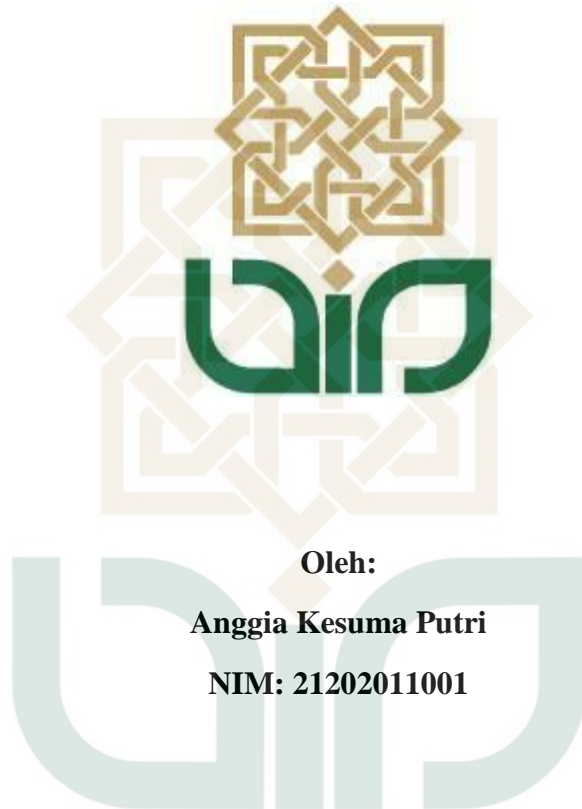


**Strategi Dakwah Humanis:
Studi Kasus Platform *Twitter* Husein Ja'far**



Oleh:

Anggia Kesuma Putri

NIM: 21202011001

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggia Kesuma Putri
NIM : 21202011001
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, 19 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Anggia Kesuma Putri
NIM: 21202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggia Kesuma Putri
NIM : 21202011001
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, 19 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Anggia Kesuma Putri
NIM: 21202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

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

Assalammu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Strategi Dakwah Humanis:
Studi Kasus Platform *Twitter* Husein Ja'far

Oleh

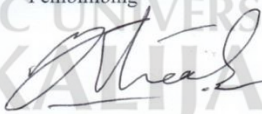
Nama : Anggia Kesuma Putri
NIM : 21202011001
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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.

Wassalammu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 19 Juni 2023
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D.



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-1196/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Dakwah Humanis: Studi Kasus Platform Twitter Husein Ja'far.

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANGGIA KESUMA PUTRI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202011001
Telah diujikan pada : Kamis, 06 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

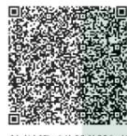
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 64c710b3151b5



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

Valid ID: 64b53d1256c46



Penguji III
Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 64c8a6d621374



Yogyakarta, 06 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64c8bdc02d7e8

ABSTRAK

Anggia Kesuma Putri NIM.21202011001 Judul Strategi Dakwah Humanis: Studi Kasus Platform Twitter Husein Ja'far. Tesis ini diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan perkembangan zaman yang sangat pesat, banyak pendakwah yang menggunakan atau memodifikasi cara berdakwah melalui media sosial, seperti *Twitter*. Salah satunya adalah Husein Ja'far yang masyhur dikenal sebagai pemimpin para pemuda tersesat. Tesis ini membahas tentang strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter* dan serta respon yang diberikan oleh audiens *Twitter* terhadap dakwah humanis yang dibagikannya di platform tersebut.

Penelitian berikut berjenis kualitatif melalui pendekatan analisis sosial. Adapun sumber penelitiannya ini diperoleh dari unggahan dakwah humanis Husein Ja'far di *Twitter* serta dari artikel, buku, dan referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pertama, strategi dakwah humanis yang digunakan Husein Ja'far pada platform *Twitter* adalah strategi dakwah sentimental dan rasional yang mengandung unsur dakwah humanis yaitu keadilan, perdamaian, tenggang rasa dan kepedulian. Serta terdapat tiga bentuk respon yang didapat dari dakwahnya, yaitu respon positif, negatif dan interogatif.

Kata Kunci: Strategi, Dakwah Humanis, Husein Ja'far, Twitter

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Anggia Kesuma Putri NIM.21202011001 Title Humanist Da'wah Strategy: A Case Study of Husein Ja'far's Twitter Platform. This thesis was submitted to the Islamic Broadcasting Communication Masters Study Program, Faculty of Dakwah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta.

With the rapid development of the times, many preachers use or modify the way of preaching through social media, such as Twitter. One of them is Husein Ja'far who is famously known as the leader of lost youths. This thesis discusses Husein Ja'far's humanist preaching strategy on the Twitter platform and the response given by the Twitter audience to the humanist preaching he shares on the platform.

This research is a qualitative type through a social analysis approach. The source of this research was obtained from Husein Ja'far's humanist preaching uploads on Twitter as well as from articles, books, and other references related to this research.

The results of this study show that first, the humanist dakwah strategy used by Husein Ja'far on the Twitter platform is a sentimental and rational dakwah strategy that contains elements of humanist da'wah namely justice, peace, tolerance and concern. As well as there are three forms of response obtained from his dakwah, namely positive, negative and interrogative responses.

Keywords: *Strategy, Humanist Da'wah, Husein Ja'far, Twitter*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

In lam takun 'alayya ghdhobun, fa laa ubalii



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat, kekuatan serta segala energi positif sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya. Tesis yang sederhana ini saya persembahkan untuk orang paling berjasa dalam hidup saya, yaitu orang tua saya Bapak Agus Rumato dan Ibu Mariatul Kiptiah. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan untuk saya merantau jauh dari keluarga, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tiada hentinya diberikan kepada anak pertamanya. Dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga dan merahmati bapak dan mama.

Kemudian tesis ini juga saya persembahkan untuk diri saya sendiri, yang mana telah berjuang sampai pada titik ini dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu, tak lepas semua ini karena dukungan dan motivasi dari orang tua dan saudara.

Untuk Bapak Lathiful Khuluq, terima kasih sudah membimbing dan mengarahkan saya ketika kebingungan dalam menyelesaikan tesis ini. Terima kasih atas arahan dan motivasinya saat membimbing saya. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan merahmati Bapak.

Untuk Bapak Hamdan Daulay dan Bapak Khadiq, terima kasih telah menjadi penguji pada sidang munaqasyah dan membimbing saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Sukses dan sehat selalu untuk Bapak.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan sekalian alam, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. beserta seluruh keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Alhamdulillah dengan limpahan rahmat dan taufik-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis ini untuk dijadikan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Sosial pada Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

Ketika proses penulisan tesis yang berjudul Strategi Dakwah Humanis: Studi Kasus Platform Twitter Husein Ja'far, peneliti sangat banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan dalam bentuk pikiran, motivasi, semangat, bimbingan maupun yang lainnya. Karenanya, sudah seharusnya peneliti menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya serta ucapan terimakasih yang tiada tara kepada yang terhormat :

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 kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam serta memberikan arahan dan motivasi kepada peneliti.
4. Drs. Lathiful Khuluq, MA., BSW., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah membimbing peneliti dengan sabar dan memberikan arahan serta motivasi demi kemajuan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Para Dosen Prodi Magister Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua peneliti yang luar biasa, Bapak Agus Rumato dan Ibu Mariatul Kiptiah yang tidak pernah putus melimpahkan doa serta memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti. Tak lupa dua adik peneliti yaitu Natasya Yasmin, dan Adinda Puteri Yasmin yang selalu memberikan semangat dan hiburan untuk peneliti selama ini.
7. Mahasiswa Magister KPI dengan NIM 21202012001 yang telah memberikan *pecutan* semangat dan menemani peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Teman-teman Magister KPI angkatan 2021 yang bersedia untuk diajak berdiskusi tentang materi perkuliahan dan permasalahan penyelesaian tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, kecuali Allah SWT. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan di dalamnya, sehingga peneliti mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya-karya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat.

Yogyakarta, 19 Juni 2023
Saya yang menyatakan,

Anggia Kesuma Putri
NIM: 21202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN BEBAS DARI PLAGIASI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	12
F. Metode Penelitian.....	32
BAB II : BIOGRAFI HUSEIN JA'FAR AL-HADAR	
A. Latar Belakang Pendidikan	38
B. Latar Belakang Keluarga.....	39
C. Pencapaian Husein Ja'far Al-Hadar	40
D. Perjalanan Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar	45
E. Ideologi Husein Ja'far Al-Hadar	53
BAB III: STRATEGI DAKWAH HUMANIS HUSEIN JA'FAR AL-HADAR	
A. Strategi Dakwah Husein Ja'far	55
1. Strategi Dakwah Bayanuni Husein Ja'far Al-Hadar pada platform <i>Twitter</i>	55
2. Cinta sebagai Ciri Khas Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar	88
B. Respon Audiens	142
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	156
B. Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA	161



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beriringan dengan perubahan dan pertumbuhan zaman, dakwah juga mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Tidak dipungkiri bahwa zaman yang serba modern membawa dampak positif untuk pergerakan dakwah, yang mana sekarang dakwah dapat dilakukan melalui media yang membuatnya menjadi lebih efisien. Salah satu produk dari kemodernan zaman yang mempermudah aktivitas dakwah adalah internet.

