

BAB II LANDASAN TEORETIS

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Kata “strategi” merupakan sebuah kata yang berasal dari Bahasa Yunani (*strategia*) yang terdiri dari dua akar kata yaitu, *stratos* (militer) dan *aegin* (pemimpin) yang artinya ilmu atau seni untuk menjadi pemimpin dalam usaha mencapai kemenangan pada suatu pertempuran. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu pola mendasar pada rencana yang disusun dalam pembagian kekuatan militer di daerah-daerah khusus guna tercapainya suatu tujuan.¹⁵

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, arti strategi adalah ilmu dan seni dalam mengumpulkan dan menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melakukan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai, atau susunan rencana pemimpin bala tantara untuk menaklukkan musuh dalam suatu peperangan.¹⁶

Dalam pengertian terminologi, beberapa pakar atau ahli memiliki berbagai pendapat mengenai pengertian dari strategi. Untuk mengetahui lebih jelas, berikut pendapat dari beberapa pakar atau ahli mengenai pengertian strategi:

1. Menurut David, strategi merupakan sebuah rencana terpadu yang saling terkait antara keunggulan strategi perusahaan dan tantangan lingkungan yang didesain secara khusus untuk memastikan bahwa organisasi mampu mencapai tujuan utamanya dengan pelaksanaan yang tepat.¹⁷
2. Gerald Michaelson berpendapat bahwa, strategi adalah sebuah rencana yang hendak diimplementasikan dengan melaksanakan serangkaian tindakan yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁸
3. Sementara itu menurut Philip Kotler, strategi merupakan bentuk atau wujud perencanaan secara terstruktur guna tercapainya target yang diharapkan.¹⁹

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 3.

¹⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

¹⁷ David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 4.

¹⁸ Gerald A. Michaelson dan Steven W. Michaelson, *Sun Tzu Strategi Usaha Penjualan*, (Batam: Karisma publishing Group, 2004), 8.

¹⁹ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), 7.

Dakwah berasal dari Bahasa Arab dan terdiri dari tiga akar kata seperti *da'a* (دعا), *yad'u* (يدعوا), dan *da'watan* (دعوة), yang memiliki arti seperti ajakan, seruan, undangan, pelayanan, panggilan, dan doa. Kata "dakwah" sendiri memiliki tiga huruf akar yaitu *dal* (د), *'ain* (ع), dan *wau* (و), yang memiliki berbagai makna seperti menyebabkan, mendorong, meminta, memohon, mengajak kepada sesuatu, meminta pertolongan, mengubah dengan perkataan, perbuatan, dan amal. Dalam Alquran, kata "dakwah" disebutkan sejumlah 198 kali dan tersebar di 55 surah dengan 176 ayat yang berbeda.²⁰

Secara terminologi, pengertian dakwah memiliki beragam sudut pandang dari para ahli. Adapun pengertian dari dakwah menurut para ahli, yaitu:

1. Syaikh Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah sebagai sebuah usaha untuk memotivasi manusia agar melaksanakan tindakan-tindakan yang baik, mengikuti petunjuk-petunjuk yang benar, memerintahkan orang lain agar melaksanakan kebaikan, serta mencegah atau mengantisipasi mereka dari melakukan kejahatan, dengan tujuan untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.²¹
2. M. Abu al-Fath al-Bayanuni berpendapat bahwa, dakwah adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dan menerapkannya dalam keseharian, dengan mengamalkan dan menyebarkan ajaran tersebut kepada orang lain.²²
3. Menurut Al-Bahyal al-Khuli, dakwah adalah sebuah usaha untuk memperbaiki situasi yang ada agar menjadi lebih baik dan sempurna, baik itu dalam lingkup perorangan dan juga masyarakat dengan menyeluruh.²³

Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa dakwah ialah sebuah kegiatan atau usaha yang bertujuan agar mengajak, menyeru, memanggil, mendorong, dan menyampaikan ajaran-ajaran kebaikan kepada individu dan masyarakat manusia secara keseluruhan.

²⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 43.

²¹ Syaikh Ali Mahfudz, *Hidayah al-Mursyidin VIII*, (Mesir: Dar al-Mishr, 1975), 7.

²² M. Abu al-Fath al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1991), 15-16.

²³ Al-Bahi Al-Khuli, *Tadzkirat al-Du'at VIII*, (Kairo: Maktabah Dar al-Turas, 1937), 39.

Terdapat tiga gagasan utama dari definisi dakwah di atas yang berkenaan dengan hakikat dakwah Islam, yaitu:

1. Dakwah adalah proses kegiatan yang memiliki tujuan dalam mengajak manusia agar mengikuti jalan Allah. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti *tabligh* (penyampaian ajaran), *taghyir* (perubahan, internalisasi, dan pengembangan diri), dan *uswah* (keteladanan atau perilaku).
2. Dalam konteks dakwah, istilah persuasi atau mempengaruhi merujuk pada suatu proses yang tidak hanya sekedar mengajak, akan tetapi juga membujuk dan mempengaruhi orang lain supaya mau mengikuti ajakan tersebut. Hal ini berbeda dengan hakikat dasar dakwah yang hanya mengacu pada arti mengajak.
3. Dalam dakwah, terdapat tiga subsistem yang terkait secara integral. Subsistem tersebut meliputi dai (orang yang melaksanakan dakwah), objek dakwah, dan pesan dakwah. Dakwah dapat dianggap sebagai suatu kesatuan yang utuh karena ketiga subsistem tersebut saling terhubung dan berpengaruh satu sama lain.²⁴

Dalam berdakwah diperlukan strategi guna tercapainya target yang ditentukan dari kegiatan dakwah tersebut. Strategi dakwah mempunyai arti siasat, seni, metode, atau langkah yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah. Strategi dakwah adalah suatu proses perencanaan serta penetapan yang didesain secara rasional untuk menyampaikan atau mensyiarkan ajaran Islam, mengajarkannya, serta mengamalkannya pada kehidupan agar tercapainya segala tujuan dari Islam yang mencakup segala dimensi kemanusiaan.

Menilik pada Alquran dan Assunah maka dapat teridentifikasi bahwa dakwah menempati posisi utama sebagai pusat, strategis, serta menetapkan keindahan dan kesesuaian Islam terhadap perkembangan zaman. Kegiatan dakwah yang dilakukan umatnya sangat menentukan, baik dalam sejarah maupun praktiknya.²⁵

²⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 45.

²⁵ Hafidhuddin Didin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani, 1998), 67.

