinya “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasihat yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula.*”

²⁵ Mustahab Hasbullah Marsuni Sasaki, *Metode dan Strategi Da'wah Islam*, ed. oleh Hadi Nurcholis, I (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 1996). h. 113.

Yang dimaksud dengan *al-Hikmah* (bijaksana) berarti berbagai norma dan prinsip-prinsip yang agung, yang sudah dijelaskan oleh Allah kepada kita dalam al-Qur'anul Karim dan sudah diterangkan oleh Rasulullah SAW yang mana, beliau diutus oleh Allah dengan (membawa) hikmah.²⁶ Dengan kata lain, dalam berdakwah hendaknya menerapkan sikap yang lembut, seperti di antara sifat khusus yang dimiliki Nabi Saw adalah memiliki sifat guru.²⁷

Sifat guru (mengajar) yang dimiliki beliau implementasikan dengan menggunakan metode *Public Relation* (berkomunikasi dengan masyarakat umum). Pertama-tama, Ia menawarkan dakwahnya kepada siapa saja yang ia jumpai dari semua kalangan yang beliau pandang dapat menerima dakwah beliau secara rahasia. Kemudian kepada semua orang yang dapat dijangkau oleh beliau, setelah itu barulah diperintahkan oleh Allah untuk berdakwah secara terang-terangan.

Dalam tafsir Kementerian Agama, beberapa hal yang dapat disimpulkan mengenai Hikmah (kebijaksanaan) dalam tafsir Q.S An Nahl : 125 yaitu²⁸

²⁶ Marsuni Sasaky. hlm. 114.

²⁷ Marsuni Sasaky. hlm. 22.

²⁸ <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nahl-ayat-125/> diakses pada tanggal 06 November 2021 pukul 10.25 WIB.

- a) Pengetahuan tentang rahasia dan faedah segala sesuatu. Sehingga dengan pengetahuan itu, sesuatu dapat diyakini keberadaannya.
- b) Perkataan yang tepat dan benar yang menjadi dalil, *hujjah* atau argument untuk menjelaskan mana yang haq (benar) dan mana yang batil atau syubhat (meragukan).
- c) Mengetahui hukum-hukum Al-Qur'an, paham Al-Qur'an, paham agama, takut kepada Allah, serta benar perkataan dan perbuatan.

Prof. Hamidi, dalam bukunya “Teori Komunikasi dan Strategi Komunikasi” mengutarakan pendapatnya bahwa dengan *al hikmah* ini seorang *Da'i* akan lebih mudah mencapai keinginannya dalam arti membawa keberhasilan atau efektifitas dakwahnya.²⁹ Nabi Muhammad Saw, sebagai imam para *Da'i* juga telah menerapkan strategi dakwah secara bijak. Sehingga melalui beliau, Allah memberi manfaat kepada hambaNya dan menyelamatkan mereka dari syirik menuju tauhid.

2) *Bil Maudhah al-hasanah*

Selain *bil hikmah*, dalam konsep dakwah yang diterangkan dalam Q.S An Nahl ayat 125 juga terdapat *mauidhah al hasanah*. Secara bahasa, mauidzoh hasanah terdiri dari dua kata, *mauidzoh* dan *hasanah*. Kata *mauidzhoh* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu*,

²⁹ Prof. Dr. Hamidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah* (Malang: UMM Press, 2010). h. 127.

wa'dzan- idzatan yang berarti; Nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan.³⁰ Menurut Imam Abdullah bin Ahmad An-Nasafi yang dikutip oleh H. Hasanuddin, *Al-Mauidzhoh Al-Hasanah* adalah perkataan-perkataan yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan al-Qur'an.³¹

3) *Bil Mujadalah al Ahsan*

Mujadalah merupakan proses dialog ataupun diskusi yang terjadi setelah seseorang memperoleh ajaran / ide baru dari mauidhah hasanah yang sudah diberikan seorang *Da'i*.³² Dalam al-Qur'an, selain dengan berdebat atau diskusi, juga disebutkan mengenai cara dalam berdebat yakni *ahsan* atau dengan cara baik. Tidak kemudian menyanggah dengan semaunya sendiri, namun tetap dengan landasan sikap dan bahasa yang baik.

c. Macam-macam Strategi dalam Dakwah

Al Bayaunni dalam buku M. Ali Aziz membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk :³³

1) Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-athifi*)

³⁰ Lois Ma'luf, *Munjid fi al-Lugah wa A'lam* (Beirut: Dar Fikr.1986) h. 907, Ibnu Mandzur, *Lisan al-Arab*, Jilid VI (Beirud: Dar Fikr, 1990) h. 466.

³¹ Hasanuddin, SH., *Hukum Dakwah* (Jakarta: pedoman Ilmu Jaya, 1996) h. 37.

³² Fakultas Dakwah, "DAKWAH RAMAH UNTUK SEMUA Communicate the Islam with Friendly for All (CIFA)," 2019. h. 11.

³³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana, Surabaya : 2015) cet.4, h.69.

Strategi Sentimentil adalah dakwah yang berfokus pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin sasaran dakwahnya. Memberi sasaran dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, ataupun menjawab dengan bijak setiap permasalahan yang diajukan merupakan metode yang dikembangkan dari strategi ini.

2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong sasaran dakwah untuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran dari *da'i*.

3) Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi Indriawi juga dinamakan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.

d. Penerapan Strategi dan Efektifitas Dakwah

Di dalam merumuskan, merencanakan hingga menerapkan strategi dakwah, menurut Prof. Arifin AndiPate³⁴ ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan. Beberapa poin penting ini adalah terkait dengan enam (6) hal, yaitu : (1) Mempersiapkan Da'i, (2)

³⁴ AndiPate, *STRATEGI DAKWAH ; Perspektif Ilmu Komunikasi*. h. 51.

Memantapkan Lembaga, (3) Memahami Khalayak, (4) Merencanakan Pesan, (5) Menetapkan Metode, dan (6) Memilih Media.

Selain itu pula, Prof. Jalaluddin Rahmat³⁵ menyatakan bahwa di dalam dakwah setidaknya menimbulkan efek dari aktivitas dakwah itu sendiri. Hal-hal yang diperhatikan dari efek ini meliputi tiga (3) hal, yakni : Efek Kognitif (*Cognitive Effect*), Efek Afektif (*Affective Effect*) dan Efek Behavioral (*Behaviour Effect*). Ketiga hal tersebut perlu menjadi perhatian khusus bagi para da'i.