Media massa modern di kalangan masyarakat saat ini salah satunya adalah internet. Jutaan bahkan milyaran orang di seluruh dunia telah memanfaatkan internet. Pada masa kini, internet telah menjadi elemen integral dalam kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan. Jika dikelola dengan baik, internet memiliki potensi yang luar biasa dalam mendukung tercapainya tujuan dakwah. Dakwah pada saat ini tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi dengan kemajuan teknologi internet, dakwah dapat dilakukan di mana saja dan di tonton oleh siapa saja selama terhubung ke internet.

Demikian juga dengan dakwah, sebagai bentuk komunikasi keagamaan, telah berhadapan dengan perkembangan teknologi yang semakin kompleks. Untuk itu, dakwah perlu beradaptasi dengan kemajuan tersebut. Artinya, dakwah perlu disesuaikan dengan media komunikasi yang

relevan dengan situasi yang dihadapi.¹ Salah satu jenis media komunikasi yang dapat digunakan adalah media komunikasi visual. Media komunikasi visual merujuk pada media yang mengandalkan indra penglihatan dalam menyampaikan pesan. Ada berbagai *platform* media baru yang dapat digunakan sebagai media dakwah, seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Telegram*, dan sebagainya.

Salah satu *platform* yang terkenal adalah *Twitter*, sebuah layanan jejaring sosial dan microblogging yang gratis, yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan dalam batasan 280 karakter. *Twitter* dapat diakses melalui internet dengan kecepatan rendah karena mayoritas pesan yang dikirimkan berupa teks dengan kapasitas yang kecil dan terbatas. Media baru seperti *Twitter* memainkan peran penting dalam era diplomasi yang baru, di mana kecerdasan dan dialog menjadi fokus utama dalam mencapai tujuan yang diinginkan. *Twitter* tidak hanya bermanfaat dalam bidang politik dan sosial, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah untuk mengajak orang kepada kebaikan. Bahkan media massa tradisional pun mulai memperhatikan *Twitter* untuk meningkatkan keterikatan pembaca. Dalam hal ini, penerbit surat kabar perlu menciptakan identitas *Twitter* yang khas, dan kemudian dapat

¹ Bahri Gazali, *Dakwah Komunikatif* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, n.d.), 33.

menampilkan cuplikan berita singkat melalui *Twitter* serta menyertakan tautan yang mengarah ke artikel lengkap dari cuplikan berita tersebut.²

Platform media sosial yang paling populer dikalangan masyarakat Indonesia salah satunya adalah. Menurut laporan dari Statista, pada bulan Januari 2022, tercatat ada sekitar 18,45 juta pengguna aplikasi *Twitter* di Indonesia. Jumlah pengguna yang signifikan ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna *Twitter* terbanyak di peringkat kelima di dunia.³ Kemudahan penggunaan dan banyaknya pengguna *Twitter* membuat banyak para aktivis dakwah yang menggunakannya untuk menyampaikan dakwah. Banyak juru dakwah yang menggunakan *Twitter* sebagai media dakwah diantaranya: @ArahBatin, @JejakTasawuf, @TeladanRasul, @OneDayOneJuz, @Tausyiahku, @IslamDiaries. Tidak ketinggalan pula para tokoh agama yang juga menggunakan *Twitter* sebagai media dakwah, seperti Ustadz Yusuf Mansur (@Yusuf_Mansyur), Ustadz Felix Siauw (@felixsiauw), Ustadz Abdullah Gymnastiar (@aagym) dan masih banyak yang lainnya.

Hal serupa juga dilakukan oleh habib kondang yang sedang naik daun di sosial media yaitu Husein Ja'far Al-Hadar yang menjadikan akun

² Novina Putri Bestari, "Pengguna Twitter Bisa Ngetweet Lebih Dari 280 Karakter?," CNBC Indonesia, accessed March 6, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220204151456-37-312947/pengguna-twitter-bisa-ngetweet-lebih-dari-280-karakter>.

³ Cindy Mutia Annur, "Pengguna Twitter Indonesia Masuk Daftar Terbanyak Di Dunia, Urutan Berapa?," *Databoks.Com*, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>.

*Twitter*nya @Husen_Jafar sebagai media dakwah. Pada mulanya, Husein Ja'far memulai dakwahnya melalui dunia literatur. Karya tulisannya sering kali dipublikasikan di media nasional Indonesia. Awalnya, fokusnya adalah berdakwah menggunakan buku. Namun, dengan perkembangan media lebih banyak konten negatif dibandingkan konten positif, Husein Ja'far memiliki inisiatif untuk menyampaikan dakwahnya pada media sosial dengan konsep yang berbeda dengan yang lain.

Selain aktif mengisi kajian-kajian untuk kalangan anak muda, dalam beberapa tahun terakhir, Husein Ja'far juga sering terlihat di linimasa platform-platform seperti *Youtube*, *Instagram*, dan *Twitter*. Di *Twitter*, ia memiliki akun dengan nama pengguna @Husen_Jafar, yang berisi cuitan-cuitan seputar keislaman dan membahas berbagai masalah yang sering terjadi dalam masyarakat. Saat ini, akun *Twitter* @Husen_Jafar telah memiliki 713 ribu pengikut dan telah mengirimkan sekitar 37 ribu cuitan.

Husein Ja'far memiliki pengikut yang cukup banyak dan juga aktif berkomentar dalam setiap postingannya, hal ini disebabkan oleh dakwahnya yang mudah diterima oleh pengikut *Twitter* itu sendiri karena Husein Ja'far Al-Hadar memiliki cara yang berbeda dalam berdakwah dengan juru dakwah lainnya. Di setiap cuitannya, Husein Ja'far Al-Hadar seringkali memberi kesempatan pertanyaan umum untuk para *followers* di *Twitter*, berasal dari pertanyaan itulah para pengikutnya merasa tertarik ketika mengikuti dakwah habib kondang ini. Sering kali pengikutnya

memberikan pertanyaan yang *nyeleneh* dan justru itulah yang juga menjadi daya tariknya, mereka dapat bertanya apa saja kepada Husein Ja'far Al-Hadar dalam kolom komentar, yang mungkin pertanyaan tersebut tidak dapat ditanyakan kepada juru dakwah lainnya karena mungkin dianggap tidak etis untuk ditanyakan.

“Islam agama yang ramah disampaikan bukan dengan amarah.” Demikianlah yang pernah disampaikan Husein Ja'far Al-Hadar di media sosialnya. Dalam cuitan-cuitannya di Twitter, Husein Ja'far menyampaikan pandangannya bahwa semua aspek Islam, termasuk aqidah, syariat, muamalah, dan lain sebagainya, memiliki dasar-dasar cinta di dalamnya. Seperti yang disebutkan dalam sabda Nabi, "Cinta adalah asasku". Oleh karena itu, menjadi mustahil bagi seseorang untuk menjadi seorang muslim sejati tanpa memiliki cinta yang meliputi segala aspek keberagamaannya, baik itu pada awal, di tengah, maupun di akhir perjalanan keislamannya. Dengan kata lain dakwah yang dilakukan adalah dakwah yang bernuansa humanis, mengedepankan perdamaian, kesetaraan dan kasih sayang.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam tentang strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*, hal ini dikarenakan dakwah Husein Ja'far sangat cocok untuk anak muda yang ingin lebih mengenal agama islam

dengan bahasa yang ringan yang dijadikan dasar dalam ilmu keislaman.⁴ Dan dakwah yang dilakukan oleh Husein Ja'far ini tidak hanya berjalan satu arah namun di inovasi dengan adanya candaan dan juga diskusi tanya jawab dakwah tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*?
2. Bagaimana respons audiens terhadap dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisa strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*.
- b. Untuk menganalisa respon audiens terhadap dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*.

2. Kegunaan Penelitian

Harapannya penelitian ini mampu memberikan manfaat dan kegunaan di dunia penelitian maupun pendidikan baik secara teoritis

⁴Edi Wahyono, "Dakwah Digital Sang Habib Muda," DetikX, 2019, <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20190601/Dakwah-Digital-Sang-Habib-Muda/>.

maupun praktis. Adapun untuk penjelasan dan pembahasan dari keduanya sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan literatur ilmu pengetahuan khususnya pada bidang dakwah dan komunikasi serta dapat mengetahui strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*.

b. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengimplementasikan dakwah yang telah disampaikan oleh Husein Ja'far.

D. Kajian Pustaka

Penulis telah melakukan pencarian referensi yang dipublikasi oleh peneliti sebelumnya baik yang berhubungan dengan Strategi Dakwah, Dakwah Humanis maupun Dakwah kepada Generasi Milenial di Era Media Baru dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan, persamaan, serta riset yang penulis lakukan dapat dikenal pembaruan dan layak untuk diteliti. Adapun beberapa bagian yang dapat dijadikan acuan pada penulisan Tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Diskursus Strategi Dakwah

Berdasarkan pencarian penulis dengan penelitian diskursus strategi dakwah diambil beberapa penelitian dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Penelitian pertama adalah Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat yang berjudul **“Model Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer”** yang ditulis oleh Sofyan Hadi. Penelitian ini memiliki fokus pada strategi manajemen yang terkait dengan dakwah. Meskipun memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu membahas tentang strategi dakwah, namun perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berbeda.⁵ Sofyan Hadi melakukan penelitian tentang model manajemen strategi dakwah dan peneliti melakukan penelitian tentang strategi dakwah pada media *Twitter*.