Secara etimologi, para ahli memiliki tafsir yang beragam mengenai pengertian dari strategi dakwah. Berikut ini pengertian strategi dakwah berdasarkan sudut pandang beberapa ahli, yaitu:

1. Awaludin Pimay, strategi dakwah merupakan teknik-teknik tertentu yang digunakan untuk mencapai sasaran dakwah secara efektif dalam situasi dan kondisi yang spesifik. Hal ini meliputi cara, daya, dan upaya yang ditentukan untuk menghadapi target dakwah, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal.²⁶
2. Muhammad Ali Aziz menyatakan bahwa strategi dakwah adalah serangkaian rencana kegiatan yang dirancang dengan tujuan khusus untuk mencapai sasaran dalam kegiatan dakwah.²⁷
3. Acep Aripudin, strategi dakwah merupakan sebuah rencana yang dirancang secara rasional agar mencapai sasaran dakwah yang meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Strategi tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan operasi dakwah Islam dengan cara yang sistematis dan bertujuan mencapai sasaran dakwah secara maksimal.²⁸
4. Syamsuddin berpendapat bahwa strategi dakwah adalah cara, taktik, atau metode yang efektif dalam rangka mengajak insan manusia menuju ajaran Allah dan mencapai tujuan Allah di muka bumi.²⁹

Strategi dakwah merupakan susunan rencana aktivitas yang dirancang guna mencapai tujuan khusus dari dakwah. Terdapat dua hal penting yang menjadi pusat perhatian perihal ini, yaitu:

- a. Strategi merupakan rangkaian perencanaan tindakan atau langkah kegiatan dakwah termasuk menggunakan metode dan memanfaatkan berbagai sumber daya kekuatan.
- b. Strategi yang dirancang dengan tujuan untuk menggapai target khusus. Artinya yaitu, arah dari seluruh perancangan strategi adalah pencapaian tujuan.

²⁶ Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*, (Semarang: Rasail, 2005), 50.

²⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 349.

²⁸ Acep Aripudin, Syukriadi Sambas, *Pengantar Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 138.

²⁹ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 147.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat dimengerti bahwa strategi dakwah merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan yang terfokus pada tujuan tertentu dan diikuti dengan penyusunan cara yang spesifik agar tujuan tersebut mampu tercapai sebagai aktualisasi keimanan yang diaplikasikan melalui seruan, ajakan, panggilan, dan tindakan. Hal ini melibatkan penggunaan metode, sistem, dan teknik yang spesifik untuk mencapai sasaran yang diinginkan.³⁰

2. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Al-Bayanuni mendeskripsikan strategi dakwah (*manhaj al-da'wah*) sebagai “ketetapan-ketetapan dakwah dan agenda-agenda yang diformulasikan untuk kegiatan dakwah”. Al-Bayanuni mengkategorikan strategi dakwah menjadi tiga bentuk, yaitu:

- a. Strategi sentimental atau yang juga dikenal sebagai *al-manhaj al-athifi* ialah salah satu strategi dakwah yang berfokus pada aspek hati dalam rangka membangkitkan kesadaran dan keterikatan emosional dari mitra dakwah. Strategi ini bertujuan guna memberikan nasihat, ajakan, dan panggilan dengan cara yang mengesankan dan lembut agar dakwah yang disampaikan diterima dengan ikhlas dan meresap pada pribadi mitra dakwah. Untuk menerapkan strategi ini, perlu dilakukan penyesuaian dengan perkembangan psikologis dari mitra dakwah. Nabi Muhammad juga menggunakan strategi sentimental ini dalam menghadapi kaum musyrikin Mekkah pada masa lalu, terutama untuk menarik perhatian dan menghargai kalangan lemah yang umumnya menjadi pengikutnya. Strategi ini sangat cocok untuk digunakan dalam menyasar mitra dakwah yang terpinggirkan atau dianggap kurang berdaya seperti anak-anak, kaum perempuan, orang awam, mualaf, orang miskin, dan anak yatim.
- b. Strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*) dalam dakwah adalah suatu metode yang berfokus pada aspek akal dan pikiran. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendorong mitra dakwah agar berpikir, merenungkan, memaknai, dan mengambil pelajaran. Beberapa metode yang digunakan dalam strategi

³⁰ Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer: Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 116-117.

rasional ini adalah pemakaian hukum logika, diskusi, atau pengutipan contoh serta bukti sejarah.³¹ Dalam strategi ini, dakwah yang disampaikan harus meyakinkan mitra dakwah, yaitu dengan memanfaatkan pola berpikir bahwa mitra dakwah yang menerima pesan dakwah bukan hanya sekedar menuruti dan menerima pesan atau seruan pendakwah, namun juga melaksanakannya karena kehendak pribadi. Oleh karena itu, materi yang disampaikan harus berbentuk informasi yang mudah dimengerti oleh mitra dakwah, sehingga pendakwah harus menggali pemikiran mitra dakwah hingga terciptalah kewajiban bagi masyarakat atas kebenaran yang telah dikomunikasikan. Dakwah harus membawa pesan yang rasional dan meyakinkan sehingga mendorong orang lain untuk mengamalkannya.³²

- c. Strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*) yaitu kumpulan tata cara dalam dakwah yang menekankan pada panca indera serta didasarkan pada hasil investigasi dan uji coba. Strategi ini juga dikenal sebagai strategi ilmiah atau strategi percobaan. Beberapa metode yang termasuk dalam strategi indrawi adalah praktik keagamaan dan keteladanan. Dalam sejarah, Nabi Muhammad mengimplementasikan strategi indrawi dengan mempraktikkan Islam sebagai bentuk konkret dari ajarannya, dan para sahabatnya dapat menyaksikan mukjizat yang ditampilkan secara langsung seperti terbelahnya bulan dan melihat Malaikat Jibril dalam wujud manusia. Saat ini, Alquran sering digunakan untuk mendukung atau menentang hasil penelitian ilmiah.³³

Penetapan strategi dakwah juga dapat bersumber dari Alquran dalam surah Al-Baqarah ayat 129 yang berbunyi:

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ ۗ إِنَّكَ
أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ١٢٩

³¹ Badarudin, *Strategi Dakwah Pondok Pedantren Riyadhus Sholihin Dalam Pemberdayaan Komunikasi Sosial Pada Kelurahan Kota Baru Tanjung Karang Timur Bandar Lampung*, (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016), 14.

³² Mustofa, Kurdi, *Dakwah Dibalik Kekuasaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 108-110.

³³ *Ibid.*, 14.

Artinya: “Ya Tuhan kami, utuslah untuk mereka seorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka Al Kitab (Alquran) dan Al Hikmah (Assunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.” (Q.S Al-Baqarah [2] : 129).³⁴

Ayat tersebut menjelaskan bahwa terdapat tiga strategi dakwah, yaitu:

- a. Strategi tilawah, yaitu merupakan suatu strategi dakwah yang mengharuskan mitra dakwah untuk membaca atau mendengarkan bacaan ayat-ayat suci Alquran. Dalam strategi ini, pendakwah atau mitra dakwah memberikan penjelasan atau membacakan pesan dakwah yang ditulis dalam kitab suci, serta memberikan penjelasan tentang kejadian-kejadian di alam semesta. Metode ini bertujuan untuk memperkuat keimanan dan menumbuhkan pemahaman yang lebih baik terhadap pesan-pesan yang terkandung di dalam Alquran.
- b. Strategi tazkiyah, yaitu metode dakwah yang berfokus pada mensucikan jiwa. Berbeda dengan strategi tilawah yang menggunakan indra penglihatan atau indra pendengaran, strategi tazkiyah lewat jalur aspek kejiwaan. Salah satu tujuan dari dakwah adalah untuk membersihkan jiwa manusia dari gejala yang tidak stabil dan keimanan yang tidak istiqamah, seperti akhlak tercela.
- c. Strategi ta’lim (pengajaran Alquran dan As-Sunnah) mirip dengan strategi tilawah dalam hal mentransformasi pesan dakwah, namun lebih sistematis dan formal. Strategi ini melibatkan proses pengajaran yang lebih dalam dan terstruktur, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman umat Islam tentang ajaran-ajaran Alquran dan As-Sunnah. Proses ta’lim ini melibatkan guru atau pendidik yang berperan sebagai fasilitator dalam memfasilitasi pembelajaran serta pembentukan karakter bagi para pelajar.³⁵

³⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit J-Art, 2004), 15.

³⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 109.

3. Tujuan Dakwah

Pada hakikatnya tujuan dakwah ialah diturunkannya agama Islam terhadap umat manusia itu sendiri, yakni agar menciptakan umat manusia yang mempunyai akidah, ibadah, dan akhlak yang berkualitas baik.³⁶ Dakwah bertujuan untuk menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan manusia baik di dunia maupun di akhirat yang diridhoi oleh Allah SWT.

Tujuan dakwah dapat dibedakan menjadi dua ragam tujuan, yaitu:

1. Tujuan Umum (*Mayor Objective*)

Dalam dakwah, terdapat tujuan umum yang ingin dicapai dalam seluruh kegiatan yang dilakukan. Tujuan ini bersifat umum dan menjadi tujuan utama yang harus diarahkan pada setiap proses dakwah. Tujuan utama dakwah yaitu agar mencapai nilai-nilai atau hasil yang diinginkan dari seluruh aktivitas dakwah. Oleh karena itu, setiap rencana dan tindakan dakwah harus selaras pada nilai-nilai atau hasil akhir tersebut agar tujuan utama dapat tercapai.

Untuk memberikan perumusan yang lebih rinci, tujuan dakwah yang utama masih membutuhkan penjabaran pada bagian lain. Meskipun demikian, dengan asumsi sementara ini, tujuan utama dakwah adalah untuk menjangkau seluruh umat, baik yang telah beragama Islam dan juga yang masih berada dalam keadaan kafir ataupun musyrik. Dalam konteks ini, kata "umat" mengacu pada seluruh alam semesta.

2. Tujuan Khusus Dakwah (*Minor Objective*)

Untuk memperjelas arah dan jenis kegiatan dakwah, dibutuhkan perumusan tujuan khusus yang mengklasifikasikan tujuan berdasarkan tujuan umum dakwah. Tujuan khusus ini memungkinkan implementasi seluruh kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan jelas, termasuk siapa yang menjadi target dakwah, metode yang digunakan, dan bagaimana pelaksanaannya secara terperinci.

Untuk mencapai tujuan utama dakwah, proses dakwah melibatkan berbagai aspek kehidupan dan bidang yang sangat luas. Tidak terdapat satu pun bidang kehidupan yang luput dari kegiatan dakwah. Oleh karena itu,

³⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 36.

untuk memastikan kegiatan dakwah dalam setiap bidang kehidupan menjadi efektif, diperlukan penetapan dan perumusan nilai-nilai yang harus dicapai melalui kegiatan dakwah dalam aspek tersebut.³⁷

Dakwah Islamiyah merupakan kegiatan dakwah yang dilakukan dengan sadar dan memiliki tujuan. Dalam wujud asalnya, dakwah adalah kegiatan *nubuwwah* dalam penyampaian wahyu Allah pada umat manusia dengan menggunakan tujuan utamanya yang erat dengan ajaran Alquran dan Hadis.³⁸

Tujuan dakwah yakni mengajak manusia agar berada pada jalan Allah, karena hanya jalan Allah yang lurus. Adapun jalan yang lain selain daripada jalan Allah, maka itu akan menghancurkan dan menyesatkan manusia, sebagaimana Allah berfirman:

وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ
وَصَّوَّغْنَا لَهُ لَكُمْ تَقْوَىٰ ۚ ١٥٣

Artinya: “Dan bahwa (yang Kami perintahkan ini) adalah jalan-Ku yang lurus, maka ikutlah Dia, dan janganlah kamu mengikuti jalan-jalan (yang lain), karena jalan itu mencerai-beraikan kamu dari jalan-Nya. Yang demikian itu diperintahkan Allah agar kamu bertakwa.” (Q.S Al-An’am : 153).³⁹

Tujuan dakwah yang dilaksanakan oleh para Rasulullah dari masa ke masa selalu sama, yaitu mengajak manusia untuk menuju jalan Allah agar tidak ada tujuan lainnya. Para Rasulullah mengajak umatnya agar hanya menyembah Tuhan Allah dan menjauhi penyembahan selain kepada Allah.⁴⁰

Dakwah sebagai suatu kegiatan dan upaya tentunya memiliki tujuan yang akan dicapai. Agar tujuan dan usaha tersebut membuahkan hasil yang maksimal, maka terdapat dua hal yang penting untuk diperhatikan, yaitu tujuan dakwah dari segi objek dan tujuan dakwah dari segi materi.

³⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 59-62.

³⁸ M. Ridho Syabibi, *Metodologi Ilmu Da'wah Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al-Safa'*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2008), 49-50.

³⁹ Kementerian Agama RI, *Qur'an Kemenag*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2022), 789.

⁴⁰ Cahyadi Takariawan, *Prinsip-Prinsip Dakwah Yang Tegar di Jalan Allah*, (Yogyakarta: Izzan Pustaka, 2005), 20-21.

a. Tujuan Objek

Jika ditinjau dari segi objek, maka tujuan dakwah terdiri dari empat macam:

1. Tujuan individu, yakni terciptanya individu muslim yang memiliki pondasi iman yang kokoh, berperilaku selaras dengan hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT dan berakhlakul karimah.
2. Tujuan untuk keluarga, yakni terciptanya keluarga yang rukun, bahagia, dengan penuh ketentraman, rasa cinta, serta kasih sayang sesama anggota keluarga.
3. Tujuan untuk masyarakat, yakni terciptanya masyarakat sejahtera yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
4. Tujuan untuk seluruh umat manusia, yakni terciptanya masyarakat global yang harmonis dan damai, terdapat keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tanpa adanya diskriminasi atau eksploitasi, serta masyarakat yang saling membantu, dan saling menghormati.

b. Tujuan Materi

Selain dari segi objek, segi materi juga perlu diperhatikan dalam tujuan dakwah. Tujuan dakwah dari segi materi dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1. Tujuan akidah, untuk mencapai tujuan akidah yang menjamin kepastian keyakinan seseorang terhadap ajaran-ajaran Islam, terdapat beberapa bentuk perwujudannya. Tujuan tersebut ditujukan kepada orang yang belum beriman agar dapat beriman, kepada orang yang keimanannya masih terbelenggu agar dapat beriman dengan penuh keyakinan melalui bukti-bukti dari dalil nakli dan dalil akli, serta bagi orang yang meragukan keyakinannya agar dapat memperkuat imannya secara menyeluruh.
2. Tujuan hukum adalah untuk menumbuhkan kepatuhan terhadap hukum-hukum dan ketentuan peraturan Allah SWT. Implementasi dari tujuan ini adalah untuk mengubah orang yang awalnya tidak melakukan ibadah menjadi orang yang sadar akan pentingnya ibadah, dan untuk membimbing orang yang belum patuh terhadap seluruh kaidah agama

Islam terkait rumah tangga, perdata, pidana, dan ketatanegaraan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam menjadi orang yang bersedia patuh terhadap peraturan tersebut atas kesadarannya sendiri.