Efek kognitif atau kesadaran terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif atau pengaruh sendiri timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai. Sedangkan efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

2. Media Digital

Seiring adanya perkembangan zaman, berdampak pula pada perkembangan teknologi informasi yang memudahkan masyarakat untuk dapat beraktifitas melalui media digital. Masyarakat bisa

³⁵ Dosen Fakultas Ushuluddin and Dakwah Iain Kendari, "KONSEP DASAR DAKWAH Aminudin" 9, no. 1 (n.d.): 29–46. h. 44.

mendapatkan berbagai informasi dengan berselancar di dunia maya. Namun dengan perkembangan teknologi ini, terdapat pula dampak negatif dan positif tentang manfaat media digital saat ini. Terlebih dampak positif dan kemanfaatan berbagai platform Media Digital pada masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan setiap orang untuk melakukan *Social Distance*.³⁶

Media digital merupakan media yang dikodekan dalam format yang bisa dibaca oleh mesin (*machine-readable*). Konsep media digital merupakan biner 0 dan 1 memakai gelombang diskrit. Media digital bisa terbuat, dilihat, didistribusikan, dimodifikasi, serta dapat bertahan pada fitur elektronik digital. Proses digital memakai logika algoritma. Program-program PC serta fitur lunak semacam citra digital, digital video; video permainan; taman website, serta web website, tercantum media sosial; informasi serta database; digital audio, semacam mp3, mp4, serta novel elektronik merupakan contoh media digital. Media digital sangat berbeda dengan media analog yang mengandalkan sistem manual, semacam media cetak, novel cetak, pesan berita, serta majalah yang masih bertabiat tradisional, semacam foto, film rekaman suara, serta lain-lain (University of Guelph, September 2006).³⁷

³⁶ Ila Khafia Wafda, "E-Dakwah melalui Media Virtual Di tengah Social Distance," *Jurnal Prodi Teknik Informatika UNW "Multimatrix"* 2, no. 2 (2020): 40–45.

³⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital diakses pada tanggal 06 November 2021 pukul 10.37 WIB.

Salah satu dampak positif perkembangan teknologi di kalangan masyarakat adalah dapat membantu untuk memudahkan dalam mencari ataupun menyampaikan informasi. Termasuk informasi dalam bidang agama. Sedangkan dampak negatif dari penggunaan teknologi sendiri adalah banyaknya masyarakat yang memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi, bahkan merugikan orang lain misal untuk hal-hal yang tidak bertanggung jawab.³⁸

Maka melalui teknologi ini, masyarakat dapat dengan mudahnya mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Berbagai informasi dapat diakses dengan menggunakan komputer atau *smartphone*. Memudahkan mencari informasi, karena meningkatnya perkembangan teknologi semakin pesat yang berdampak terhadap banyak bidang. Termasuk dalam bidang dakwah yang juga mengalami perkembangan secara signifikan.³⁹

Jika berbicara terkait kemunculan era media baru yang sekarang ini telah berkembang, maka tidak bisa terlepas dari era media lama yang lebih dulu mewarnai kehidupan masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Dalam tradisi sosiokultural, Littlejohn mengatakan bahwa produksi media, tanpa diragukan,

³⁸ Wafda.

³⁹ Wafda.

merespon terhadap perkembangan sosial budaya dan memengaruhi perkembangannya.⁴⁰

Di era sekarang, di mana agama menduduki posisi berpengaruh dan seringkali agama digunakan sebagai alat dalam mencapai tujuan tertentu, maka tanpa diragukan juga, jika media merespon perkembangan agama-agama dunia, termasuk Islam. Kemudian melalui media pula, perkembangan keagamaan saat ini akan dapat dipengaruhi.⁴¹

Ketika berbicara tentang media baru, maka tentu ada yang dinamakan media lama. Yang masing-masing dari dua istilah ini memiliki karakternya masing-masing. Perbedaan karakteristik era media baru dan era media lama ini dipaparkan oleh Porter sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perbedaan Era Media Lama dan Media Baru

Era Media Pertama	Era Media Kedua
Sentralisasi produksi	Desentralisasi
Komunikasi satu arah	Dua arah
Kendali situasi, untuk sebagian besar	Di luar kendali situasi
Reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media	Demokratisasi
Audiens massa yang terpecah	Mengangkat kesadaran individu
Pembentukan kesadaran sosial	Orientasi individu

Sumber: Stephen W. Little John, Teori Komunikasi *Theory of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika, 405, 2009.

⁴⁰ Iis Eka Wulandari, "DAKWAH DALAM MEDIA BARU : Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta," 2020. h.19.

⁴¹ Wulandari. hlm. 19.

Media baru (*new media*) sendiri ialah bermacam fitur teknologi komunikasi yang berhubungan dengan digitalisasi dengan karakteristik utamanya terdapat pada keterhubungan dengan akses yang luas. Seorang bisa menjadi pengirim serta penerima pesan secara interaktif, memiliki kegunaan yang bermacam- macam serta terbuka, dan aksesnya mudah dijangkau kapanpun. Media baru menimbulkan model komunikasi massa yang sebelumnya berpusat pada satu komunikator ke banyak komunikan (*one to many communication*) menuju banyak komunikator ke banyak komunikan (*many to many communication*). Adapun bagian terpenting dari media baru itu adalah internet.⁴²

Dengan hadirnya media baru ini pula kemudian muncul istilah *E-Dakwah* atau Dakwah Elektronik atau Dakwah Digital. *E-Dakwah* dipakai guna menyebarkan misi keislaman supaya lebih luas dan lebih besar cakupannya. Namun *E-Dakwah* ini tidak dapat berdiri sendiri dan lepas satu sama lain, akan tetapi bersifat saling berhubungan satu sama lain yang pada dasarnya *E-Dakwah* ini bertujuan untuk memperkuat dakwah dalam dunia nyata.⁴³ Dengan demikian, media digital menjadi sebuah keniscayaan yang patut untuk dimanfaatkan keberadaannya karena dinilai lebih efektif dan efisien. Terlebih pada masa sekarang.

⁴² https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital

⁴³ Ila Khafia Wafda dkk., "Model Manajemen Media Podcast RadioMu dalam Spotify," *Jurnal Audiens* 2, no. 2 (2017): 1–6, <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>.

3. Dakwah Rahmatan Lil ‘Alamiin

Istilah Islam *Rahmatan lil Alamin* merupakan istilah yang bersumber dan tercantum dalam al-Qur’an (*building in Islam*), Allah Swt langsung yang memberikan istilah tersebut untuk menyebut sebuah ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad akan berdampak positif, inklusif, komprehensif dan holistik.⁴⁴ Dengan demikian, sehingga di dalam mengajak (terlebih dalam hal kebaikan) sangat dianjurkan untuk melihat objek yang diajak tersebut.

Karena yang diajak ini merupakan manusia, sehingga cara-cara mengajak pun harus sesuai dengan bagaimana memperlakukan objek ajakan ini sebagai manusia pula (humanis). Dakwah yang humanis menjadi keniscayaan bagi kehidupan di Indonesia yang memiliki masyarakat beragam. Konsep dakwah humanis ini sesuai dengan dakwah *rahmatan lil’alamin* yang dilakukan oleh para Walisongo zaman dulu.⁴⁵

4. Media Sosial

Kaitannya dengan dakwah, media sosial pun menempati posisi penting dalam syi’ar agama. Dikarenakan memang media sosial seakan-akan menjadi kebutuhan pokok manusia modern saat ini.