Penelitian yang kedua adalah Jurnal Ilmu Dakwah dengan judul **“Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat”** oleh Mubasyaroh.⁶ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang strategi dakwah dengan metode *library research*. Sedangkan

⁵ Sofyan Hadi, “Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer,” *Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer* 17 No. 2 (2019): 10, <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/8/8>.

⁶ Mubasyaroh Mubasyaroh, “Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–24, <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>.

perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya. Mubasyaroh melakukan penelitian tentang strategi dakwah persuasif sedangkan peneliti melakukan penelitian tentang strategi dakwah pada media sosial *Twitter*.

Penelitian ketiga adalah Jurnal Manajemen Dakwah oleh Siska Novra Elvina, Randi Saputra, dan Wanda Fitri dengan judul **“Strategi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar Terhadap Generasi Z di Indonesia.”**⁷ Penelitian yang ditulis oleh Siska Novra Elvina, Randi Saputra, dan Wanda Fitri membahas tentang strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Husein Ja’far al-Hadar dalam menyampaikan dakwahnya di tengah masyarakat khususnya generasi Z. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Siska Novra Elvina, Randi Saputra, dan Wanda Fitri adalah sama-sama membahas tentang strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Husein Ja’far al-Hadar namun berbeda dalam platform yang digunakan.

2. Penelitian Diskursus Dakwah Humanis

Berdasarkan pencarian penulis dengan penelitian diskursus Dakwah di Era Media Baru diambil beberapa penelitian dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Penelitian yang pertama yaitu Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan dengan judul **“Dakwah Humanis dalam Lintasan Sejarah”** oleh M. Yakub. Fokus penelitian ini adalah membahas tentang dakwah

⁷ Siska Novra Elvina, Randi Saputra, and Wanda Fitri, “Strategi Dakwah Husein Ja’ Far Al Hadar Terhadap Generasi Z Di Indonesia,” *Al Imam Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 13–24.

humanis yang dilakukan pada zaman rasul, zaman khulafaurrasyidin, dinasti umawiyah, dan dinasti abbasiyah. Penelitian ini sama-sama berfokus pada dakwah humanis, namun berbeda pada objek penelitian yang dikaji.⁸

Penelitian yang kedua yaitu Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam berjudul **“Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai *Islam Rahmatan Lil Alamin*”** oleh Muhamad Basyrul Muvid. Penelitian ini berfokus untuk membahas model dakwah humanis sebagai alternatif model dakwah yang bisa mengimbangi dakwah ekstrim pada era digitalisasi. Figur yang dijadikan acuan oleh Muhamad Basyrul Muvid adalah Gus Baha, Gus Miftah dan Gus Muwafiq. Penelitian ini sama-sama berfokus pada dakwah humanis, namun berbeda pada objek penelitian yang dikaji.⁹

3. Penelitian Diskursus Dakwah di Era Media Baru

Berdasarkan pencarian penulis dengan penelitian diskursus Dakwah di Era Media Baru diambil beberapa penelitian dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Penelitian yang pertama yaitu Jurnal Dakwah dengan judul **“Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)** oleh Athik

⁸ M Yakub, “Dakwah Humanis Dalam Lintasan Sejarah Islam Keywords : Humanist Da ’ Wah , Islamic History,” *Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2021): 14–39.

⁹ Muhamad Basyrul Muvid, “Model Dakwah Berbasis Humanis Di Era Digital : Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin” 7, no. 1 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>.

Hidayatul Ummah.¹⁰ Fokus penelitian ini adalah mencari bagaimana strategi komunitas virtual AIS Nusantara melakukan gerakan dakwah digital dalam membangun narasi Islam. Penelitian ini sama-sama berfokus pada strategi dakwah, namun berbeda pada objek penelitiannya. Athik Hidayatul Ummah menjadikan komunitas virtual AIS Nusantara sebagai objek penelitian, sedangkan objek dari penelitian ini adalah akun *Twitter* @Husen_Ja'far beserta respon yang ada pada cuitan akun tersebut.

Penelitian yang kedua yaitu Jurnal Dakwah oleh Akhmad Roja Badrus Zaman dengan judul **“Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husen Ja’far Al-Hadar di Youtube: Ekspresi Kesalehan dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan di Era Kontemporer.”**¹¹ Penelitian yang ditulis oleh Akhmad Roja Badrus Zaman ini mengkaji tentang aktivitas dakwah Habib Husein Ja’far dalam platform media sosial Youtube. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Akhmad Roja Badrus Zaman ini adalah sama-sama mengkaji tentang dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Ja’far namun berbeda pada platform yang digunakan serta berbeda pada fokus penelitiannya.

¹⁰ Athik Hidayatul Ummah, “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara),” *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.

¹¹ Akhmad Roja Badrus Zaman, “Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer,” *Proceedings of International Conference on Islamic Studies*, 2017, 350–57.

Kajian Pustaka

No	Diskursus	Nama Penulis/ Tahun	Kategori	Judul
1	Strategi Dakwah	Sofyan Hadi/ 2019	Jurnal	Model Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer
		Mubasyaroh/ 2017	Jurnal	Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat
		Elvina, Randi Saputra, dan Wanda Fitri/ 2022	Jurnal	Strategi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Terhadap Generasi Z di Indonesia
2	Dakwah Humanis	M. Yakub/ 2021	Jurnal	Dakwah Humanis dalam Lintasan Sejarah
		Muhamad Basyrul Muvid/ 2023	Jurnal	Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai <i>Islam Rahmatan Lil Alamin</i>
2	Dakwah di Era Media Baru	Athik Hidayatul Ummah/ 2020	Jurnal	Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)
		Akhmad Roja Badrus Zaman/ 2022	Jurnal	"Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husen Ja'far Al-Hadar di Youtube: Ekspresi Kesalehan dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan di Era Kontemporer

E. Kerangka Teori

1. Teori Strategi Dakwah Bayanuni

Strategi dakwah menurut Al-Bayanuni adalah aturan (tata cara) dakwah dan langkah-langkahnya yang telah digariskan. Karena itu strategi dakwah dapat dikatakan aturan akidah dalam Islam, aturan ibadah, aturan ekonomi dan sebagainya.¹²

¹² Syekh Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuniy, *Ilmu Dakwah Prinsip Dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran Dan As-Sunnah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), 247.

Strategi dakwah Al-Bayanuni terkenal ada tiga jenisnya, yang pertama *Athifiy* (Perasaan) atau Sentimentil, *Aqliy* (logis) atau rasional, dan yang terakhir terdapat *Hissiy* (indera/eksperimen) atau inderawi. Namun yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua jenis yaitu *Athifiy* (Perasaan) atau Sentimentil, *Aqliy* (logis) atau rasional karena dua jenis tersebut yang relevan digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah penjabaran atau penjelasan mengenai *Athifiy* (Perasaan) atau Sentimentil, *Aqliy* (logis) atau rasional:

a. *Athifiy*/ Sentimentil (Perasaan):

Strategi ini memiliki dua definisi, yaitu:¹³

- 1) Aturan dakwah yang berpusat (terperancang) pada hati serta menggerakkan perasaan dan insting.
- 2) Kumpulan berbagai cara dakwah yang terfokus pada hati serta menggerakkan perasaan dan instink. Metode ini merupakan metode yang memfokuskan kepada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin dari mitra dakwah. Metode ini biasa digunakan dengan memberi nasihat yang mengesankan, mengingatkan, memanggil dengan kelembutan atau memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap mitra dakwahnya.

Berikut beberapa strategi *Athifiy* (Sentimentil) yang jelas adalah:¹⁴

¹³ Al-Bayanuniy, 258.

- 1) Nasihat yang baik dengan berbagai bentuknya:
 - a) Ceramah atau khutbah.
 - b) Peringatan dengan nikmat Allah SWT atas hambaNya yang harus disyukurinya.
 - c) Pujian da'i terhadap mad'u atau celaannya, yaitu dengan menyebutkan keistimewaan dan kelebihanannya atau menyebutkan aib dan kekeliruannya.
 - d) Targhib dan Tarhib (anjuran dan ancaman), penyebutan pahala dan siksa.
 - e) Janji dengan pertolongan dan ketentraman.
 - f) Menceritakan kisah dari hati ke hati yang menyentuh perasaan (berkesan).
- 2) Menampakan rasa santun dan kasih sayang terhadap mad'u (orang yang diseru), yakni dengan perkataan yang baik dan menyentuh seperti memanggil dengan kata "hai anaku..., hai bani... hai saudara..., dan sebagainya.
- 3) Memenuhi kebutuhan, mendahulukan pertolongan dan meyakinkan pelayanan.

¹⁴ Al-Bayanuniy, 258.