3. Tujuan akhlak, yaitu terciptanya individu muslim yang memiliki budi luhur, dihiasi dengan sifat-sifat yang terpuji serta terhindar dari sifat-sifat tercela. Terdapat enam faktor yang dapat dilihat dalam realisasi dari tujuan ini, yaitu:
 - a. Dalam tujuan dakwah, hubungan antara manusia dengan Tuhannya menjadi penting untuk diperhatikan. Tujuan ini mencakup upaya untuk menjadikan diri seseorang sebagai hamba Allah yang setia dan tulus, serta tidak mengikuti hawa nafsu atau menyembah selain Allah SWT.
 - b. Hubungan individu dengan dirinya sendiri. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti kesehatan jasmani dan rohani, keberanian, kejujuran, kedisiplinan, dan keberhasilan dalam pekerjaan.
 - c. Hubungan dia terhadap sesama muslim, yakni mencintai dan menyayangi sesama muslim seperti mencintai dan menyayangi dirinya sendiri.
 - d. Hubungan dia dengan alam sekitarnya dan dengan kehidupan ini, yakni dengan menjaga kelestarian alam semesta dan juga memanfaatkannya secara tepat untuk kepentingan umat manusia. Selain itu, hubungan ini juga sebagai bentuk kebaktian kepada Allah SWT. Sebagai makhluk yang bertanggung jawab, manusia harus menikmati kehidupan dan kenikmatan yang diizinkan oleh agama Islam dengan sikap yang baik dan bertanggung jawab.

Semua tujuan dakwah yang telah disebutkan sebelumnya adalah bagian dari upaya mencapai tujuan akhir dari dakwah, yaitu mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan manusia di dunia dan juga di akhirat dalam naungan ridha Allah SWT.⁴¹

⁴¹ M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dann Pesan Moral*, (Serang: Kurnia Kalam Semesta, 2002), 17-19.

4. Metode Dakwah

Secara etimologi, kata “metode” berasal dari Bahasa Yunani (*metodos*) yang berarti cara atau jalan. Metode dakwah adalah cara atau jalan dalam mencapai suatu tujuan dakwah yang dilakukan dengan efektif dan efisien.⁴² Menurut Salahuddin Sanusi, metode dakwah merupakan sekumpulan cara penyampaian ajaran Islam terhadap individu, kelompok, atau masyarakat luas agar ajaran tersebut dengan cepat diserap, diyakini, dan juga dilaksanakan.⁴³

Metode dakwah sangat berpengaruh dalam terhadap suatu aktivitas dakwah, tanpa menggunakan metode dakwah seorang dai akan kesulitan dalam menyebarkan dakwah. Jika tidak menggunakan metode dalam berdakwah dai tidak akan dapat melihat keberhasilan atas dakwahnya. Metode dakwah dapat digolongkan dalam tiga metode, yaitu:

- a. Dakwah Bil-Lisan, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui perantara lisan atau ucapan. Dakwah Bil-Lisan dapat dibedakan dalam beberapa bentuk, diantaranya yaitu:
 1. Tabligh adalah suatu usaha dalam memperkenalkan dan menyebarkan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain, yang bertujuan untuk menyampaikan pemahaman dasar tentang Islam. Usaha tabligh ini dapat dilaksanakan oleh individu ataupun kelompok, dan bertujuan untuk mengajak orang lain untuk mempelajari ajaran Islam serta mempraktikkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁴
 2. Khutbah adalah sebuah pidato atau meminang. Kata asal khutbah sendiri berarti berkata-kata mengenai masalah yang penting. Oleh karena itu, khutbah dapat diartikan sebagai sebuah pidato yang disampaikan guna memberikan pemahaman terhadap pendengar perihal suatu pembahasan yang sangat penting.⁴⁵
 3. Ceramah, yakni menyampaikan pesan dakwah kepada beberapa individu tau masyarakat secara terbuka atau forum khusus melalui ucapan. Metode ceramah dapat dikategorikan sebagai metode

⁴² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 95.

⁴³ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2005), 71.

⁴⁴ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah I*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 3.

⁴⁵ *Ibid.*, 28.

tradisional, sebab sejak dahulu kala metode ini telah dipakai sebagai alat komunikasi lisan antara dai dengan jamaah dalam proses pengajian.⁴⁶

4. Diskusi, penggunaan metode diskusi dapat memungkinkan peserta diskusi untuk saling berbagi ide dan pemikiran mengenai suatu masalah atau materi dakwah yang dibahas. Menggunakan metode diskusi berkemungkinan besar akan menumbuhkan beberapa pendapat atau jawaban lain yang dapat menjadi alternatif jawaban yang lebih beraneka ragam.⁴⁷
5. Nasihat, merupakan suatu tindakan menyampaikan pesan kebaikan dan merupakan kewajiban sesama umat manusia.⁴⁸
 - b. Dakwah Bil Qalam, yaitu menyeru manusia kepada jalan yang benar sesuai syariat yang telah diperintahkan oleh Allah SWT melalui seni tulisan. Metode ini sudah diimplementasikan pada zaman Rasulullah. Pada masa itu, tradisi menulis telah menjadi umum dan berkembang pesat. Hal ini dibuktikan ketika Rasulullah mendapat wahyu, Rasulullah segera memerintahkan para sahabat yang mempunyai kemampuan menulis untuk mencatat atau menuliskan wahyu tersebut.
 - c. Dakwah Bil Hal, yaitu dakwah Islam yang diterapkan dengan perbuatan, perilaku, tindakan yang nyata, maupun amal dalam kehidupan sehari-hari atau terhadap penerima dakwah. Metode dakwah ini dapat dilakukan dengan cara berperilaku baik, menjadi sosok contoh yang baik pada masyarakat, atau memanfaatkan kemampuan materi maupun relasi dengan membangun sarana atau fasilitas untuk keperluan masyarakat sekitar seperti membangun rumah sakit, sarana umum, dan lainnya.⁴⁹

5. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana, alat, wadah, atau tempat yang dipergunakan sebagai saluran dalam penyebaran dakwah. Kehadiran media, sarana, dan alat

⁴⁶ Syaiful Bahri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 97.

⁴⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 10.

⁴⁸ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah I*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 28.

