



**POTRET DAKWAH DIGITAL DI ERA MODERNISASI: STUDI
MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

Moh. Anas

Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto

kanjenganas@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini mengkaji tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana berdakwah para da'i. Dalam hal ini media sosial ialah Instagram dan Youtube. Kedua media tersebut merupakan bagian dari media digital yang populer di masyarakat. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat studi pustaka. Studi pustaka dilakukan melalui data sekunder dari internet yakni media sosial seperti Instagram dan Youtube, serta mengkaji berbagai literatur terdahulu tentang pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan banyak para pelaku dakwah khususnya di Indonesia, yang menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Diantaranya, ustaz Hanan Attaki, ustaz Abdul Somad, dan ustaz Felix Siauw. Ustaz Hanan Attaki melalui Instagram dengan akun @hanan_attaki. Ustaz Abdul Somad melalui Instagram dengan akun @ustadzabdulsomad_official maupun Youtube akun @ustadzabdulsomadofficial. Serta ustaz Felix Siauw pada akun Instagram @felix.siauw dan akun Youtubanya yakni @FelixSiauw1453. Masing-masing konten dakwah mereka memiliki karakteristik tersendiri dalam pengelolaannya.

Kata kunci: Media Sosial, Dakwah Digital, Media Dakwah.

Abstract

This article examines the use of social media as a means of preaching the dai. In this case, social media is Instagram and Youtube. Both media are part of digital media that are popular in the community. This study uses a type of qualitative research in the form of a literature study. Literature studies are carried out through secondary data from the internet, namely social media such as Instagram and Youtube, as well as reviewing various previous literature on the use of Instagram and Youtube social media as da'wah media.

The results of the study show that many dai, especially in Indonesia, use social media as a means of da'wah. Among them, Ustaz Hanan Attaki, Ustaz Abdul Somad, and Ustaz Felix Siauw. Ustaz Hanan Attaki through Instagram with @hanan_attaki account. Ustaz Abdul Somad through Instagram with @ustadzabdulsomad_official and Youtube accounts @ustadzabdulsomadofficial. As well as Ustaz Felix Siauw on his Instagram account @felix.siauw adn Youtube account, namely @FelixSiauw1453. Each of their da'wah content has its own characteristics in its management.

Keywords: *Social Media, Da'wah Digital, Da'wah Media.*

PENDAHULUAN

Dunia sosial selalu mengalami perkembangan dan perubahan sedemikian cepat. Perkembangan dan perubahan tersebut seringkali dipengaruhi oleh intelektualitas dan perkembangan ilmu pengetahuan. Manusia merupakan pelaku pengembangan ilmu dan pengetahuan tersebut. Sehingga apapun yang saat ini berubah dan berkembang terjadi karena aktifitas manusia.

Manusia juga senantiasa mengupayakan perubahan. Jadi, manusia menjadi *agent of change* dan provokator perubahan. Dalam hal ini, modernisasi merupakan konsekuensi logis yang sulit dihindari dari adanya perkembangan ilmu pengetahuan. Adanya modernisasi yang tidak dapat dihindari adalah suatu keniscayaan yang diakui setiap orang.

Tetapi perubahan-perubahan yang mendasar yang terjadi dalam kehidupan manusia, dikhawatirkan akan berpengaruh terhadap perubahan moral. Modernisasi pun dikhawatirkan akan mengubah pola penghayatan keTuhanan dan nilai-nilai supranatural lainnya. Kemudian, modernisasi di satu sisi tidak dapat disangkal sebagai sebuah perubahan ke arah kemajuan. Di sisi lain, modernisasi tidak dapat disangkal pula sebagai pencetus kehancuran dan peruntuh nilai-nilai tradisional yang telah mapan. Sehingga sikap satu-satunya yang harus dikembangkan adalah menghadapinya dengan tingkat kedewasaan dalam berfikir dan berakidah.