Tempat penggunaan strategi *Athifi* berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan tempat yang sesuai. Berikut adalah beberapa tempat yang pantas:¹⁵

- 1) Dalam kondisi dakwah terhadap orang-orang bodoh, karena mereka membutuhkan kasih sayang dan perhatian serta mengajarkan harus dengan cara yang menyenangkan dan memberikan ilmu yang menjanjikan kebaikan yang besar.
- 2) Dalam kondisi dakwah terhadap orang yang tidak diketahui kondisinya dan tidak dikenal tingkatan imannya, kuat atau lemah. Dalam kondisi ini seorang da'i harus dapat mengetahui sampai dimana kebutuhannya terhadap ajaran islam dan harus memilihkan cara yang cocok dalam mendakwahnya.
- 3) Dalam berdakwah pemilik hati yang lemah seperti anak-anak, wanita, anak yatim, fakir miskin, orang yang terkena musibah, orang yang sakit dan sebagainya.
- 4) Dalam dakwah seorang bapak terhadap anak, dakwah seorang anak kepada bapak, dakwah kepada kerabat dekat maupun jauh atau sahabat satu sama lain.

¹⁵ Al-Bayanuniy, 260.

5) Ditempat dimana kondisi dakwah lemah dan terjadi kekerasan terhadap mad'u. para da'i dakwahnya menggerakkan perasaan orang-orang yang menentang dakwah dan mencondongkan hati mereka untuk menerima dakwah sehingga mereka dapat meringankan kekerasan dan serangannya dengan menyambut dan menerima dakwah tersebut.

Keistimewaan menggunakan strategi *Athifi* (Sentimentil) adalah:¹⁶

- 1) Penyampaian yang lembut, dan contoh-contoh baik yang berpengaruh serta memotivasi.
- 2) Cepat berpengaruh terhadap yang didakwah, orang yang didakwah dapat menyambut dengan baik terhadap pendakwah.
- 3) Meminimalisir permusuhan dan perbedaan.
- 4) Cepat merubah dari pengaruh yang kurang baik ke keadaan yang maslahat.
- 5) Penggunaan daerah lebih unggul dalam penyampaiannya.

b. *Aqli*/ Rasional

Strategi *Aqli* atau rasional ini memiliki dua definisi, yaitu:¹⁷

- 1) Aturan dakwah yang terfokus pada akal dan menyeru untuk merenung, berpikir, dan I'tibar (mengambil pelajaran).

¹⁶ Al-Bayanuniy, 261.

¹⁷ Al-Bayanuniy, 262.

- 2) Kumpulan cara dakwah yang terfokus pada akal serta menyeru kepada berpikir, merenung dan mengambil pelajaran.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi *Aqli* adalah pendekatan yang menggunakan hukum logika, diskusi atau presentasi, contoh-contoh, dan bukti sejarah sebagai alat untuk berpikir, merenung, dan mengambil pelajaran.

Berikut beberapa cara strategi *Aqli* atau rasional:¹⁸

- 1) Tuntutan hukum secara akal serta *qiyas* (analogi).
- 2) *Jadal*, debat dan diskusi.
- 3) Menggunakan perumpamaan baik secara gamblang maupun samar-samar.
- 4) Kisah ini kebanyakan menggunakan metode akal untuk mengambil pelajaran.

Terdapat beberapa waktu penggunaan strategi *Aqli* atau rasional, yaitu:¹⁹

- 1) Digunakan ketika mad'u berada dalam keadaan ingkar secara dzohir.
- 2) Terhadap orang-orang yang melampaui pemikirannya atau rasionalitasnya akan cepat paham jika menggunakan metode ini.

¹⁸ Al-Bayanuniy, 268.

¹⁹ Al-Bayanuniy, 269.

- 3) Terhadap orang-orang yang suci pemikirannya atau jauh dari fanatisme atau tidak fanatic terhadap pendapat mereka.
- 4) Terhadap orang-orang yang bersih dari pengaruh syubhat dan orang-orang yang tunduk untuk tidak melakukan kebatilan, maka harus menggunakan strategi rasional.

Berikut keistimewaan yang akan didapatkan ketika menggunakan strategi *Aqli* atau rasional, yaitu:²⁰

- 1) Bersandar terhadap rasionalitas atau ilmu-ilmu kalam.
- 2) Mudah merubah cara berpikir atau berpandangan orang dengan cara rasional.
- 3) Membungkam orang-orang dengan masuk akal.
- 4) Cakupannya lebih sempit karena berbeda dari satu kaum dengan yang lain (jika metode ini digunakan pada orang yang cocok dan juga tempat yang cocok).

2. Dakwah Humanis

a. Definisi Dakwah Humanis

Agama Islam adalah wajah dari agama yang humanis.²¹

Kata humanis dicetuskan pertama kali dalam bahasa Jerman

Humanismus atau istilah yang digunakan dalam merujuk pada

²⁰ Al-Bayanuniy, 270.

²¹ Fatma Laili Khoirun Nida, "Mengembangkan Dakwah Humanis Melalui Penguatan Manajemen Organisasi Dakwah," *At-Tadbir*, 2016.

suatu bentuk pendidikan yang memberikan tempat-tempat utama bagi karya-karya klasik Yunani dan Latin pada tahun 1808. Sedangkan dalam Bahasa Inggris disebut dengan *humanism* yang baru muncul belakangan dan kemunculannya pertama kali dicatat oleh Samuel Coleridge Taylor.²² *Humanism* ini digunakan untuk menunjukkan suatu posisi Kristologi akan kepercayaan bahwa Yesus itu adalah murni manusia dan ini dipakai dalam konteks kebudayaan pada pertama kali.²³

Adapun istilah humanis dalam dakwah ini sebenarnya adalah salah satu dari cara berdakwah dengan tujuan menjadikan manusia secara lebih manusiawi.²⁴ Dalam pemahaman tentang dakwah humanis, penting untuk memahami makna dakwah terlebih dahulu. Berdasarkan beberapa penjelasan dari para ahli yang telah disebutkan sebelumnya, dakwah dapat diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan seruan atau ajakan untuk mencapai perubahan positif. Dengan demikian, dakwah dapat dipahami sebagai upaya seseorang untuk menyampaikan pandangan dan tujuan hidup manusia yang sesuai dengan ajaran Islam, serta mengikuti perintah dan larangan Tuhan.²⁵

²² Alister E McGrath, *Sejarah Pemikiran Reformasi* (Jakarta: Gunung Mulia, 2006), 53.

²³ McGrath, 53.

²⁴ Qamariyah, "Dakwah Humanis Melalui Tarekat," *Jurnal Ilmu Dakwah* 39 No 2 (2019).

²⁵ Abdul Rahman, *Metode Dakwah* (Curup: Lembaga Penerbitan dan Percetakan (LP2) STAIN, 2010), 53.

Dalam ajaran Islam, terdapat nilai-nilai yang menekankan sifat humanis, perdamaian, keadilan, kesetaraan, dan kasih sayang. Agama ini mengedepankan pandangan yang menghargai nilai-nilai kemanusiaan dalam segala aspek kehidupan. Prinsip-prinsip syariat yang terkandung dalam Islam senantiasa menekankan sisi-sisi yang berkaitan dengan martabat dan kemanusiaan.²⁶

Dakwah humanis didefinisikan secara terminologi menurut beberapa ahli dengan dakwah yang berorientasi pada pembentukan identitas diri manusia yang manusiawi dengan keselamatan, kesejahteraan, kasih sayang, kedamaian, kebijakan, keadilan, dan kearifan, atau dalam arti lain didefinisikan sebagai dakwah yang menghadirkan Islam sebagai agama rahmat.²⁷ Seperti dalam firman-Nya surah al-Anbiya' ayat 107; "Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam." Selain sebagai agama rahmat, Islam juga mampu mewujudkan dalam konteks sosial kemasyarakatan yang pluralis, karena Islam adalah agama yang sangat menghargai pluralisme yang memandang bahwa hakikat yang ada adalah banyak dan yang dimaksud banyak disini adalah banyak perbedaan di masyarakat dan perbedaan itu dipelihara oleh masing-masing kelompok yang ada di masyarakat.

²⁶ Fatma Laili, "Mengembangkan Dakwah Humanis Melalui Penguatan Manajemen Organisasi Dakwah," *Jurnal Tadbir* Vol. 1, No (2016).

²⁷ Imam Ashari, *Dakwah Humanis* (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 43.

Inti dari humanisasi dalam dakwah adalah untuk menyadarkan individu akan potensi dan nilai-nilai kemanusiaan yang ada dalam dirinya, sehingga dapat menghasilkan manusia yang memiliki martabat, keunggulan, kehormatan, dan keberhargaan. Humanisasi dalam dakwah menjadi penting sebagai sarana untuk memperoleh simpati dari objek dakwah, sehingga implementasi ajaran Islam dapat dilakukan dengan bijaksana, melalui pengajaran dan bimbingan yang baik. Tujuannya adalah agar objek dakwah merasa bahagia dan tidak merasa dipaksa. Dalam hal ini, pendakwah memainkan peran penting dalam kesuksesan kegiatan dakwah. Namun, penting juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain seperti realitas sasaran dakwah yang harus diperhatikan dan diupayakan.