⁴⁹ Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh I*, (Jakarta: Amzah, 2012),

sangat dibutuhkan dalam mendukung keberhasilan dakwah.⁵⁰ Media dakwah adalah sarana atau alat yang dipakai untuk bedakwah yang bertujuan agar memudahkan dai dalam menyampaikan materi dakwah kepada objek dakwah atau mad'u.⁵¹ Secara etimologi, kata “media” berasal mula dari bahasa latin “*median*”, yaitu bentuk umum dari “*medium*” yang artinya “alat perantara”.⁵²

Proses dakwah tanpa adanya media dakwah maka akan sulit untuk mencapai tujuan dengan maksimal, karena media dakwah memiliki peran penting sebagai penunjang tercapainya tujuan dari dakwah tersebut.⁵³ Dalam rangka menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai ragam media, antara lain:

1. Lisan merupakan media dakwah yang paling sederhana dengan menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media lisan dapat berupa pidato, ceramah, diskusi, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan merupakan media dakwah melalui karya tulis seperti buku, majalah, surat kabar, dan sebagainya.
3. Lukisan merupakan media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
4. Audio visual merupakan media dakwah yang mampu merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya. Dakwah melalui media audio visual dapat melalui televisi, radio, internet, dan sebagainya.
5. Akhlak adalah media dakwah melalui perbuatan-perbuatan yang nyata dengan mengimplementasikan ajaran Islam yang secara langsung dapat disaksikan, didengar, serta direnungkan oleh objek-objek dakwah tersebut.⁵⁴

Pada hakikatnya, mensyiarkan dakwah dapat menggunakan beragam media yang mampu menstimulasi seluruh indra manusia dan mampu memunculkan atensi

⁵⁰ Umdatul Hasanah, *Ilmu dan Filsafat Dakwah*, (Banten: Fseipress, 2013), 52.

⁵¹ Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), 100.

Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 113.

⁵³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 101.

⁵⁴ M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 3.

agar dapat menerima pesan dakwah. Berdasarkan banyaknya audiens yang menjadi target dari dakwah, media dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu:

- a. Media massa, yaitu digunakan dalam mengkomunikasikan dakwah apabila audiens atau komunikan berjumlah jamak dan bertempat tinggal yang saling berjauhan. Keuntungan dakwah menggunakan media massa yakni mampu menjadi pemicu serta memunculkan keseragaman, yang artinya suatu pesan dapat diterima oleh audiens yang berjumlah banyak. Untuk menyebarkan pesan dakwah, media massa lebih mudah menyebar luas dan sangat efektif dalam merubah sikap, perilaku, dan merubah sudut pandang objek dakwah dalam banyak kuantitas.
- b. Media non massa, pada umumnya digunakan dalam komunikasi untuk individu khusus atau kelompok tertentu seperti surat non elektronik, surat elektronik, dan lainnya. Semua itu dikategorikan media non massa dikarenakan nilai keserempakan dan audiensnya tidak bersifat masal.⁵⁵ Media non masa bersifat lebih tertutup, karena pesan yang disampaikan lebih tertuju kepada individual atau pribadi khusus.

Terdapat dua jenis media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, yaitu media massa dan media non-massa. Baik media cetak maupun media elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dalam menyampaikan berbagai pesan, termasuk berita, tayangan film, sinetron, dan lain-lain kepada masyarakat luas.⁵⁶

Pada saat berdakwah, penting bagi dai untuk memilih media yang tepat guna mencapai tujuannya. Dalam memilih media, dai harus memperhatikan beberapa prinsip pemilihan media yang efektif. Beberapa hal yang patut menjadi perhatian dalam pemilihan media, antara lain:

1. Semua media tidak ada yang paling baik untuk keseluruhan atau tujuan dakwah. Dikarenakan setiap media memiliki karakteristik, keserasian, kelebihan, serta kekurangannya masing-masing.
2. Memilih media yang selaras dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai.

⁵⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

⁵⁶ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 82.

3. Media yang digunakan seimbang dengan kemampuan target dakwahnya.
4. Memilih media yang selaras dengan materi dakwah.
5. Pemilihan media sebaiknya dilaksanakan secara objektif, artinya dalam memilih media tidak hanya berdasarkan selera dai.
6. Kesempatan, ketersediaan media, efektivitas, dan efisiensi juga perlu diperhatikan.⁵⁷

Sebaiknya menggunakan media dakwah sebagai sarana untuk memudahkan penyebaran pesan dakwah dari dai kepada sasaran dakwah, agar dakwah dapat berhasil mencapai tujuannya secara optimal sesuai dengan yang ditentukan.⁵⁸

6. Profil Singkat Ustadz Abdul Somad

Ustadz Abdul Somad atau yang biasa disebut UAS merupakan salah satu ulama dan dai populer di Indonesia yang berasal dari Sumatera Utara. Dai yang memiliki nama lengkap Prof. H. Abdul Somad, Lc., D.E.S.A., Ph.D., Datuk Seri Ulama Setia Negara ini memiliki garis keturunan dari ibunya yang bersambung kepada Tuan Syekh Silau Laut I yang merupakan Ulama Sufi bertarekat Syattariyah.

Dai yang berdarah Batak dan Melayu ini lahir pada 18 Mei 1977 di Desa Silo Lama, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Ustadz Abdul Somad atau yang akrab disapa dengan UAS ini lahir di lingkungan yang agamis, sehingga membentuknya menjadi sosok yang memiliki keinginan yang besar akan hal menuntut ilmu sejak dirinya masih kecil.⁵⁹

Sejak usia dini, Ustadz Abdul Somad telah diterapkan oleh orang tua dalam pendidikan berbasis Islam. Beliau mengawali masa pendidikannya di Sekolah Dasar Al-Washliyah Medan, dan melanjutkan ke Pesantren Darularafah Raya di Desa Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara selama satu

⁵⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 113.

⁵⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 9.

⁵⁹ Aprianto Rohman, Fandy. 2022. "Biografi Ustadz Abdul Somad dan Pola Dakwahnya", <https://www.gramedia.com/best-seller/biografi-ustaz-abdul-somad/>, diakses pada 4 Februari 2023.

tahun. Kemudian, UAS melanjutkan pendidikannya di Madrasah Aliyah Nurul Falah, Indragiri Hulu, Riau, dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 1996.⁶⁰

Setelah menamatkan pendidikan di Madrasah Aliyah Nurul Falah, Ustadz Abdul Somad melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kasim atau yang saat ini lebih dikenal sebagai UIN SUSKA selama dua tahun, yakni pada tahun 1996 hingga tahun 1998. Selanjutnya, Ustadz Abdul Somad berhasil meraih beasiswa untuk melanjutkan studinya di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, setelah berhasil mengalahkan 900 pelamar lainnya. Ustadz Abdul Somad terpilih menjadi salah satu dari 100 penerima beasiswa yang diberikan oleh Pemerintah Mesir. Dalam waktu 3 tahun 10 bulan, Ustadz Abdul Somad berhasil menyelesaikan studinya di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, dan memperoleh gelar Lc (*License*).⁶¹

Pada tahun 2004, Ustadz Abdul Somad melanjutkan studi pascasarjana di Institut Dar Al-Hadis Al-Hassania, Maroko, dengan memperoleh beasiswa dari Kerajaan Maroko. Dalam kelompok lima orang asing yang ditentukan, Ustadz Abdul Somad terpilih sebagai salah satu penerima beasiswa. Setelah menempuh waktu studi selama 1 tahun 11 bulan, Ustadz Abdul Somad berhasil menyelesaikan studi pascasarjana dan meraih gelar D.E.S.A (*Diplôme d'Etudes Supérieures Approfondies*) yaitu Diploma Studi Lanjutan.