Kemajuan zaman tidak dapat menyurutkan aktifitas dakwah Islam di seluruh dunia. Dakwah merupakan seruan atau anjuran untuk menyelamatkan manusia dari kesesatan, sehingga mengembalikan mereka sebagai fitrah manusia untuk hidup sepanjang ajaran Allah swt, beriman dan bertakwa kepadaNya. Tanpa dakwah, umat Islam dapat kehilangan

arah. Melalui dakwah, umat Islam menjadi saudara seperti pada potret idealitas. Dakwah Islam sebagai suatu petunjuk, wajib dilakukan agar Islam menjadi rahmat penyejuk bagi kehidupan manusia terutama di era modernisasi (Aziz, 2017). Dakwah dalam arti *amar ma'ruf nahi munkar* ialah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Ini menjadi suatu kewajiban fitrah manusia sebagai makhluk sosial dan kewajiban yang ditegaskan oleh Risalah Kitabullah dan Sunnah Rasul (Luth, 1999).

Urgensi dari suatu dakwah adalah untuk meluruskan cara pandang dan mengajak kebaikan manusia. Dakwah mempunyai makna penting dan berperan bagi kehidupan manusia yang lebih beradab dan Islami. Peran dakwah bagi masyarakat ialah untuk menciptakan kehidupan luhur sesuai dengan seruan Allah swt. Dakwah juga sebagai pemberian pandangan supaya masyarakat tidak melakukan kebatilan yang bisa merusak citra mereka sebagai hamba, serta mengajak mereka selalu melakukan kebaikan (Arabi, 2017).

Melalui dakwah, Islam tersebar ke seluruh penjuru dunia. Mengikuti perkembangan dan kemajuan di era modernisasi, aktifitas dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung (tatap muka), namun juga dilakukan melalui internet yakni media sosial. Kehadiran media sosial merupakan salah satu bentuk digitalisasi di era modern. Media sosial ialah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Muqsith, 2022).

Banyak pengguna media sosial khususnya pelaku dakwah dalam menyebarkan konten beragama melalui media sosial. Media sosial yang sering digunakan misalnya media sosial instagram dan youtube. Kedua jenis media sosial tersebut digunakan da'i untuk berdakwah sebagaimana segalanya serba digital di era modern.

METODE

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan ialah penelitian kualitatif bersifat studi pustaka. Studi pustaka dilakukan melalui data sekunder dari internet yakni media sosial seperti instagram dan youtube sebagai media dakwah di era digital. Penelitian ini menelusuri beberapa konten dakwah melalui media sosial tersebut. Metode kualitatif dengan studi pustaka dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur terdahulu tentang pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah Islam

Islam merupakan agama dakwah, yang mana kegiatan dakwah tidak terlepas dari agama Islam. Dakwah Islam merupakan perilaku atau aktifitas muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah. Dalam memahami definisi dakwah, ada beberapa pakar yang memberikan pendapat mengenai pengertian dakwah. Menurut Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, mendefinisikan dakwah sebagai aktifitas yang menciptakan perubahan sosial dan pribadi manusia yang didasarkan tingkah laku pelaku pembaharuannya. Sementara itu, Ahmad Ghalwasy memahami dakwah ialah ilmu yang digunakan untuk mengetahui beberapa seni menyampaikan kandungan ajaran Islam, diantaranya akidah, syariat, dan akhlak (B, 2016). Kemudian, menurut Abdul Karim Zaidan, dakwah adalah mengajak kepada agama Allah swt yaitu Islam (Aziz, 2017). Dari berbagai pengertian tersebut, dakwah ialah usaha mengubah manusia dari situasi yang tidak baik menjadi lebih baik dimana sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian dakwah adalah kegiatan peningkatan iman sesuai dengan syariat Islam (Aziz, 2017).

Dakwah menjadi suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama bagi pemeluknya (Zaini, 2015). Banyak ayat al-Qu'an ataupun Hadits Nabi Muhammad saw yang menjelaskan tentang dakwah Islam. Diantara ayat-ayat dakwah yang menyatakan tentang kewajiban dakwah secara tegas yaitu surah an-Nahl ayat 125, surah al-Imraan ayat 104, dan surah al-Maaidah ayat 78 dan 79. Ayat-ayat tersebut dengan jelas memerintahkan umat manusia untuk melakukan dakwah Islam (Aziz, 2017).