Dakwah humanis adalah bentuk dakwah yang berorientasi pada kemanusiaan, di mana sikap-sikap yang menunjukkan kepedulian dan penghormatan terhadap manusia menjadi pusat perhatian. Dalam dakwah ini, manusia dipandang sebagai objek dakwah yang layak mendapatkan perlakuan yang adil, dihargai, dan mengedepankan sikap penghormatan sebagai makhluk ciptaan Allah SWT.

Dengan demikian, penting untuk dicatat bahwa dakwah tidak dapat disebut sebagai dakwah humanis jika memiliki tujuan untuk mencari-cari kesalahan orang lain, tidak merangkul, tidak

mengajak, tidak membujuk, atau tidak berorientasi pada pembentukan jati diri manusia yang manusiawi dengan nilai-nilai kedamaian, keadilan, dan kebijaksanaan. Dakwah humanis harus memperhatikan semua aspek, baik dalam konteks individu maupun masyarakat secara umum, dengan tetap menjunjung tinggi sikap saling menghormati dan kepedulian terhadap sesama manusia.

Di antara metode dakwah yang terkenal adalah seperti ayat Al-Quran pada Surah Al-Hujurat ayat 13 yang artinya “Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti.” Dan hadits Nabi Muhammad SAW ketika mengutus sahabat Mu’adz bin Jabal dan Abu Musa Al Asy’ari untuk berdakwah ke Yaman, beliau berpesan “Berilah kemudahan dan jangan mempersulit, gembirakanlah dan jangan membuat mereka lari”

Dalam penelitian ini, dakwah humanis dijelaskan sebagai salah satu metode dakwah yang menekankan pentingnya keteladanan dalam menanamkan akhlak pada masyarakat. Metode ini perlu dipelihara dan dikembangkan oleh para da'i, guru, dan

aktivis dakwah lainnya guna mengatasi penurunan kualitas da'i di tengah masyarakat.²⁸

b. Unsur-unsur Dakwah Humanis

Dakwah Islam yang humanis menekankan akan pentingnya pendekatan kemanusiaan dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya seperti; psikologis, sosiologis, antropologis, kultural, dan edukatif, dalam berdakwah. Gagasan dasarnya adalah untuk manusia yang dalam dakwahnya sangat erat sekali dengan unsur keadilan, perdamaian, tenggang rasa, dan kepedulian yang melekat pada fitrah manusia. Ini dikarenakan Rasulullah SAW adalah sosok nabi kita dan pendakwah yang sangat memperhatikan nilai-nilai humanis dalam menyampaikan dakwahnya.²⁹

c. Jenis dan Penyampaian Dakwah Humanis

Empat paradigma dan strategi dakwah humanis yang bisa dilakukan oleh para pendakwah agar dakwah yang disampaikan lebih cepat diterima, di antaranya pendekatan personal, mengedepankan etika dalam berdakwah, mengedepankan prinsip dakwah yang efektif, dan menggerakkan dakwah yang humanis.³⁰

²⁸ Qamariyah, "Dakwah Humanis Melalui Tarekat."

²⁹ Laili, "Mengembangkan Dakwah Humanis Melalui Penguatan Manajemen Organisasi Dakwah."

³⁰ Moh Rosyid, "Paradigma Dan Strategi Dakwah Humanis Pada Komunitas Minoritas (Studi Kasus Kaum Waria Di Kota Kudus)," 2012.

3. Media Sosial

Dalam konteks dakwah, media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan agama. Hal ini disebabkan oleh popularitas dan keterjangkauan media sosial sebagai kebutuhan utama masyarakat modern, terutama kalangan milenial. Media sosial digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk hiburan, pendidikan, pekerjaan, dan juga dalam hal keagamaan. Oleh karena itu, memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas dan dapat mempengaruhi mereka secara positif terhadap ajaran agama.

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial 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. 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".³¹

b. Ciri-ciri Media Sosial

³¹ Michael Haenlein Kaplan, Andreas M, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons*, 2010.

Ciri-ciri dari media sosial antara lain:³²

- 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.
- 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

4. Twitter

Twitter adalah sebuah layanan jejaring sosial (media sosial) dan juga mikroblog yang memungkinkan penggunanya berkirim dan membaca pesan yang tidak lebih dari 280 karakter yang disebut sebagai tweet. Sebelumnya, pesan di Twitter hanya sampai 140 karakter tetapi pada tanggal 7 November 2017 ditambah menjadi 280 karakter. Twitter didirikan pada 21 Maret 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams. Sosial Media Twitter sendiri dirilis ke publik pada 15

³² Michael Gamble, Teri, *Communication Works*, Seventh ed, n.d.

Juli 2006. Pusatnya berada di San Francisco, California, Amerika Serikat.³³

Terdapat beberapa istilah-istilah yang sering ditemui pada Twitter, yaitu:³⁴

- a. *Timeline* adalah daftar tweet terbaru dari pengguna Twitter yang diikuti pemilik akun, termasuk tweet yang dibuat pemilik akun.
- b. *Direct Message (DM)* yaitu fasilitas berkirim pesan antar pengguna secara lebih private. DM hanya bisa dilakukan oleh pihak yang diikuti (difollow).
- c. *Trending topics* adalah daftar tema yang tengah hangat diperbincangkan di kalangan pengguna Twitter.
- d. *Tweet* merupakan informasi yang terdiri dari pesan 280 karakter. Tweet berisi berita terbaru atau terupdate yang berkaitan dengan hal - hal yang pemilik akun sukai.
- e. *Reply tweet* atau sering disebut response tweet (RT) adalah komentar atau balasan atas tweet.
- f. *Retweet* adalah menyalin seluruh isi tweet dari akun lain.
- g. *Follow* adalah mengikuti akun dan informasi yang disampaikan oleh seorang pengguna.
- h. *Follower* adalah pengikut atau yang mengikuti akun seseorang.

³³ Leslie Lazar Kanuk Leon G. Schiffman, "Consumer Behaviour," 2009, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8856/consumer-behavior-9-e.html>.

³⁴ Yuliadi Kusuma, *Pintar Twitter* (Jakarta: Creative Project, 2009).

- i. *Mention* (@) digunakan untuk menyebut username pihak yang akan diajak berkomunikasi. Penggunaan simbol ini berada di awal sebelum menuliskan username pihak yang dituju.
- j. *Hashtags* atau tanda pagar atau tagar (#) adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci untuk topik diskusi atau informasi yang dibagikan agar mudah dicari.

5. Media Sosial sebagai Media Dakwah

Di antara media baru yang berkembang sekarang adalah media sosial yang dipahami sebagai sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya) antar penggunanya. Secara garis besar media sosial dan jaringan sosial menggunakan sistem yang sama yaitu media daring yang terhubung dengan internet. Pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang yang saling terhubung satu sama lain tanpa dibatasi dengan batas geografis, ruang, bahkan waktu dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi sesuatu, berpendapat, menjalin pertemanan, bahkan pada beberapa kasus untuk mencari belahan hatinya.

Dari sekian definisi yang ada, Rulli Nasrullah menyimpulkan, bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Di antara contoh media sosial yang banyak

digunakan sekarang ini adalah *Facebook, Instagram, YouTube, Twitter*, dan WhatsApp (WA).³⁵

Perkembangan media sosial yang tidak dapat dibendung ini memunculkan kekhawatiran sekaligus harapan untuk lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka. Kekhawatiran muncul karena sikap pesimistis lantaran melihat dampak negatif media yang begitu nyata. Di antara dampaknya adalah dapat menggeser dan menggantikan sendi-sendi kehidupan manusia yang sudah berlangsung lama dan dipegang teguh secara turun temurun. Karena media banyak memproduksi dan menyebarluaskan secara massif gaya hidup baru dan budaya-budaya yang boleh jadi bertentangan dan akan merusak sistem nilai dan tradisi yang ada di masyarakat. Bahkan bisa saja media membawa ideologi baru yang dapat melemahkan dan mengalahkan sistem keyakinan dan kepercayaan yang diajarkan oleh agama. Apalagi bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang agamis, karena selalu menjadikan agama sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan etika sosial dalam kehidupannya. Maka dengan terjangan media yang terbuka dikhawatirkan dapat menjauhkan masyarakat dari nilai-nilai spiritual agama. Artinya, media dapat menjadi “agama baru” yang dapat menggeser otoritas agama yang sudah hidup lama di masyarakat. Mereka lebih banyak mengonsumsi informasi yang tersaji dalam

³⁵ Rully Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknolog* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 69.

internet daripada merujuk sumber-sumber teks keagamaan yang berasal dari kitab suci.

Karakteristik masyarakat jejaring (media) yang tidak berpusat pada satu subjek atau agen tertentu pada dasarnya berpotensi mengancam status agen-agen yang memiliki otoritas agama, seperti kitab suci yang bersumber dari wahyu, para nabi dan ulama, serta yurisprudensi hukum agama yang berlaku di masyarakat.³⁶ Dengan maraknya informasi melalui berbagai media dapat berdampak terhadap krisis identitas keagamaan, apalagi bangsa Indonesia merupakan bangsa agamis, jelas ini akan menjadi ancaman dan tantangan tersendiri. Ada 3 hal yang perlu diwaspadai, yaitu: (1) rentannya identitas budaya sendiri yang dapat digeser dan digantikan oleh budaya luar yang belum tentu cocok; (2) keringnya daya spiritualitas masyarakat beragama (religious community) yang mengabaikan ajaran nilai-nilai dari sumber pokok ajaran agama; dan (3) rendahnya daya kontrol sosial terhadap penyebaran pesan-pesan melalui media yang cepat dan massif sehingga dapat menggeser otoritas figur-figur agama di masyarakat.³⁷

Akan tetapi bagi kalangan yang optimis, kehadiran media baru ini memberikan harapan dan menjanjikan akan lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih baik. Karena sejatinya media itu bersifat netral

³⁶ Moch Fakhuroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 65.