Ustadz Abdul Somad berhasil memperoleh gelar doktor dengan predikat *cum laude* dari Omdurman Islamic University, Sudan pada tahun 2019. Pada tahun 2020, beliau meraih gelar Profesor Tamu dari Universitas Islam Sultan Sharif Ali (UNISSA), Brunei Darussalam.

Diketahui pada tahun 2009, Ustadz Abdul Somad bekerja di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) sebagai Dosen Bahasa Arab dan Tafsir Hadis. Selain itu, Ustadz Abdul Somad juga menjabat sebagai Dosen Agama Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Yayasan Masmur, Riau. Ustadz Abdul Somad juga aktif di MUI Provinsi Riau sebagai anggota, Sekretaris

⁶⁰ Setianto, Rochady. 2021. "Biografi Ustadz Abdul Somad", <https://www.scribd.com/document/388674419/Biografi-Ustadz-Abdul-Somad-docx#>, diakses pada 4 Februari 2023.

⁶¹ Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, (Jakarta: QultumMedia, 2018), 43-49.

Lembaga Bahtsul Masa'il Nahdlatul Ulama, dan anggota badan amil zakat di Riau dari tahun 2009 hingga tahun 2014.

Saat ini, Ustadz Abdul Somad gencar memberikan ceramah Agama Islam hingga berbagai pelosok Indonesia. Tidak hanya berdakwah secara luring, Ustadz Abdul Somad juga berdakwah secara daring melalui kanal YouTube. Hal ini membuat nama Ustadz Abdul Somad semakin marak dikenal oleh masyarakat melalui video-video ceramahnya yang viral.

Awal mula nama Ustadz Abdul Somad mencuat ke khalayak umum dikarenakan ilmu dan kepiawaiannya dalam mensyiarkan materi dakwah yang disajikan lewat sebuah kanal YouTube yang bernama Tafaqquh Online, yang kemudian didiseminasi di media sosial lainnya seperti Instagram, sebelum akhirnya Ustadz Abdul Somad membuat akun media sosial sendiri. Tercatat pada Bulan Desember 2022, pelanggan (*subscriber*) Ustadz Abdul Somad di kanal YouTube resminya yang bernama Ustadz Abdul Somad Channel berjumlah 3.300.000 *subscriber*, sedangkan pada akun Instagram resminya yang bernama @ustadzabdulsomad_official memiliki jumlah pengikut (*followers*) sebanyak 7.000.000 pengikut.

Selain ahli sebagai tenaga pendidik dan pendakwah, Ustadz Abdul Somad juga ahli sebagai penulis dan penerjemah bermutu yang produktif dalam bidang ilmu fikih, hadis, dan disiplin ilmu keislaman lainnya. Beberapa karya Ustadz Abdul Somad antara lain yaitu berupa karya ilmiah thesis, karya terjemahan, dan buku yang berjudul 37 Masalah Populer, 99 Pertanyaan Seputar Shalat, dan 33 Tanya Jawab Seputar Qurban.⁶²

B. Media Baru (*New Media*)

1. Pengertian Media Baru (*New Media*)

Media baru (*new media*) merupakan suatu istilah yang digunakan untuk merujuk pada teknologi dan platform digital yang tengah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Media baru juga dikenal sebagai masa peralihan dari media sebelumnya ke media yang lebih baru. Media baru (*new media*) memungkinkan pengguna untuk menghubungkan, menghasilkan, dan

⁶² Ni'amul Qohar, Mohammad Yusuf, *Abdul Somad, Lc., M.A Ustadz, Zaman Now*, (Yogyakarta: Mutiara Media, 2019), 22-23.

membagikan informasi dengan cara yang berbeda dengan media tradisional. Media baru mencakup berbagai bentuk platform digital seperti blog, situs web, media sosial, dan lain-lain.⁶³

Beberapa ahli memiliki teori tersendiri mengenai pengertian dari media baru (*new media*), berikut diantaranya:

1. Teori konvergensi, yaitu mengacu pada perubahan dalam industri media. Dimana teknologi digital memungkinkan konsumen menjadi produsen konten dan terdapat interaksi yang lebih besar antara media dan pengguna.⁶⁴
2. Teori jaringan, yaitu mengacu pada interaksi antara individu, organisasi, ataupun sistem dalam koridor media baru. Media baru mampu memberi ruang serta peluang untuk membangun jejaring sosial dan menghubungkan individu dengan cara yang tidak memungkinkan menggunakan media tradisional.⁶⁵
3. Teori partisipasi, yaitu teori yang menekankan bahwa media baru memberikan peluang untuk berpartisipasi yang lebih besar, dan bahwa partisipasi ini mampu memperkuat demokrasi dan keterlibatan masyarakat, serta pengguna atau masyarakat mampu menciptakan kolaborasi yang lebih baik dan konten yang lebih bervariasi.⁶⁶

Kehadiran media baru tentunya menggeser media-media tradisional, hadirnya media sosial menjadi salah satu bukti pergeseran tersebut. Dibandingkan dengan media tradisional yang bersifat lebih pasif dan terpusat, generasi milenial lebih suka dengan media baru yang lebih interaktif dan partisipatif.⁶⁷

⁶³ Lev Manovich, *The Language of New Media*, (Cambridge: MIT Press, 2001), 6-8.e2 o

⁶⁴ Henry Jenkins, *Covergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (New York: NYU Press, 2006), 13.

⁶⁵ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, (New Jersey: Wiley-Blackwell, 2010), 29.

⁶⁶ Clay Shirky, *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*, (New York: Penguin Press, 2011), 18-20.

⁶⁷ Livingstone. S., dan Das, R., "The End Of Audiences? Theoretical Echoes of Reception Amid the Uncertainties Of Use", *European Journal of Communication*, Vol. 28 No. 6 (Oktober, 2014), 615-629.