Terutama kalangan milenial. Mereka menggunakannya untuk berbagai

⁴⁴ Muhammad Makmun Rasyid, “Islam Rahmatan Lil Alamin Perspektif Kh. Hasyim Muzadi,” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 11, no. 1 (2016): 93–116, <https://doi.org/10.21274/epis.2016.11.1.93-116>. h. 101.

⁴⁵ Hm. Kholili, “Dakwah Kultural Dan Dakwah Yang Ramah: Rancangan Komunikasi Untuk Dakwah,” *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, no. 110 (2017): 469–74, <http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/48>. h. 469.

keperluan, seperti *entertainment*, pendidikan, pekerjaan, bahkan dalam hal keagamaan.

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial (kerap disalahtuliskan dengan ‘social media’) merupakan suatu media daring yang digunakan satu sama lain oleh para penggunanya dalam berpartisipasi, berhubungan, berbagi, serta menciptakan isi web, jejaring sosial, wiki, forum serta dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Web, jejaring sosial, serta wiki ialah wujud media sosial yang sangat universal digunakan oleh warga di segala dunia.⁴⁶ Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial dengan "suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk atas dasar pandangan hidup dan teknologi website 2.0 serta memungkinkan penciptaan serta pertukaran *user-generated content*".⁴⁷

b. Ciri-ciri Media Sosial

Berikut ini adalah beberapa ciri-ciri dari media sosial.⁴⁸

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang tetapi lebih luas lagi jangkauannya. Contohnya pesan melalui SMS ataupun fitur *chatting* dengan aplikasi *Whatsapp*, *Messenger*, *Telegram*, dan lain-lain.

⁴⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

⁴⁷ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68.

⁴⁸ Gamble, Teri and Michael. *Communication works*. Seventh edition.

2) Pesan yang disampaikan lebih bebas atau tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.

3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya. Hal ini dikarenakan menggunakan akses internet yang ada.

4) Penerima pesan yang menentukan waktu dan tempat interaksi. Dengan kata lain, tidak dibatasi waktu dan tempat.

c. Perkembangan Media Sosial

Perkembangan media sosial sangat pesat, bisa dibuktikan dengan banyaknya jumlah anggota yang dimiliki masing-masing situs jejaring sosial.⁴⁹ Berikut tabel jumlah anggota dari masing-masing situs per Agustus 2017.⁵⁰

Tabel 1.2 Jumlah Anggota dari masing-masing situs

No	Nama situs	Jumlah member
1	Facebook	2.047.000.000
2	Youtube	1.500.000.000
3	WhatsApp	1.200.000.000
4	Facebook Messenger	1.200.000.000
5	WeChat	938.000.000
6	QQ	861.000.000
7	Instagram	700.000.000
8	Qzone	638.000.000

⁴⁹ Grant, August E & Meadows, Jennifer H. (eds.) (2010). *Communication Technology Update and Fundamental*. 12th Edition. Boston: Focal Press.

⁵⁰ <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

9	Tumblr	357.000.000
10	Twitter	328.000.000
11	Sina Weibo	313.000.000
12	Baidu Tieba	300.000.000
13	Skype	300.000.000
14	Viber	260.000.000
15	Snapchat	255.000.000
16	Reddit	250.000.000
17	Line	214.000.000
18	Pinterest	175.000.000

d. Jenis-jenis Media Sosial

Ada beberapa macam jenis-jenis dari media sosial. Berikut ini adalah jenis-jenis media sosial menurut Sulistiyono :⁵¹

1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media jejaring sosial digunakan untuk menghubungkan aktivitas sosial antar individu di dunia virtual. Jejaring sosial ini juga dapat membentuk pertemanan, baik kepada orang yang sudah dikenal maupun yang sama sekali belum dikenal. Beberapa jenis jejaring sosial ini seperti Facebook, Instagram, Telegram, Whatsapp, LinkedIn, TikTok dan lain sebagainya.

2) Jurnal Online (Blog)

⁵¹ Agus Sulitoyono, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing* (Cirebon: Penerbit Insania, 2021). h. 23-24.

Blog digunakan oleh seseorang untuk mengunggah aktivitas sehari-harinya. Konten yang dimuat biasanya berupa tulisan maupun video/gambar. Namun seringkali hanya dalam bentuk tulisan. Untuk pemasaran, blog bisa juga digunakan dalam kegiatan *Content Marketing*, seperti *business blogging*, mengedukasi sasaran pasar tentang topik tertentu atau keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan, ataupun untuk memperkuat SEO atau relasi *brand* dengan topik tertentu.⁵² Saat ini penyedia layanan blog gratis yang sering dipakai seperti Wordpress dan Blogspot.

3) Jurnal *Online* Sederhana (*Microblog*)

Microblog merupakan ruang untuk mempublikasikan kegiatan sehari-hari, tulisan maupun pendapat yang diinginkan oleh penggunanya. Yang termasuk ke dalam kategori *microblog* ini seperti Twitter.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media berbagi ini memfasilitasi penggunanya untuk berbagi foto atau gambar, video dan lain sebagainya. Yang termasuk ke dalam media berbagi ini seperti Youtube, Pinterest, Photo-bucket dan lain sebagainya.

5) Penanda Sosial (*Social Boormarking*)

⁵² <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial> diakses pada tanggal 08 November 2021 pukul 11.42 WIB.

Social Bookmarking sendiri sebuah media yang digunakan untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola atau mencari suatu informasi secara online. Contoh *Social Boorkmarking* ini seperti delicious.com, reddit.com, lintas.me dan lain sebagainya.

6) Media konten bersama atau wiki

Media konten digunakan untuk membuat kolaborasi informasi atau data antar penggunanya. Contoh media ini seperti Kamus Ensiklopedi. Dalam layanannya, media konten atau wiki memberikan kesempatan kepada siapa saja yang ingin berbagi informasi dan data. Media konten yang terkenal saat ini seperti Wikipedia yang didirikan oleh Jimmy Wales dan Larry Sanger.

e. Dampak Media Sosial

Salah satu dampak dari keberadaan media sosial adalah masyarakat memiliki ketergantungan terhadap teknologi terkini. Pada awalnya manusia adalah sebagai makhluk sosial, namun dengan adanya teknologi saat ini, nilai-nilai budaya masyarakat menjadi memudar. Inilah perubahan yang terjadi dari dampak media sosial dimana manusia yaitu menjadi makhluk anti-sosial. Di lingkungan masyarakat, hampir semua kalangan sudah menggunakan yang namanya media sosial. Perkembangan teknologi media sosial saat ini sudah menjamur dan mengakar di

kehidupan sehari-hari serta telah mengubah gaya hidup bahkan pola pikir.⁵³

Menurut Larry dan Richard E. Potter Media sosial juga membawa perubahan drastis bagi perkembangan dewasa awal/generasi milenial terutama dalam kehidupan bermasyarakat. *Pertama*, kehadiran media sosial tanpa disadari ternyata membawa perubahan dalam hal kepercayaan (*beliefs*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*). Dalam hal kepercayaan (*beliefs*) media sosial mampu mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan iman dan kepercayaan mereka. Media sosial juga mampu merubah nilai-nilai (*values*) yang dianut masyarakat yang kemudian bergeser oleh kehadirannya. Sedangkan dalam sikap (*beliefs*), media sosial merubah cara masyarakat berkomunikasi.⁵⁴

5. Era Milenial dan Generasinya

Generasi milenial atau Generasi Y merupakan kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti sendiri menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan

⁵³ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial#Dampak diakses pada tanggal 06 November 2021 pukul 12.20 WIB.