³⁷ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan Dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 25.

tergantung siapa subjek dan untuk apa tujuan media itu digunakan. Sepanjang media itu digunakan untuk hal-hal yang positif dan konstruktif, justru akan memberikan kemanfaatan dan kemaslahatan bagi kehidupan manusia. Berkat kecanggihan media semua pekerjaan dan kebutuhan dapat diselesaikan dengan cepat, mudah, dan murah. Sehingga kehidupan manusia akan lebih dinamis dan produktif, karena banyak hal yang dapat dilakukan dengan menggunakan media. Termasuk di dalamnya dalam menginternalisasi dan mengekspresikan nilai-nilai agama dalam kehidupan. Bukankah ajaran agama Islam itu bersifat rahmatan lil-'alamin, menjadi rahmat bagi semesta alam? Maka dengan kehadiran media yang bersifat global menjadi peluang untuk menyebarkan nilai-nilai agama yang sejuk dan damai kepada seluruh penduduk dunia. Bahkan boleh jadi akan terjadi sebaliknya, yakni agama menjadi kebutuhan dan sumber rujukan di tengah-tengah masyarakat modern yang mengalami kekeringan spiritual. Sebagaimana digambarkan oleh Sugiharto dalam tentang kebangkitan agama di era postsekuler berikut ini:³⁸

Abad ini dapat disebut era postsekuler dengan berbagai karakteristiknya. Pada abad ini, agama dan spiritualitas umumnya tampil kembali sebagai kebutuhan yang dianggap mendasar. Bukan karena mereka begitu menarik, melainkan lebih disebabkan oleh berbagai hal luaran, seperti ambruknya ideologi-ideologi raksasa,

³⁸ Fakhuroji, 78.

materialisme kultural yang akhirnya dirasakan dangkal, perkembangan mutakhir spekulasi ilmiah tentang intelegensi kosmik, dan kekosongan batin manusia sekuler yang semakin akut.

Dalam konteks ini, kehadiran media baru seperti media sosial, dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah. Karena sejatinya aktivitas dakwah dapat menyebarluaskan nilai-nilai ajaran Islam ke seantero dunia dan dapat mentransformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama. Di sinilah pentingnya kehadiran media sebagai instrumen penting untuk kepentingan dakwah. Dengan bantuan media, aktifitas dakwah akan lebih akseleratif dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penduduk dunia. Bahkan di era informasi ini, dakwah diharapkan dapat menjadi suluh atau penerang dengan fungsi-fungsi sebagai faktor pengimbang, penyaring, dan pemberi arah dalam hidup. Sebagai pengimbang, dakwah diharapkan dapat berfungsi sebagai penyeimbang kehidupan yang dimegahkan oleh kenikmatan duniawi akibat kecanggihan teknologi dengan kehidupan spiritual yang bersifat ukhrawi (keakhiratan). Sebagai penyaring, dakwah dapat membantu untuk menetapkan pilihan-pilihan nilai yang lebih manusiawi dan islami di tengah keragaman gaya hidup yang boleh jadi menyesatkan. Sedangkan sebagai pengarah, dakwah diharapkan dapat membimbing manusia untuk lebih memahami makna hidup yang sesungguhnya di tengah disorientasi kehidupan umat manusia.

Memang terdapat problem dalam pengembangan dakwah melalui media di era digital seperti sekarang ini. Seperti disebutkan Asep Saeful Muhtadi, bahwa di era cyberspace ini sekurangnya ada 3 agenda permasalahan untuk mengoptimalkan peran dakwah di masyarakat, yaitu: (1) pola-pola pengembangan dakwah yang selama ini dilakukan oleh juru dakwah baik secara individual atau kelembagaan yang masih dominan konvensional; (2) pesan-pesan yang disampaikan pada kesempatan dakwah masih dianggap banyak yang kurang relevan dan aktual; dan (3) pentingnya dirumuskan ulang suatu pendekatan alternatif dalam memperkenalkan Islam secara komprehensif persuasif di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat analisis sosial. Dimaksudkan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Dalam hal ini mendeskripsikan dan menganalisis strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*, serta mengetahui respon audiens terhadap dakwah humanis Husein Ja'far.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Yakni data utama yang didapat melalui subjek penelitian secara langsung.³⁹ Fungsinya ialah memperkuat ataupun menerangkan data sekunder yang didapat, terutama yang berkaitan dengan interpretasi (penafsiran).⁴⁰

Sumber data primer dalam penelitian berikut meliputi seluruh data mengenai Husein Ja'far, yang menjadi pusat kajian, terutama data yang bersumber dari akun *Twitter* yang diunggah mulai dari bulan November 2022 hingga Maret 2023 dan sesuai dengan kriteria konten yang dibutuhkan peneliti dalam menganalisis isi konten tersebut. Data bisa berupa dokumentasi, gambar. Kategorisasi pemilihan konten, yaitu:

- 1) *Tweet* dari rentang waktu November 2022 – Maret 2023.
- 2) *Tweet* berisi dakwah Islam dan *tweet* yang menarik.

b. Sumber Data Sekunder

Yakni data pendukung yang didapat dari pihak lainnya, tak secara langsung dari subjek penelitian. Data tersebut sangatlah mendukung. Lewat data tersebut dapat menguatkan data utamanya. Terdapat berbagai data sekunder yang dipergunakan yakni, dokumen, buku, jurnal, hasil riset, berita, majalah, serta berbagai referensi karya ilmiah lainnya. Dalam hal ini berkaitan langsung

³⁹ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), 91.

⁴⁰ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV. Ramadhani, 1991), 61.

ataupun tidaknya terhadap kajian penelitian yakni strategi dakwah humanis Husein Ja'far pada platform Twitter serta dampak yang ditimbulkan dari dakwahnya terhadap audiensnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai tahap strategis guna memperoleh penelitian sebab lewat teknik berikut bisa mengumpulkan data yang sejalan standar data yang ditentukan.⁴¹ Adapun tekniknya yang dipergunakan peneliti sejalan fokus tujuan penelitian, yakni:

a. Observasi

Dilaksanakan untuk memperoleh penggambaran nyata dari kejadian ataupun peristiwa. Observasi bertujuan mengamati perilaku manusia sebagai objek kajian, menyajikan gambaran kehidupan sosial, dan mengeksplorasi peristiwa.⁴² Adapun observasinya yang diterapkan ialah observasi non-partisipan peneliti selaku observer dari luar. Penelitian berikut, peneliti menentukan sebagai pengamat dari luar terkait dakwah Husein Ja'far di Twitter.

b. Dokumentasi

Dilaksanakan peneliti guna menemukan data variabel yang sejalan kajian penelitian, yaitu peneliti mengumpulkan artikel

⁴¹ Moh Nazir, *Metodologi Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 179.

⁴² Sudibyo Supardi Surahman, Moch Rachmat, *Metodologi Penelitian* (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), 173.

jurnal, buku, penelitian terdahulu maupun video yang pembahasannya penelitiannya.⁴³

4. Teknik Analisis Data

Yakni tahap mengumpulkan data dengan sistematis guna membantu peneliti menarik kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono ialah tahap menemukan serta mengumpulkan data secara sistematis yang didapat melalui hasil wawancara, catatan lapangan serta bahan lainnya agar mudah dimengerti serta temuannya dikomunikasikan pada individu lainnya.⁴⁴ Miles & Huberman mengatakan, analisis meliputi tiga alur aktivitas yang terjadinya secara bersamaan, yakni:⁴⁵

a. Reduksi Data

Yakni bentuk analisis yang memperkuat, mengklasifikasikan, menyasar, membuang yang tak diperlukan, serta mengorganisasikan data sedemikian rupa, jadi bisa disimpulkan serta diverifikasikan. Tujuannya adalah agar informasi yang diperoleh dari sumber atau dokumentasi dapat memenuhi tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

b. Penyajian Data

Miles & Huberman memberi batasan presentasi pada serangkaian informasi terstruktur yang memungkinkan

⁴³ Azwar, 61.

⁴⁴ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2009), 334.

⁴⁵ Huberman Milles, Analisis Data Kualitatif (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

menyimpulkan serta perbuatan yang harus diambil. Semuanya disusun guna memadukan informasi terorganisir menjadi bentuk yang koheren serta mudah diakses.

c. Penarikan Kesimpulan

Penyimpulan hanyalah bagiannya dari kegiatan konfigurasi yang lengkap, menurut Miles & Huberman. Kesimpulan ini juga telah diverifikasikan selama proses penelitian. Validasi bisa sesingkat tinjauan yang ada dalam pikiran analis (peneliti) saat menulis, yaitu tinjauan catatan lapangan.

5. Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik analisis data kualitatif yang menggunakan orang lain selain datanya tersebut guna mengkonfirmasi ataupun memberi perbandingan.⁴⁶ Jadi, terdapat triangulasi melalui responden, teknik pengumpulan data, serta waktu.⁴⁷

Triangulasi terbagi tiga macam, yakni triangulasi teknis, sumber, serta teori. Triangulasi teknis artinya peneliti memakai teknik pengumpulan data yang beda guna memperoleh data melalui sumber yang serupa. Triangulasi sumber artinya peneliti memakai sumber yang beda guna memperoleh data berteknik yang serupa.⁴⁸ Triangulasi teori dilaksanakan melalui cara memberi perbandingan hasil akhir

⁴⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 334.

⁴⁷ John W Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 299.

⁴⁸ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

penelitian berbentuk pembentukan informasi melalui perspektif teori yang signifikan guna menghindari bias serta subjektivitas peneliti terhadap hasil yang didapatkan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan pada dakwah humanis di platform *Twitter* Husein Ja'far, berikut adalah kesimpulan yang dapat penulis paparkan:

1. Strategi Dakwah Humanis Husein Ja'far
 - a. Strategi Dakwah Humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*
 - 1) Sentimentil yang Humanis ala Husein Ja'far

Strategi sentimen adalah pendekatan dakwah yang berfokus pada aspek emosional dan menggerakkan perasaan serta kehidupan batin mitra dakwah. Pendekatan ini melibatkan memberikan nasihat yang mengesankan, mengkomunikasikan dengan kelembutan, atau menyediakan pelayanan yang memuaskan, yang merupakan teknik yang dikembangkan dari strategi ini.

Terdapat 7 (tujuh) unggahan dakwah yang menggunakan strategi dakwah sentimen dengan bentuk nasihat yang baik (ceramah atau khutbah, peringatan dengan nikmat Allah SWT, *targhib* dan *tarhib*) dan

menampakkan rasa santun dan kasih sayang terhadap *mad'u*.

2) Rasional yang Humanis ala Husein Ja'far

Strategi rasional adalah pendekatan yang menggunakan hukum logika, diskusi atau presentasi, contoh-contoh, dan bukti sejarah sebagai alat untuk berpikir, merenung, dan mengambil pelajaran.

Terdapat 8 (delapan) unggahan dakwah yang menggunakan strategi dakwah sentimen dengan bentuk analogi, *jadal*, menggunakan perumpamaan, dan mengambil ibrah dari kisah dengan metode akal untuk mengambil pelajaran.

b. Cinta Sebagai Ciri Khas Dakwah Husein Ja'far

1) Dakwah Cinta

Husein Ja'far mengung konsep "Islam Cinta" yang berlandaskan pada pondasi bukan hanya kebenaran semata, tetapi juga mengandung unsur kebaikan dan keindahan. Menurutnya, Islam adalah agama yang membawa kebenaran, namun kebenaran tersebut harus disampaikan dengan cara yang baik, bukan melalui kekerasan atau tindakan yang merugikan. Dalam dakwahnya, Husein Ja'far menekankan pentingnya menciptakan hubungan yang penuh cinta dan kasih

sayang dengan sesama manusia, sehingga dakwah dapat disampaikan dengan cara yang membangun dan menginspirasi.

2) Dakwah Humanis Husein Ja'far pada platform *Twitter*

Terdapat 16 unggahan dakwah Husein Ja'far yang relevan dengan teori gagasan dakwah humanis yang berkaitan erat dengan unsur keadilan, perdamaian, tenggang rasa dan kepedulian yang melekat pada fitrah manusia.

3) Nilai Humanis pada dakwah Husein Ja'far di platform *Twitter*

Terdapat beberapa nilai humanis dari dakwah Husein Ja'far di *Twitter* antara lain adalah penekanan pada aspek spiritual selain ritual, berhubungan baik dengan sesama manusia (*hablum minan nas*), serta prinsip inklusif dan toleransi dalam berdakwah dengan humanis.

2. Respon audiens terhadap dakwah humanis Husein Ja'far Ja'far pada platform *Twitter*

a. Respon Positif

Memilih anak muda yang memiliki cara berbeda dalam hal pandangan, cara penyampaian, pengembangan inovasi dalam berdakwah hingga style atau gaya berpakaian

Husein Ja'far pada saat berdakwah. Dengan strategi dakwah cinta, banyak orang yang dapat menerimanya, cara ini dianggap unik karena sangat memperhatikan detail dari apa yang menjadi kebutuhan kaum anak muda.

b. Respon Negatif

Cara berdakwah Husein Ja'far yang unik, ia juga mendapat respon negatif dari cara berdakwahnya yang berbeda dari kebanyakan pendakwah lainnya.

c. Respon Interogatif

Keterbatasan karakter huruf yang dapat di unggah di *Twitter* membuat beberapa audiens mempertanyakan kembali mengenai unggah dakwah yang disampaikan oleh Husein Ja'far.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah disampaikan, sehingga terdapat beberapa saran yang dapat peneliti rekomendasikan pada beberapa pihak sebagai bentuk aktualisasi dan implementasi dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan. Berikut adalah saran yang dapat peneliti rekomendasikan:

1. Penelitian ini memiliki kekurangan dalam mengeksplorasi dakwah Husein Ja'far secara langsung di lapangan seperti tidak melihat secara langsung penerapan dakwah humanis yang

dilakukan oleh Husein Ja'far, peneliti hanya mengobservasi melalui media sosialnya yaitu *Twitter*. Maka peneliti dapat menyarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat meneliti dari kekurangan yang ada dalam penelitian ini seperti meneliti dakwah Husein Ja'far melalui media sosial lainnya selain *Twitter* dan dapat lebih mengeksplorasi penelitian secara langsung turun ke lapangan yang terkait dengan dakwah humanis.

2. Kepada masyarakat yang ingin menjadi seorang pendakwah dan belum mengetahui bagaimana dakwah yang akan dilakukan. Penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber acuan dan bahan pembelajaran untuk mengembangkan dakwah humanis bagi da'i muda. Kemudian dakwah tradisional hendaknya dapat beralih kepada dakwah modern yang dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan media informasi seperti media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku dan Jurnal

- Adib, Ahmad Hidhir. "Hukum Menonton Bioskop Dalam Islam," 2022. <https://bincangsyariah.com/kolom/hukum-menonton-bioskop-dalam-islam/>.
- Al-Baihaqi, Imam. *Sunan Al Kubra*. Beirut: Darul Fikri, 2003.
- Al-Bayanuniy, Syekh Muhammad Abu Al-Fatah. *Ilmu Dakwah Prinsip Dan Kode Etik Bedakwah Menurut Al-Quran Dan As-Sunnah*. Jakarta: Akademika Pressindo, 2010.
- Al-Bukhari, Abi Abdullah Muhammad bin Ismail. *Adab Al-Mufrad*. Libanon: Darul Kutub al-Ilmiyyah, n.d.
- Al-Hadar, Husein Ja'far. *Apalagi Islam Itu Kalau Bukan Cinta?* Tangerang Selatan: Yayasan Islam Cinta Indonesia, 2018.
- . "Gus Mus Dan Akhlak Yang Hilang Dari Kita." *GeoTimes*, 2016. <https://geotimes.id/kolom/gus-mus-dan-akhlak-yang-hilang-dari-kita/>.
- Alhijazi, Abu Muhammad. "Almizah Bainal Masyru' Wal Mamnu'." *Shaidul Fawaid*, n.d. <http://saaid.org/arabic/ar27.htm>.
- Annur, Cindy Mutia. "Pengguna Twitter Indonesia Masuk Daftar Terbanyak Di Dunia, Urutan Berapa?" *Databoks.Com*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>.
- Ashari, Imam. *Dakwah Humanis*. Jember: STAIN Jember Press, 2014.
- Aulia, Dea Duta. "4 Fakta Tentang Habib Husein Ja'far, Ustaz Gaul Panutan Kawula Muda." *detikhot.com*, 2022. <https://hot.detik.com/celeb/d-6028775/4-fakta-tentang-habib-husein-jafar-ustaz-gaul-panutan-kawula-muda>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004.
- Bestari, Novina Putri. "Pengguna Twitter Bisa Ngetweet Lebih Dari 280 Karakter?" *CNBC Indonesia*. Accessed March 6, 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220204151456-37-312947/pengguna-twitter-bisa-ngetweet-lebih-dari-280-karakter>.