2. Pengertian YouTube dan Instagram

Masa generasi milenial ditandai dengan peningkatan penggunaan dan familiaritas terhadap komunikasi, media, dan teknologi digital. Sejak masih bersekolah, generasi milenial sudah sangat terbiasa dengan perangkat teknologi, dan menganggap internet sebagai kebutuhan dasar.⁶⁸

Generasi milenial dilahirkan saat teknologi sedang berkembang, dimuali dari televisi berwarna, telepon genggam, hingga berbagai teknologi digital lainnya yang sudah diperkenalkan. Maka dari itu, generasi milenial dapat dianggap sebagai generasi yang spesial, karena memiliki perbedaan dengan generasi-generasi sebelum mereka.⁶⁹

Tingginya angka penggunaan internet di dunia tidak terlepas dari hadirnya generasi milenial. Media sosial menjadi salah satu faktor pengaruh tingginya angka penggunaan internet pada kalangan generasi milenial.⁷⁰ Oleh sebab itu, media sosial seperti Youtube dan Instagram dapat menjadi sarana dakwah yang efektif pada generasi milenial seperti saat ini.

a. YouTube

YouTube adalah suatu situs web berbagi video yang populer, dimana para penggunanya dapat mengakses berbagai tontonan dan berbagi klip video. YouTube diresmikan pada 15 Februari 2005, didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed karim.⁷¹ Menurut penelitian yang dilakukan oleh We Are Social and Hootsuite, pengguna internet di Indonesia hingga Januari 2021 dengan rentang umur 16 tahun hingga umur 64 tahun mencapai 202,6 juta jiwa dan jumlah pengguna yang mengakses media sosial mencapai 170 juta jiwa. YouTube menjadi media sosial yang paling populer, sebab terdapat sebanyak 93,8% juta jiwa yang mengakses

⁶⁸ Putri Nimas Permata, "Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Generasi Milenial", Widyabastra: Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol. 5 No. 1 (Juni, 2017), 46.

⁶⁹ Arum Faiza, Salsabila J. Farida, dkk, *Arus Metamorfosa Milenial*, (Kendal: Penerbit Ernest, 2018), 2.

⁷⁰ Yuhdi Farimal, "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial", Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan, Vol. 22 No.1 (Juni, 2018).

⁷¹ Andika Handayanto, *Berani Sukses Karena Andal Memakai Youtube*, (Yogyakarta: Mediakom, 2014), 96.

media sosial tersebut dari jumlah keseluruhan populasi pengguna media sosial.⁷² Hal ini menjadikan YouTube sebagai salah satu media penyebaran dakwah yang efektif di era milenial saat ini, sebab YouTube mampu menjangkau ratusan juta penonton di Indonesia.⁷³

b. Instagram

Instagram berasal dari kata “instan dan telegram”, Instagram merupakan media sosial berbasis fotografi. Instagram resmi diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, pada hari pertama diresmikan Instagram berhasil mendapatkan 25.000 pengguna.⁷⁴ Seiring perkembangan teknologi, Instagram turut memberikan inovasi seperti penambahan fitur video, filter, dan lainnya. Menurut hasil penelitian sebuah agensi pemasaran digital asal Amerika Serikat, yaitu Omnicore mengatakan bahwa pengguna aktif di Instagram mencapai 1.000.000.000 pengguna setiap bulan dan 500.000.000 pengguna aktif setiap hari.⁷⁵ Januari 2023 pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89.000.015 pengguna, hal ini menjadikan Indonesia berada di posisi keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbesar di dunia.⁷⁶ Hal ini menunjukkan bahwa Instagram patut dijadikan salah satu media dakwah di masa kini.

C. Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Kata “milenial” berasal dari Bahasa Inggris, yaitu “millennium” atau “milenia” yang artinya masa seribu tahun.⁷⁷ Kata ini kemudian digunakan untuk merujuk pada masa setelah era globalisasi atau modern, yang dikenal sebagai *era postmodern* atau era kembali ke spiritualitas dan moralitas. Ada juga yang

⁷² Andi Dwi Riyanto, 2021. “Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021”, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, diakses pada 22 Juni 2022, Pukul 15.35 WIB.

⁷³ Aziz Setya Nurrohman dan Anwar Mujahidin, 2022. “Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan *Viewers* di Channel YouTube Jeda Nulis”, *Jurnal Studi Islam dan Masyarakat*, Vol. 01 No. 01 (Juni, 2022), 21.

⁷⁴ Atmoko Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 3-8.

⁷⁵ Omnicore, “Instagram by The Numbers: Stats, Demographics & FunFacts”, 2021, <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>.

⁷⁶ We Are Social, *Indonesian Digital Report 2023*, (Singapore: HootSuite, 2023), <https://wearesocial.com/us/>.

⁷⁷ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 955.

menyebutnya sebagai masa kembali ke ajaran agama, moral, akal, dan pengalaman empiris, serta menjauh dari hal-hal materialistik, sekularisme, hedonisme, dan transaksional (*era back to religion*).⁷⁸

Pemahaman modern lebih menekankan pada akal, empirisme, dan hal-hal yang bersifat materialistik, sekuler, hedonis, fragmentaris, dan transaksional, sehingga *era back to religion* atau *postmodern* muncul sebagai respons. Pandangan ini memisahkan antara urusan agama dengan urusan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, manusia bisa melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan landasan spiritual, moral, dan agama. Meskipun kemajuan teknologi seperti digital dan kloning sangat mengagumkan, tetapi jika tidak diikuti oleh landasan spiritual, moral, dan agama, dapat disalahgunakan untuk memenuhi nafsu dan keserakahan manusia.⁷⁹

Istilah milenial dipopulerkan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1987. Kala itu anak-anak kelahiran tahun 1982 memasuki masa prasekolah, dimana pada saat itu media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung pada generasi milenium baru yang pada saat lulus SMA di tahun 2000.⁸⁰

Mengenai pengertian generasi milenial, beberapa ahli memiliki beragam sudut pandang. Berikut ini pendapat atau sudut pandang dari beberapa ahli tersebut:

1. Elwood Carlson berpendapat bahwa, generasi milenial adalah kelompok manusia kelahiran antara tahun 1983 hingga tahun 2001.⁸¹
2. Lancaster dan Stillman, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1981 sampai tahun 1999.⁸²
3. Yakob menyebut generasi milenial dengan istilah generasi digital, yaitu anak-anak yang lahir antara tahun 1976 hingga 2000.⁸³

⁷⁸ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", Jurnal Jurusan KPI Fakultas Adab dan Dakwah IAIN Pontianak, (2018), 3.

⁷⁹ Abudin Nata, " Pendidikan Islam Di Era Milenial", Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 18 No. 1, (Juli, 2018), 10.

⁸⁰ William Strauss dan Neil Howe, *The Next Generation*, (Toronto: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000), 4.

⁸¹ Elwood Carlson, *The Lucky Few: Between In Greatest Generation and The Baby Boom*, (Florida: Springer Science + Busniess Media B.V., 2008), 18.

⁸² Lynnne Lancaster dan David Stillman, *When Generation Collide: Who They Are Why They Clash. How To Solve The Generation Puzzle at Work*, (New York: Collins Business, 2002), 42.

4. Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi mendefinisikan generasi milenial sebagai kelompok manusia yang lahir dalam periode antara tahun 1980 hingga tahun 2000. Milenial juga biasa dikenal sebagai generasi Y, yaitu merupakan kelompok demografis setelah generasi X yang lahir pada tahun 1960 sampai 1980.⁸⁴

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut, maka dapat diambil kesimpulan mengenai penentuan generasi milenial yaitu mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan tahun 2000.⁸⁵

2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki karakteristik unik yang dipengaruhi oleh faktor wilayah, kondisi sosial, dan ekonomi di mana mereka tumbuh dan berkembang. Salah satu ciri khas dari generasi milenial adalah peningkatan penggunaan dan keterampilan dalam komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan di era kemajuan teknologi, mereka cenderung kreatif, informatif, memiliki minat khusus pada hal tertentu, serta produktif. Generasi ini sangat bergantung pada teknologi dalam semua aspek kehidupannya, dengan mayoritas menggunakan ponsel pintar (*smartphone*) untuk menjadi lebih efisien dan produktif.