⁵⁴ R Willya Achmad W et al., "Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0," *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 2, no. 2 (2020): 187, <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26241>. h.3.

pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.⁵⁵

Generasi milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi Baby Boomers. Milenial kadang-kadang disebut sebagai "*Echo Boomers*" karena adanya '*booming*' (peningkatan dalam skala besar), tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an. Untungnya di abad ke 20 *tren* menuju keluarga yang lebih kecil di negara-negara maju terus berkembang, sehingga dampak relatif dari "*baby boom echo*" yang umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca Perang Dunia II.⁵⁶

Melihat dari populasi milenial yang begitu besar ini, akhirnya menjadi problem bagi bidang dakwah pula. Apabila dakwah dilakukan dengan metode yang salah, seperti merujuk pada kekerasan (ekstrim/radikal), pemaksaan, atau melanggar nilai-nilai kemanusiaan maka kemuliaannya menjadi tidak berarti. Semakin lama juga akan berimbas pula pada generasi muda atau generasi milenial penerus bangsa yang lahir dalam rentang 25 tahun terakhir, karena tumbuh dan besar dalam dominasi budaya digital yang erat bersinggungan dengan penyebaran pola konsumsi dan gaya hidup serba instan.⁵⁷

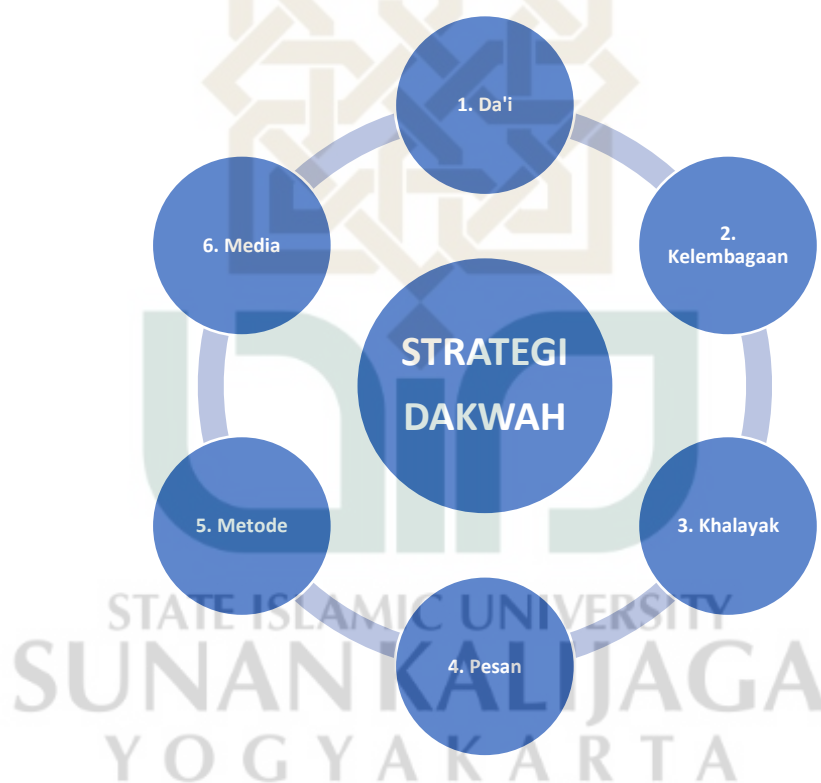
⁵⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial> diakses pada tanggal 23 Agustus 2021.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Usfityatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 (2017): 147–161.

Perilaku dan kebiasaan pada generasi milenial yang berusia 18-40 tahun itu mempunyai tingkat antusiasme terhadap penggunaan teknologi cukup tinggi, tetapi mempengaruhi terhadap sikap dan perilakunya.⁵⁸

Dalam penelitian mengenai strategi dakwah yang dilakukan Habib Husein Ja'far Al Hadar ini, peneliti membuat peta konsep yang dicetuskan oleh Prof. Anwar Arifin AndiPate⁵⁹ yang dapat dijabarkan sebagai berikut



Gambar 1.1 Bagan Strategi Dakwah Menurut Prof. Arifin AndiPate

:

⁵⁸ W et al., "Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0." h.2.

⁵⁹ AndiPate, *STRATEGI DAKWAH; Perspektif Ilmu Komunikasi*. h. 53.

1. Peranan Da'i dan *Muballigh* (komunikator)

Dalam sejarah Islam, Nabi Muhammad Saw adalah orang pertama dalam Islam yang mengajarkan dan menyebarkan Islam yang hingga kini sudah tersebar di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Beliau merupakan komunikator dalam Islam yang dipilih oleh Tuhan (Allah Swt) yang kemudian dilanjutkan dengan dakwah oleh para umat penerusnya (*da'i/muballigh*). Dalam bukunya, Prof Arifin kaitannya dengan strategi, menetapkan peranan *Da'i* dengan 2 hal, yakni kredibilitas (*al-amin*) dan keakraban. Kredibilitas ini dapat terkait dengan latar belakang pendidikan dan keakraban sendiri dapat dilihat dari sikap dalam bergaul dengan orang lain.

2. Memantapkan Kelembagaan

Lembaga yang dimaksud yaitu wadah kerjasama beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam dakwah, lembaga berarti organisasi yang menjalankan kegiatan dakwah. Lembaga dapat berupa instansi, tim maupun kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan bersama. Dalam kaitannya dengan dakwah digital ini sendiri, Habib Husein memiliki tim media yang memiliki tugas kerja masing-masing sesuai bidangnya.

3. Memahami Khalayak

Mengenai kajian dan analisis tentang khalayak (*Mad'u*) merupakan langkah awal di dalam merumuskan strategi dakwah. Untuk memahami khalayak (*Mad'u*) yang akan menjadi sasaran dakwah pada waktu dan

tempat tertentu secara tepat, haruslah dimulai dengan melakukan peninjauan atau observasi. Setelah dilakukan peninjauan, maka khalayak sebagai *Mad'u* tadi dapat diidentifikasi dari segi pengetahuan, sikap dan opini terhadap isi pesan yang akan disampaikan nantinya.