- “Cambridge Online Dictionary.” Cambridge University Press, 2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/karaoke%0D>.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Elvina, Siska Novra, Randi Saputra, and Wanda Fitri. “Strategi Dakwah Husein Ja’far Al Hadar Terhadap Generasi Z Di Indonesia.” *AL IMAM Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 2 (2022): 13–24.
- Fakhuroji, Moch. *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2017.
- Gamble, Teri, Michael. *Communication Works*. Seventh ed., n.d.
- Gazali, Bahri. *Dakwah Komunikatif*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, n.d.
- “Gerakan Islam Cinta.” Accessed June 10, 2023. <https://www.islamcinta.co/tentang-gic>.
- Habib Husein Ja’far Al Hadar, Semua Agama Mengajarkan Kebaikan*. JakTV, n.d. <https://www.youtube.com/shorts/WniCYSsClvY>.
- Hershfield, Hal. “Future Self-Continuity: How Conceptions of The Future Self Transform Intertemporal Choice,” 2011.
- Irama, Rhoma. “BISIKAN RHOMA #58: JAMAN SEKARANG, CIRI ORANG AHLI SURGA ATAU NERAKA BISA DICEK DARI ISI HP-NYA??!” Rhoma Irama Official, 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=E7dKVujBBtI>.
- IslamRamah.co. “Gus Mus: Nahi Munkar Harus Dilakukan Dengan Cara Ma’ruf,” 2018. <https://www.islamramah.co/2018/09/1832/gus-mus-nahi-munkar-harus-dilakukan-dengan-cara-maruf.html>.
- Kamukita, Uus. “KISAH KISAH MANGA BERSAMA HABIB HUSEIN JA’FAR,” 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=fOVVHBCMLs>.
- Kaplan, Andreas M, Michael Haenlein. “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.” *Business Horizons*, 2010.
- Khan, Hazrat Inayat. *Taman Mawar Dari Timur, Terj. Nizamuddin Sadiq*. Yogyakarta: Putra Langit, 2001.
- Kurniawan, Alhafiz. “Hukum Transaksi Atau Jual Beli Online.” NU Online, 2021. <https://islam.nu.or.id/bahtsul-masail/hukum-transaksi-atau-jual-beli-online-SDRiq>.

- . “Jaga Kesehatan Mental Ala Syekh Zaruq.” NU Online, 2022. <https://islam.nu.or.id/tasawuf-akhlak/jaga-kesehatan-mental-ala-syekh-zaruq-G5L1G>.
- Kusuma, Yuliadi. *Pintar Twitter*. Jakarta: Creative Project, 2009.
- Laili, Fatma. “Mengembangkan Dakwah Humanis Melalui Penguatan Manajemen Organisasi Dakwah.” *Jurnal Tadbir* Vol. 1, No (2016).
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. “Consumer Behaviour,” 2009. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8856/consumer-behavior-9-e.html>.
- McGrath, Alister E. *Sejarah Pemikiran Reformasi*. Jakarta: Gunung Mulia, 2006.
- Milles, Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mubasyaroh, Mubasyaroh. “Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–24. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan Dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Muvid, Muhamad Basyrul. “Model Dakwah Berbasis Humanis Di Era Digital : Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin” 7, no. 1 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>.
- Nawawi, Imam. *Riyadush Shalihin*. Beirut: Dar al-Kitab al-Islamiyah, 2012.
- Nazir, Moh. *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. “MENGEMBANGKAN DAKWAH HUMANIS MELALUI PENGUATAN MANAJEMEN ORGANISASI DAKWAH.” *At-Tadbir*, 2016.
- Nita, Dian. “Siapa Fajar Sad Boy Yang Viral? Ini Awal Mula Terkenal Hingga Diundang Di Televisi.” *Kompas TV*, 2022. <https://www.kompas.tv/entertainment/362246/siapa-fajar-sad-boy-yang-viral-ini-awal-mula-terkenal-hingga-diundang-di-televisi>.
- “No Title.” Accessed June 10, 2023. <https://kitabisa.com/campaign/celenganpemudatersesat>.

- Qamariyah. "Dakwah Humanis Melalui Tarekat." *Jurnal Ilmu Dakwah* 39 No 2 (2019).
- Rahman, Abdul. *Metode Dakwah*. Curup: Lembaga Penerbitan dan Percetakan (LP2) STAIN, 2010.
- Rahman, Vanny. "Berdakwah Lewat Canda Belajar Dari Husein Jafar," n.d. <https://idntimes.com/news/indonesia/vanny-rahman/berdakwah-lewat-canda-belajar-dari-huseinjafar- al-hadar/4>.
- Rosyid, Moh. "Paradigma Dan Strategi Dakwah Humanis Pada Komunitas Minoritas (Studi Kasus Kaum Waria Di Kota Kudus)," 2012.
- Rully Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknolog*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Sofyan Hadi. "Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer." *Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer* 17 No. 2 (2019): 10. <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/8/8>.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Surahman, Moch Rachmat, Sudibyo Supardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Syam, Nur. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Solo: CV. Ramadhani, 1991.
- Syukir, Asmuni. *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al Ikhlas, 1983.
- Tretan Universe. "Mengenal Sisi Lain Sosok Habib Husein Ja'far | Are We Okay," 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=CQU68CZiPTw>.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.
- Wahyono, Edi. "Dakwah Digital Sang Habib Muda." DetikX, 2019. <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20190601/Dakwah-Digital-Sang-Habib-Muda/>.
- Yakub, M. "Dakwah Humanis Dalam Lintasan Sejarah Islam Keywords : Humanist Da ' Wah , Islamic History." *Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2021): 14–39.
- Zaman, Akhmad Roja Badrus. "Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadae Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam

Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer.” *Proceedings of International Conference on Islamic Studies*, 2017, 350–57.

Zarruq, Syekh Ahmad. *Syarhul Hikam*. Asy-Syirkatul Qoumiyyah, 2010.

Sumber Elektronik

Adib, Ahmad Hidir. “Hukum Menonton Bioskop Dalam Islam,” 2022. <https://bincangsyariah.com/kolom/hukum-menonton-bioskop-dalam-islam/>.

———. “Gus Mus Dan Akhlak Yang Hilang Dari Kita.” *GeoTimes*, 2016. <https://geotimes.id/kolom/gus-mus-dan-akhlak-yang-hilang-dari-kita/>.

Alhijazi, Abu Muhammad. “Almizah Bainal Masyru’ Wal Mamnu’.” *Shaidul Fawaid*, n.d. <http://saaid.org/arabic/ar27.htm>.

Annur, Cindy Mutia. “Pengguna Twitter Indonesia Masuk Daftar Terbanyak Di Dunia, Urutan Berapa?” *Databoks.Com*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>.

Aulia, Dea Duta. “4 Fakta Tentang Habib Husein Ja’far, Ustaz Gaul Panutan Kawula Muda.” *detikhot.com*, 2022. <https://hot.detik.com/celeb/d-6028775/4-fakta-tentang-habib-husein-jafar-ustaz-gaul-panutan-kawula-muda>.

Bestari, Novina Putri. “Pengguna Twitter Bisa Ngetweet Lebih Dari 280 Karakter?” *CNBC Indonesia*. Accessed March 6, 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220204151456-37-312947/pengguna-twitter-bisa-ngetweet-lebih-dari-280-karakter>.

“Cambridge Online Dictionary.” *Cambridge University Press*, 2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/karaoke%0D>.

“Gerakan Islam Cinta.” Accessed June 10, 2023. <https://www.islamcinta.co/tentang-gic>.

Habib Husein Ja’far Al Hadar, Semua Agama Mengajarkan Kebaikan. JakTV, n.d. <https://www.youtube.com/shorts/WniCYSsClvY>.

Irama, Rhoma. “Bisikan Rhoma #58: Jaman Sekarang, Ciri Orang Ahli Surga Atau Neraka Bisa Dicek Dari Isi Hp-Nya??!!” *Rhoma Irama Official*, 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=E7dKVujBBtI>.

IslamRamah.co. “Gus Mus: Nahi Munkar Harus Dilakukan Dengan Cara Ma’ruf,” 2018. <https://www.islamramah.co/2018/09/1832/gus-mus-nahi-munkar-harus-dilakukan-dengan-cara-maruf.html>.

- Kamukita, Uus. "KISAH KISAH MANGA BERSAMA HABIB HUSEIN JA'FAR," 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=fOVVHBCCLMs>.
- Kurniawan, Alhafiz. "Hukum Transaksi Atau Jual Beli Online." NU Online, 2021. <https://islam.nu.or.id/bahtsul-masail/hukum-transaksi-atau-jual-beli-online-SDRiq>.
- . "Jaga Kesehatan Mental Ala Syekh Zaruq." NU Online, 2022. <https://islam.nu.or.id/tasawuf-akhlak/jaga-kesehatan-mental-ala-syekh-zaruq-G5L1G>.
- Nita, Dian. "Siapa Fajar Sad Boy Yang Viral? Ini Awal Mula Terkenal Hingga Diundang Di Televisi." Kompas TV, 2022. <https://www.kompas.tv/entertainment/362246/siapa-fajar-sad-boy-yang-viral-ini-awal-mula-terkenal-hingga-diundang-di-televisi>.
- "No Title." Accessed June 10, 2023. <https://kitabisa.com/campaign/celenganpemudatersesat>.
- Rahman, Vanny. "Berdakwah Lewat Canda Belajar Dari Husein Jafar," n.d. <https://idntimes.com/news/indonesia/vanny-rahman/berdakwah-lewat-canda-belajar-dari-huseinjafar- al-hadar/4>.
- Tretan Universe. "Mengenal Sisi Lain Sosok Habib Husein Ja'far | Are We Okay," 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=CQU68CZiPTw>.
- <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20190601/Dakwah-Digital-Sang-Habib-Muda/>