Aktifitas dakwah terdiri dari beberapa unsur yakni, pelaku dakwah (*da'i*), mitra dakwah (*mad'u*), pesan dakwah (*maadah*), metode dakwah (*uslub*), media dakwah (*wasilah*), serta efek dakwah (*atsar*). Pelaku dakwah (*da'i*) ialah orang yang melakukan dakwah baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilaksanakan secara individu, kelompok, ataupun organisasi. seorang *da'i* harus mampu mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah swt, alam semesta, kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, atas berbagai masalah yang dihadapi manusia. Selain itu, metode yang dihadirkannya menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak menyimpang dari ajaran Islam (Munir dan Ilaihi, 2012).

Mitra dakwah (*mad'u*) merupakan *audience*, pendengar, public, atau masyarakat yang menerima dakwah. Pada konteks dakwah, *mad'u* bisa secara individu, komunitas, ataupun masyarakat umum. *Mad'u* terdiri dari orang yang sudah beragama Islam ataupun belum masuk Islam. Dakwah Islam ditujukan untuk seluruh umat manusia yang baligh dan berakal bagaimanapun keadaannya. Tidak membedakan jenis kelamin, ras, profesi, wilayah dan lainnya dalam strata manusia. Dengan kata lain, mitra dakwah merupakan setiap manusia dari tingkatan zaman, dimana pun dan kapan pun manusia berada. Didalamnya tidak dibedakan warna kulit, status sosial, suku, status ekonomi, profesi, pendidikan, dan sebagainya, baik mereka yang beriman maupun tidak. Orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh selain sebagai *mad'u*, juga bisa sebagai *da'i* maupun aktivis dakwah (Jami dan Susanti, 2023).

Pesan dakwah adalah isi dakwah berupa kata, gambar, dan lainnya yang diharapkan bisa memberikan pemahaman hingga mengubah sikap dan perilaku mitra dakwah. Prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yakni al-Qur'an dan Hadis. Secara garis besar, pesan dakwah terdiri dari dua (2) yaitu pesan utama meliputi al-Qur'an dan Hadis, dan pesan penunjang selain al-Qur'an dan Hadis meliputi pendapat para shahabat Nabi saw, pendapat para ulama, hasil penelitian ilmiah, kisah dan pengalaman teladan, berita dan peristiwa, karya sastra, serta karya seni (Aziz, 2017).

Metode dakwah ialah cara yang ditempuh pelaku dakwah dalam melakukan dakwah. Menurut al-Bayanuni, metode dakwah merupakan cara yang ditempuh *da'i* dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah. Selain itu, Abdul Karim Zaidan mengartikan metode dakwah sebagai ilmu tentang cara melangsungkan penyampaian pesan dan cara mengatasi hambatan-hambatannya (Rosidi, 2023).

Sementara itu, media dakwah (*waasilah*) merupakan sarana atau alat yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah. Terdapat berbagai macam jenis media dakwah menurut Hamzah Ya'qub, seperti media lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak (Munir dan Ilaihi, 2012). Dalam hal ini, khususnya di era digital, terdapat pelaku dakwah yang menerapkan media baru (*internet*) sebagai media dakwah yang berupa media sosial.

Efek dakwah (*atsar*) disebut *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah (Munir dan Ilaihi, 2012). Dakwah senantiasa dimaksudkan untuk memengaruhi tiga (3) aspek perubahan pada diri penerima dakwah, yakni aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku. Hal ini serupa dengan pemahaman Jalaluddin Rahmat yang menyatakan tiga proses perubahan perilaku diantaranya, efek kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif muncul bila ada perubahan pada yang dirasakan, disenangi, ataupun dibenci khalayak. Dalam hal ini berkaitan dengan emosi, sikap, dan nilai. Selanjutnya efek behavioral, dimana efek ini menunjukkan perilaku nyata yang bisa diamati meliputi pola tindakan, kegiatan maupun kebiasaan perilaku (Aziz, 2017).