4. Merencanakan Pesan

Konten yang baik dan diminati oleh penonton setidaknya mengandung 4 (empat) unsur dalam teori media, yakni Aktual, Faktual, Menarik dan Ketokohan. Penelitian ini akan meneliti media digital yang digunakan Habib Husein dalam aktivitas dakwahnya di media digital. Peneliti akan memfokuskan pada konten di media sosial Habib Husein kaitannya dengan unsur-unsur di dalam konten media yang baik. Karena di dalam dakwah kekinian (dalam hal ini di media digital) dibutuhkan konten yang dapat menghibur sekaligus menginspirasi. Dengan kata lain, selain tontonan juga tetap mengandung tuntunan.⁶⁰

5. Menetapkan Metode

Setelah menentukan media, kemudian metode dakwah yang digunakan dalam aktivitas dakwah bagi kalangan milenial ini setidaknya meliputi 3 (tiga) hal. Adapun metodenya yakni *bil hikmah*, *bil mauidhah al hasanah* dan *Mujadalah al ahsan*. Metode *bil hikmah*, *Mauidhah al hasanah* dan *Mujadalah al ahsan* ini dipakai karena di dalam al-Qur'an sendiri sudah diperintahkan.⁶¹

⁶⁰ Ropingi el Ishaq, "Dakwah Di Tengah Industrialisasi Media," *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2013): 137–51, <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/18>.

⁶¹ QS. An Nahl : 125

Sedangkan *manhaj* persahabatan merupakan metode yang dipakai Rasulullah Saw. dalam menyampaikan agama kepada para sahabatnya. Metode atau *manhaj* ini dipakai lantaran sasaran dakwah Rasulullah Saw. juga merupakan sahabat dan perlu adanya suasana santai sebagaimana seorang sahabat satu sama lain. Hal ini sebagaimana komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh William C. Schutz (1958 dalam Ramaraju: 2012: 71), bahwa komunikasi dilandaskan oleh kebutuhan interpersonal.⁶² Sehingga kedekatan pun menjadi faktor penting.

6. Memilih Media

Di dalam berdakwah menggunakan media sosial, beberapa media sosial yang dapat digunakan sebagai media syi'ar Islam antara lain : Youtube, Instagram, Twitter, Facebook dan Tiktok. Media sosial tersebut dinilai sebagai media yang paling banyak digunakan oleh kalangan milenial, khususnya anak muda di Indonesia (*lihat kembali "Perkembangan Media Sosial" pada hal. 30*). Secara umum, peneliti akan menganalisis media-media yang dipakai oleh Habib Husein dalam aktivitas dakwahnya di dunia digital. Namun secara lebih khusus dan untuk memfokuskan penelitian ini, peneliti hanya akan menganalisis pada salah satu media yang dipakai Habib Husein Ja'far Al Hadar, yakni Kanal Youtube Jeda Nulis dan Noise. Dipilihnya dua kanal ini

⁶² Halimatus Sakdiah, "Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Perspektif Psikologi)," *Alhadharah* 15, no. 30 (2017): 1, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v15i30.1219>. h. 49.

karena lebih banyak konten dakwah dan berfokus kepada isu-isu keagamaan, bahkan lintas iman atau kepercayaan.

7. Evaluasi

Setelah melakukan berbagai proses dakwah, evaluasi dapat dilakukan dengan melihat seberapa jauh nilai efektifitas dan tanggapan bagi Jama'ah Virtual Habib Husein. Evaluasi dapat dilakukan dengan menganalisis hasil dakwah terhadap respon jama'ah virtualnya. Hal ini dapat dengan melihat komentar atau tanggapan di kolom komentar pada media sosial Habib Husein. Dengan demikian, evaluasi dapat dijadikan acuan untuk membuat konten dakwah yang lebih baik lagi ke depannya. Sehingga tujuan dari strategi dakwah dapat mencapai target yang ingin dicapai.

F. METODE PENELITIAN

Di dalam sebuah penelitian, sudah tentu ada metodenya. Termasuk pula penelitian ini. Adapun pada penelitian Strategi Dakwah Milenial Di Era Digital ; Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar ini peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian mengenai Dakwah Digital ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Guba, penelitian kualitatif atau *naturalistic inquiry* adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang

tersusun dari lisan atau perilaku yang dapat diamati.⁶³ Sedangkan menurut Kirk dan Miller mengartikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu di dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri serta berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasan dan peristilahannya.⁶⁴ Pada intinya, penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang secara garis besar membicarakan tentang permasalahan yang dinamis serta mencakup informasi tentang fenomena utama yang dieksplorasi dalam penelitian, partisipan penelitian dan lokasi penelitian.⁶⁵

Adapun alasan mengapa peneliti memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif ini adalah karena peneliti ingin mendeskripsikan tentang bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar ketika berdakwah melalui media digital. Dikarenakan peneliti mengamati mengenai perkembangan media sosial saat ini sedang *booming* bahkan hingga merambah ke dalam bidang keagamaan, sehingga peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai strategi seperti apa yang digunakan dalam penyampaian dakwahnya.

⁶³ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian ; Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, 1 ed. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012). h. 181.

⁶⁴ Suharsaputra.

⁶⁵ John W. Cresswell, *Research Design ; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014). h. 167.

Adapun subjek penelitiannya adalah Habib Husein Ja'far Al Hadar sendiri selaku penyampai da'wah di kanal youtube atau media digital. Subjek penelitian ini akan dianalisis berdasarkan video-video diskusinya dengan berbagai kalangan. Baik lintas usia, pemahaman agama, maupun lintas kepercayaan. Bahkan yang sama sekali tidak memiliki kepercayaan. Di sinilah sisi menarik yang ingin dicari. Sedangkan objek penelitiannya terletak pada strategi dakwah yang dipakai dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yang digali guna memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data adalah dengan teknik observasi atau pengamatan terhadap akun-akun yang terdapat muatan dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar serta berbagai sumber data yang ada di internet maupun literatur lainnya.

Adapun sumber data yang akan diambil oleh peneliti dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer didapatkan peneliti dari narasumber dan akun media sosial yang menghadirkan Habib Husein Ja'far Al Hadar, terutama dalam akun Youtube Jeda Nulis miliknya. Sedangkan sumber data sekundernya didapatkan dari data-data pada literatur, baik internet maupun buku dan jurnal.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data ini, lebih banyak mengumpulkan data berupa kata daripada angka. Sehingga studinya menghasilkan deskripsi cerita terperinci, analisis dan interpretasi fenomena.⁶⁶ Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif sendiri biasanya menggunakan teknik wawancara, observasi serta dokumentasi. Sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan teknik observasi dan dokumentasi.

a) Observasi

Pada teknik observasi, peneliti mengamati kanal youtube maupun media sosial yang memuat pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar, termasuk kanal Youtube Jeda Nulis yang dimilikinya. Selain itu pula, sudah banyak kanal youtube yang menayangkan mengenai dakwah beliau. Namun dari berbagai kanal yang ada tersebut, penulis akan memilih acak beberapa sampel yang sudah bisa menggambarkan mengenai dakwah Habib Ja'far Husein Al Hadar.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan hal penting dalam analisis konsep dan studi bersejarah.⁶⁷ Namun yang dimaksud dengan dokumentasi ini tidak selalu berhubungan dengan arsip-arsip kuno dan

⁶⁶ Suharsaputra, *Metode Penelitian ; Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. h. 208.