Dengan kemajuan teknologi yang semakin mutakhir, generasi milenial dapat memanfaatkannya untuk menciptakan berbagai peluang baru. Mereka memiliki karakteristik yang erat dengan komunikasi terbuka, sangat menggemari penggunaan media sosial, dan hidup terpengaruh oleh perkembangan teknologi. Selain itu, generasi milenial juga memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap politik dan ekonomi, sehingga mereka lebih responsif terhadap perubahan lingkungan sekitar dibandingkan dengan generasi sebelumnya.⁸⁶

Pada tahun 2010, Pew Research Center merilis laporan hasil penelitian mereka yang berjudul *Milenials A Portrait Of Generation Next*. Berdasarkan

⁸³ Yakob Ramzi, "Grow Up Digital: How The Next Generation is Changing Your World", *Jurnal Periklanan Internasional*, Vol. 28 No. 1 (Januari, 2015).

⁸⁴ Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, *Millennial Nusantara*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), 17.

⁸⁵ Ali Said, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial*, (Jakarta: Kementria Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 16-17.

⁸⁶ *Ibid.*, 18.

penelitian-penelitian tersebut, Pew Research Center mengemukakan karakteristik dari generasi milenial yaitu:

- a. Generasi milenial cenderung lebih mempercayai konten yang dihasilkan oleh pengguna (*User Generated Content*) dibandingkan dengan informasi yang hanya mengalir dari satu arah. Mereka cenderung tidak mudah mempercayai distribusi informasi yang bersifat sepihak dan lebih condong untuk mempercayai konten dan informasi yang dibuat oleh individu-individu.
- b. Generasi milenial lebih memilih ponsel pintar dibandingkan menggunakan televisi. Sehingga sebagian besar generasi milenial memiliki media sosial.
- c. Generasi milenial cenderung kurang minat membaca secara konvensional seperti membaca buku, koran, majalah, dan media cetak lainnya.
- d. Generasi milenial lebih cenderung menggunakan metode pembayaran nirtunai (*cashless*).
- e. Generasi milenial mengandalkan teknologi sebagai informasi yang terpercaya.⁸⁷

D. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung keberhasilan dari penelitian ini, maka penulis menjadikan acuan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang strategi dakwah Ustadz Abul Somad pada generasi milenial, diantaranya sebagai berikut:

1. Achmad Riad Firdaus mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam skripsi yang berjudul "*Strategi Dakwah Ustadz H. Gustiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Pendengar Tentang Ajaran Islam Melalui Program OPTIMIS (Obrolan Seputar Iman dan Islam) Di Radio CBB 105,4 FM*". Skripsi tersebut memuat perencanaan, tujuan, dan pelaksanaan dakwah Ustadz H. Gustiri melalui program OPTIMIS, serta menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Hasil penelitian

⁸⁷ Syarif Hidayatullah, "Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6 No.2 (Desember, 2018).

menunjukkan bahwa Ustadz H. Gustiri telah mempersiapkan perencanaan dakwah yang meliputi persiapan materi dakwah, metode dakwah, dan pemanfaatan media dakwah melalui Radio CBB 105,4 Fm untuk memaksimalkan strategi dakwahnya. Tujuan dakwah Ustadz H. Gustiri melalui program OPTIMIS dibagi menjadi dua, yaitu tujuan utama untuk mempertahankan, melestarikan, dan menyempurnakan umat Islam melalui siraman rohani di Radio CBB dalam acara OPTIMIS, dan tujuan khusus yaitu mengembangkan aktivitas dakwah demi mencapai tujuan yang maksimal. Ustadz H. Gustiri menggunakan radio sebagai tempat untuk menggalang ukhuwah islamiyah.⁸⁸

2. Tahta Nia Innada, seorang mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, telah melakukan penelitian dalam skripsi yang berjudul “*Strategi Dakwah Bagi Remaja Milenial (Studi Kasus Keluarga Remaja Masjid (KARISMA) Baitul Muttaqin Kauman Mranggen Demak)*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi dakwah, faktor pendukung, dan faktor penghambat strategi dakwah bagi remaja milenial di KARISMA Baitul Muttaqin Kauman Mranggen Demak. Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah bagi remaja milenial KARISMA Baitul Muttaqin Kauman Mranggen Demak telah mengadopsi berbagai tindakan dan memanfaatkan media sosial yang populer di kalangan remaja milenial sebagai media dakwah. Ada beberapa faktor pendukung yang dapat ditemukan, seperti kerja sama yang baik antara pengurus dan anggota, dukungan dari masyarakat, pengurus, takmir masjid, alumni, dan teknologi yang memudahkan, serta berbagai kegiatan yang dilakukan oleh KARISMA yang tidak membosankan dan dapat memotivasi anggota. Namun, ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi oleh KARISMA, seperti

⁸⁸ Achmad Riad Firdaus, “*Strategi Dakwah Ustadz H. Gustiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Pendengar Tentang Ajaran Islam Melalui Program Optimis (Obrolan Seputar Iman dan Islam) di Radio CBB 105.4 Fm*”. Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

sulitnya anggota mengatur waktu antara sekolah dan berorganisasi, serta kesulitan dalam menyatukan pendapat antara anggota.⁸⁹

3. Seorang mahasiswa bernama Muzayana dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan penelitian dalam skripsinya yang berjudul "*Strategi Dakwah Komunitas Terhadap Generasi Milenial (Penelitian Pada Komunitas Yuk Ngaji Jogja)*". Penelitiannya membahas strategi dakwah yang digunakan oleh komunitas Yuk Ngaji Jogja, faktor pendukung, dan penghambat dari program "Kapan Ngaji". Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi dakwah yang efektif adalah dengan melakukan penyesuaian materi, menentukan tema yang menarik, serta memilih media dan metode yang sesuai dengan segmentasi kajian. Faktor pendukung yang memudahkan komunitas dalam menyebarkan dakwahnya adalah kedekatan generasi milenial dengan media sosial, pemilihan materi yang menarik, dan lokasi yang strategis. Namun, jadwal perkuliahan mahasiswa dan kesibukan internal tim media Yuk Ngaji Jogja menjadi faktor penghambat yang mempersulit pelaksanaan program "Kapan Ngaji".⁹⁰

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

⁸⁹ Tahta Nida Innada, "*Strategi Dakwah Bagi Remaja Milenial (Studi Kasus Keluarga Remaja Masjid (KARISMA) Baitul Muttaqin Kauman Mranggen Demak)*". Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2019).

⁹⁰ Muzayana, "*Strategi Dakwah Komunitas Terhadap Generasi Milenial (Penelitian Pada Komunitas Yuk Ngaji Jogja)*". Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019).