⁶⁷ Suharsaputra.

diletakkan di suatu tempat layaknya museum, namun lebih dari itu bisa berupa data yang tersebar di internet dan perpustakaan digital. Pada teknik dokumentasi sendiri, penulis menggunakan berbagai literatur yang ada di internet maupun buku-buku serta jurnal yang berkaitan dengan Habib Husein Ja'far Al Hadar dan dakwahnya. Sehingga data dari dokumentasi ini dapat melengkapi hasil pengamatan yang dilakukan penulis sebelumnya.

c) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden bisa berhadapan langsung (*face to face*) maupun tidak secara langsung melalui perangkat elektronik atau media sosial untuk mendapatkan informasi dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini sendiri menggunakan perangkat elektronik atau dari jarak jauh. Dikarenakan tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara secara tatap muka langsung, sehingga menggunakan perangkat elektronik atau daring (dalam jaringan). Meskipun begitu, tidak akan banyak mempengaruhi terhadap keabsahan data atau informasi yang diperoleh.

d) Teknik Analisis Data

Pada bagian analisis data ini, penulis menggunakan teknis analisis data Milles dan Huberman. Pada teknis analisis ini terdapat

tiga sub proses yang saling terkait satu sama lainnya. Ketiga sub proses ini meliputi reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.⁶⁸

Pada tahap pertama, yaitu tahap reduksi data, hasil yang sudah terkumpul dari lapangan atau observasi serta dokumentasi selanjutnya diproses pada tahap selanjutnya. Tahap ini berupa data *summary*, yaitu berupa ringkasan data yang relevan terhadap analisis lanjutan dengan merumuskan berdasarkan tema-tema yang telah dibuat dan penyajian cerita secara tertulis.

Proses kedua dari tahap analisis adalah *data display* atau penyajian data yang digunakan untuk mengkonstruksi informasi yang sudah didapatkan, yang nantinya memungkinkan untuk pengambilan kesimpulan. Hasil reduksi data dikaji sebagai dasar pemaknaan penelitian. *Data display* lebih terfokus meliputi ringkasan terstruktur dan sinopsis, deskripsi singkat, diagram, bagan atau tabel.

Tahap terakhir adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi yang melibatkan peneliti dalam proses interpretasi, penetapan makna dari data yang tersaji. Metode yang digunakan adalah dengan merumuskan pola dan tema, *clustering*, menindaklanjuti temuan-temuan dan cek silang hasil dengan sumber data yang ada.

⁶⁸ Denzin and Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, t.t. hlm. 592.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Adapun sistematika pembahasan dalam Tesis yang berjudul **Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial; Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar** adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan, yang merupakan bab acuan untuk memulai penelitian. Pada bab ini membahas mengenai gambaran penelitian yang dilakukan, mulai dari pokok permasalahan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Kerangka Berpikir, Metode Penelitian hingga Sistematika Pembahasan ini.

Bab II : Pada bab II ini menjelaskan mengenai profil Habib Husein Ja'far Al Hadar seperti latar belakang keluarga, pendidikan, pemikiran keagamaan, karirnya sebagai penulis dan pendakwah, kegiatan dan komunitas serta media sosial yang dimilikinya sebagai media untuk berdakwah.

Bab III : Membahas mengenai Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al Hadar. Pada bab ini membahas mengenai proses dakwah media baru (digital) serta mengenai dakwah ala Habib Husein Ja'far Al Hadar di media sosial.

BAB IV : Pada bagian ini membahas lebih jauh mengenai strategi dakwah yang dipakai oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam aktivitas dakwahnya di media digital atau media sosial. Pada bab ini laporan analisis data disajikan secara lengkap dan mendalam.

Bab V : Pada bab V ini adalah bab penutup. Pada bagian ini mencakup kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya. Selain itu juga terdapat saran yang dikemukakan oleh peneliti mengenai masukan-masukan terhadap perkembangan dakwah melalui dakwah digital.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi Dakwah Digital Habib Husein adalah sebagai berikut :

Pertama, Habib Husein sudah menerapkan strategi di dalam aktivitas dakwah digitalnya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai tayangan videonya, khususnya yang berkaitan dengan keagamaan. Strategi yang digunakan adalah dengan menerapkan metode yang terdapat di dalam QS. An Nahl ; 125 yakni *Bil hikmah, bil mauidhah al hasanah* dan *Mujadalah al ahsan*. Selain itu juga dengan menerapkan *manhaj* persahabatan sebagaimana yang diterapkan Rasulullah Muhammad Saw ketika menyampaikan ajaran Islam kepada para sahabatnya.

Kedua, di dalam aktivitas dakwahnya, Habib Husein menerapkan enam (6) tahapan yang dicetuskan oleh Prof. Arifin AndiPate yakni : Menyiapkan kompetensi *Da'i*, memantapkan kelembagaan (dalam hal ini dengan tim media yang membantunya), memahami khalayak (*Mad'u*), merencanakan pesan, menetapkan metode serta memilah dan memilih media yang digunakan.

Ketiga, adapun jika melihat acuan dari macam-macam dakwah menurut Al Bayaunni dalam buku M. Ali Aziz (Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-athifi*), Rasional (*al-manhaj al-aqli*), Indriawi (*al-manhaj al-hissi*), dakwah Habib Husein ini masuk dalam kategori Strategi Dakwah Sentimentil dan Rasional karena menekankan pada aspek hati/perasaan serta rasional/akal/logika.

2. Mengenai respon Jama'ah Virtual Habib Husein, dapat dilihat dari komentar-komentar pada media sosial maupun tayangan di berbagai tayangan kanal youtube lain, lebih banyak pada respon positifnya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa tayangan di lima (5) media sosialnya. Sementara ini, belum ditemukan respon yang negatif. Kecuali pada tayangan video youtube yang sengaja dibuat oleh kalangan yang tidak setuju dengan cara dakwah Habib Husein.

B. SARAN

Adapun saran peneliti terhadap aktivitas dakwah digital Habib Husein ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk para penyampai dakwah Islam (*da'i*), hendaknya untuk menerapkan strategi dakwah. Karena strategi merupakan senjata yang harus dipersiapkan untuk berjuang di jalan dakwah serta bertujuan untuk menegakkan kalimat Allah dengan cara yang santun, sejuk dan damai tanpa adanya paksaan atau kekerasan. Adapun untuk cara-cara

dakwah yang kaku dan tekstual hendaknya sudah mulai ditinggalkan dan mempertimbangkan untuk beralih kepada dakwah kontemporer atau memanfaatkan media digital. Selain itu pula dengan menggunakan dakwah aksi nyata, seperti kegiatan sosial dalam membantu masyarakat kurang mampu.

2. Untuk Habib Husein dan tim medianya, hendaknya lebih sering untuk mengevaluasi aktivitas pembuatan kontennya. Agar supaya lebih dapat berkembang lagi dan semakin diminati masyarakat luas, utamanya anak muda / milenial.
3. Untuk para peneliti, hendaknya lebih banyak melakukan penelitian-penelitian di lapangan. Karena hal itu dapat memberikan gambaran secara langsung bagaimana keadaan dakwah di masyarakat kita yang sangat heterogen dengan bermacam-macam perbedaan yang ada. Karena menyatukan perbedaan itulah dakwah yang sangat sulit dilakukan. Daripada memberikan tausiyah kepada orang-orang yang sudah satu keyakinan.

DAFTAR PUSTAKA

- al Ashfahani, Abi al-Qasim al-Husain Ibn Muhammad. *al-Mufradâtu fî Gharîbi al-Qur'âni*, Vol. 2. Mekkah: Maktabah Nizâr Mustafa al-Bâz, 2009.
- Aliyudin, Aliyudin. *Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran*. Jurnal Ilmu Dakwah 5, No. 16, 2014.
- AndiPate, Anwar Arifin. *STRATEGI DAKWAH; Perspektif Ilmu Komunikasi*. Makassar: Penerbit Khalifah Mediatama, 2015.
- Arifin, Prof. Dr. Anwar. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Astutik, Sri. *Kreatifitas dan Dakwah Islamiyah*. Jurnal Ilmu Dakwah. Vol. 3, 2000.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*. Surabaya : Kencana, 2015.
- Dkk, Ahmad Said Hasan Basri. *Dakwah Milenial; Dari Kajian Doktrinal Menuju Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2017.
- Fatoni, Uwes, and Enjang Tedi. *Dakwah Literasi Ustadz Giovani Van Rega: Analisis Imbauan Pesan Dakwah*. Jurnal Komunikasi Islam 7, No. 2, 2018.
- Fiardi, Muhammad Haris. *Dakwahtainment, Pendekatan Dakwah, Habib Husein Ja'far*. JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi 3, No. 2, 2021.
- Firman. *Digital, Ide Dan Variasi Konten Dakwah*, 2021.
- Gazalba, Sidi. *Modernitas dalam Persoalan : Bagaimana Sikap Islam?.* Jakarta : CV Bulan Bintang, 1973.
- Grant, August E & Meadows, Jennifer H. (eds.) *Communication Technology Update and Fundamental*. 12th Edition. Boston: Focal Press.
- Hadar, Husein Ja'far Al. *Apalagi Islam Itu Kalau Bukan Cinta?! I*. Tangerang Selatan: Yayasan Islam Cinta Indonesia, 2018.
- Hafidhuddin, Drs. K.H Didin. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

- Hamidi, Prof. Dr. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press, 2010.
- Hasanuddin, SH., *Hukum Dakwah* Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996.
- Ishaq, Ropongi el. *Dakwah Di Tengah Industrialisasi Media*. Jurnal Komunikasi Islam 3, no. 1 : 137–51. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/18>, 2013.
- Iswanto, Agus. *Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia*. Harmoni 17, no. 1 : 172–79, 2018.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 2010.
- Kristina, Ayu. *Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial : Studi Atas Praktik Dakwah Di Komunitas Omah Ngaji Surakarta*. Jurnal Kajian Islam Kontemporer 2, no. 1 : 10–23, 2020.
- Ma'luf, Lois. *Munjid fi al-Lugah wa A'lam* (Beirut: Dar Fikr.1986) h. 907, Ibnu Mandzur, Lisan al-Arab, Jilid VI (Beirut: Dar Fikr), 1990.
- Mahmuddin, *Aplikasi Dakwah Kontemporer di Bulukumba (Upaya Menangkal Radikalisme Agama)*. Jurnal al Ulum, Volume 16 No. 2 Desember 2016.
- Mandzur, Ibnu. *Lisânul Arab, Vol. 5*. Beirut: Dâr Ihyâ al-Turâts al-Arabi, 1999.
- Marfu'ah, Usfiyatul. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural." *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 : 147, 2018.
- Polak, Mayor. *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*, Jakarta : PT. Ichtiar Baru, 1979.
- Mohammad, Ahsin. *ISLAM ' Antara Timur Dan Barat (Terj. "Islam Between East and West" Aliya Izetbegovic)*. Bandung : Penerbit PUSTAKA, 1993.
- Mukarom, Dr. H. Zaenal. *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Nasrullah, Rulli. *Komunikasi Antarbudaya : di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat. *Ringkasan Eksekutif Program CONVEY Indonesia*. Tangerang Selatan: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM), 2018.

Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remadja Rosda Karya, 2012.

Ramdan, Irsyad. *Metode Dakwah Bi Al- Lisan Da'iyah Khoiriyah Dalam Membina Akhlak Remaja Di Kampung Mataram Kelurahan Putat Jaya Surabaya*, 2018.

Rosyidi, Imron. "KOMUNIKASI Dan DAKWAH : Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian Oleh Imron Rosyidi." *Jurnal Madania* 5 : 75–91, 2015.

Sakdiah, Halimatus. *Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Perspektif Psikologi)*. Alhadharah 15, no. 30, 2017.

Muthmainah, Siti. *Peran Dakwah Dalam Mengatasi Konflik-Konflik Sosial Masa Kini*, Jurnal Dakwah Tabligh, tt.

Sulitiyono, Agus. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.

Wardah, Nurul. *Personal Branding Habib Husein Ja'far Al Haddar Melalui Media Sosial Instagram*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6 (11), 951–952. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.

Wulandari, Iis Eka. *DAKWAH DALAM MEDIA BARU : Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah Di Yogyakarta*, 2020.

Zakariya, Abi Husain Ahmad Ibn Faris Ibn. *Mu'jam Maqâ'yîsu al-Lughati*, ditahqiq Abd Salam Muhammad Harun, Vol. 2 Beirut: Dâr al-Fikr, 1979.

Wawancara :

1. Wawancara dengan Habib Husein Ja'far Al Hadar *via Zoom Meeting* pada 06 Agustus 2021 pukul 12.00 WIB.
2. Wawancara dengan para anggota tim Jeda Nulis (Nurul Amalia, Mega Sonia dan Nurhandyansyah Yusuf) pada tanggal 22 dan 23 November 2021 pukul 15.00 WIB.

Youtube dan Internet :

<https://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/#more-6>

<http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>

Wikipedia. “Husein_Ja’far_Al-Hadar.
https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja’far_Al-Hadar, 2021.

https://www.youtube.com/watch?v=s0Ze_CX3TEc dalam Kanal Youtube Analisa Chanel NETIJIN !! Cobaan Dakwah Habib Husein Ja'far Lewat Digital | April 2021

<https://www.youtube.com/watch?v=pao0IQ4ufQ0> | Kata Habib Husein Ja'far, Nikah Gaboleh Modal Nafsu! | Kanal Youtube SEA Today News

Youtube Najwa Shihab | Bersama Habib Husein Ja’far, Dakwah di Antara Pemuda Tersesat | Shihab & Shihab

https://www.youtube.com/watch?v=LuNiT_7D23Q | Kanal Youtube Hasan Askari “PSIKOLOGI & AGAMA - Kuliah Tamu Eps. 1 - with Habib Husein Jafar”

https://www.youtube.com/watch?v=LuNiT_7D23Q | Kanal Youtube Hasan Askari “PSIKOLOGI & AGAMA - Kuliah Tamu Eps. 1 - with Habib Husein Jafar”

https://www.youtube.com/watch?v=LuNiT_7D23Q | Kanal Youtube Hasan Askari “PSIKOLOGI & AGAMA - Kuliah Tamu Eps. 1 - with Habib Husein Jafar”

<https://www.youtube.com/watch?v=tCiHMAjgy-0&t=9s> dalam Kanal Youtube Jeda Nulis dengan judul Ngobrol Bareng Presiden Negeri Jancukers

<https://www.youtube.com/watch?v=CdClGwKIrf4> dalam Tayangan Video Kanal Youtube MAIA ALELDUL TV | DARI MIRAS, TERIMA DUIT HASIL JUDI, CIUMAN SYAR’I, SAMPAI WUDHU TAPI KENTUT. HABIB HUSEIN JA’FAR-eps1

https://www.youtube.com/watch?v=EefRNu5G_gw&t=776s | #PrayFromHome

<https://www.youtube.com/watch?v=FzdVSYe988A&t=564s> | Toleran dalam Berdakwah & Dakwahkan Toleransi | Kanal Youtube Jeda Nulis

<https://www.youtube.com/watch?v=FzdVSYe988A&t=564s> | Toleran dalam Berdakwah & Dakwahkan Toleransi

<https://www.youtube.com/watch?v=mVpIcu28uoU> | Bagaimana Bersama Meski Tak Sama ala Saya & Coki? | Kanal Youtube Jeda Nulis

<https://www.youtube.com/watch?v=gu9jQH4OnjE> | Islam Jadi Asyik (feat: Coki Pardede)

<https://www.republika.co.id/berita/qpuq6u366/allah-mencintai-hamba-yang-mencintai-saudaranya>

https://teamdakwahkhalifah.blogspot.com/2013/06/metode-dakwah-bil-hikmah-dan-bil-hal_27.html

<https://www.youtube.com/watch?v=hGrIEQ7RiO0&t=668s> dalam Kanal Youtube NOICE

<https://www.youtube.com/watch?v=voLQsHkJCgk> | Kanal Youtube Jeda Nulis | Hukum & Sikap Kita Atas Ucapan Selamat Natal

<https://www.youtube.com/watch?v=GUR4Bfe-s4U> dalam Kanal Youtube Jeda Nulis berjudul Seberapa Fir'aunkah Kita?

<https://www.youtube.com/watch?v=c7c-vgZzjt8> | Jeda Nulis | Berakhlak pada yang Tak Berakhlak (Ft. Coki-Muslim)

<https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nahl-ayat-125/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Agama>

<https://www.republika.co.id/berita/qju95k430/enam-qaulan-kiat-sukses-komunikasi-islam>

<https://islamindonesia.id/berita/quraish-shihab-bila-seseorang-bukan-saudara-seagama-maka-dia-adalah-saudara-sekemanusiaan.htm>

<https://www.youtube.com/watch?v=cCrVOkpLuTg> (Wawancara Gita Wirjawan di Youtube dengan judul : Habib Husein Ja'far: Saleh Akal dan Sosial, Bukan Hanya Ritual | Endgame S2E27)

<https://www.youtube.com/watch?v=TIXcV9WAcsk> dalam tayangan Habib Husein Jafar VS Netizen | Podcast VS Netizen Eps 11 di Chanel NOICE

<https://www.youtube.com/watch?v=oNiArTPSvco&t=20s>

<https://www.youtube.com/watch?v=NmSiNqyPE5A> (Kanal Youtube NOICE dengan judul “Titik Temu Beragama dan Berbudaya | Berbeda Tapi Bersama (Habib Ja'far bareng Sujiwo Tejo)”

Hasyim Muzadi, *Mengapa Indonesia? Bukan Khilafah?*

<https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial#Dampak

<https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>

<https://www.kbbi.web.id/habib>

https://ganaislamika.com/melacak-asal-usul-habib-di-indonesia-1-siapakah-habib/#_ftn1

<https://id.wikipedia.org/wiki/Habib>

<https://www.youtube.com/watch?v=cCrVOkpLuTg> (Wawancara Gita Wirjawan di Youtube dengan judul : Habib Husein Ja'far: Saleh Akal dan Sosial, Bukan Hanya Ritual | Endgame S2E27)

<https://www.brilio.net/selebritis/akun-youtube-habib-husein-hadar-no-adsense-alasannya-bikin-salut-2108266.html>

<https://ibtimes.id/mengenal-jejak-dakwah-digital-habib-jafar/>

²⁰² diakses pada 25 Oktober 2021.

<https://www.merdeka.com/jabar/dikenal-sebagai-habib-milenial-ini-4-fakta-sosok-habib-husein-jafar-al-hadar.html?page=2> diakses pada 25 Oktober 2021 pukul 23.00 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=cCrVOkpLuTg> (Wawancara Gita Wirjawan di Youtube dengan judul : Habib Husein Ja'far: Saleh Akal dan Sosial, Bukan Hanya Ritual | Endgame S2E27)

https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja%27far_Al_Hadar

Habib Husein pada diskusi 'Cinta Manusia dan Semesta dalam Ajaran Tasawuf' dalam <https://www.nu.or.id/post/read/131462/habib-jafar-uraikan-hal-yang-cenderung-dikesampingkan-kelompok-hijrah>

<https://www.islamcinta.co/tentang-gic>

<https://kitabisa.com/campaign/celenganpemudatersesat>

<https://isubogor.pikiran-rakyat.com/gaduh/pr-452316305/husein-jafar-al-hadar-aktor-celengan-para-pemuda-tersesat-solidaritas-bantu-sesama>

https://twitter.com/Husen_Jafar

<https://www.youtube.com/watch?v=ng9aTdbMzmA>

<https://jogja.suara.com/read/2021/08/27/100118/tak-aktifkan-adsense-youtube-meski-subscribers-banyak-ternyata-ini-alasan-habib-husein>

<https://www.brilio.net/selebritis/akun-youtube-habib-husein-hadar-no-adsense-alasannya-bikin-salut-2108266.html>

²⁰² Wikipedia, "Husein_Ja'far_Al-Hadar," 2021, https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja'far_Al-Hadar.

<https://childrenfirstinternational.org/apa-itu-tiktok/>

<https://www.penemu.co/penemu-mesin-cetak-johannes-gutenberg/>

<https://www.nu.or.id/post/read/87501/dakwah-bil-medsos>

<https://iain-surakarta.ac.id/dakwah-digital-untuk-generasi-milenial-studi-atas-praktik-dakwah-di-komunitas-omah-ngaji-surakarta/>

<https://regional.kompas.com/read/2017/12/04/05592591/mbah-maimun-zaman-now-kiai-muda-harus-melek-teknologi?page=all>