Unsur-unsur tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, melalui peningkatan iman dan takwa kepada Allah swt, serta menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam atau *amar ma'ruf nahi munkar*.

Modernisasi

Secara harfiah, istilah modern mengacu pemahaman “sekarang ini”. Istilah modern berhubungan dengan Eropa pada abad pertengahan, *Renaissance*, Aufklarung, hingga abad ke-19 dan ke-20 yang menjadi capaian puncaknya. Ungkapan modernisasi juga diasosiasikan dengan kemajuan atau evolusi.

Modernisasi merupakan gejala universal. Manifestasi proses globalisasi pertama kali terlihat di Inggris pada abad ke 18, yang dikenal sebagai Revolusi industri. Awalnya proses tersebut menyebar ke wilayah-wilayah yang memiliki kebudayaan sama dengan Inggris, yaitu Eropa dan Amerika Utara. Kemudian menyebar ke kawasan-kawasan yang memiliki kebudayaan berbeda dengan Inggris, seperti di Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Aspek spektakuler dari modernisasi ialah pergantian teknik produksi dimana terjadi teknik produksi yang bertumpu pada penggunaan “energi bernyawa” beralih ke “energi tak bernyawa” sebagaimana pada revolusi industri (Kahmad, 2006). Pada umumnya, dimensi modern selalu mendahulukan keunggulan rasionalitas, positivistik, dan ilmiah. Menurut Ritzer dan Godman, dunia modern merupakan sebuah sangkar besi sistem rasional (Hanani, 2011).

Modernisasi merupakan konsekuensi logis yang sulit dihindari dari adanya ilmu pengetahuan. Diketahui dari sejarah modernisasi, ilmu pengetahuan yang membawa sebuah dunia pada peradaban lain yang maju dan menjanjikan. Di Barat, saat era pencerahan atau zaman renaissance dimana kegelapan diubah oleh ilmu pengetahuan. Kecerahan sebuah peradaban sangat dipengaruhi dan tidak bisa dilepaskan dari peranan dan perkembangan ilmu. Era pencerahan inilah yang telah membawa perubahan sosial hingga muncul era modern.

Sejak zaman pencerahan, dunia ilmu pengetahuan bersifat positivistik dengan meletakkan dominasi ilmu-ilmu empiris, jelas beserta metodologinya sebagai paradigma. Sejak era tersebut muncul dikotomi antara kebenaran berdasarkan ilmu pengetahuan dengan kebenaran berdasarkan agama, yang pada zaman sebelumnya kebenaran selalu dipegang oleh agama (gereja). Masa akhir abad ke 18 merupakan awal zaman baru, saat masyarakat dunia mulai melakukan modernisasi, terutama di berbagai negara Eropa Barat setelah mengalami revolusi industri, sebagai akibat ditemukannya mesin uap oleh James Watt. Sebagai penerapan ilmu pengetahuan dalam setiap aspek kehidupan, modernisasi berakar pada kesadaran abad sebelumnya atau abad ke 14 yang dinamakan abad pencerahan (Kahmad, 2006).

Pada era kolonialisme di negara-negara berkembang yang diterapkan oleh negara-negara industri saat itu, konsep modernisasi dikembangkan sedemikian rupa dan sistematis untuk membangun negara-negara berkembang. Mereka juga memodernisasikan budaya dan tradisi yang sudah ada dan sudah berakar di negara berkembang tersebut. Dalam hal ini, praktik kolonialisme telah membuat sebuah wajah baru bagi negara berkembang yang selama ini dipenuhi tradisionalitas dan terbelakang, kini sudah berubah menjadi negara modern. Maka, mulai berkembang proyek dan gerakan modernisasi di berbagai negara berkembang.

Dakwah Digital

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, dakwah merupakan usaha mengubah manusia dari situasi yang tidak baik menjadi lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Di masa modernisasi, aktifitas dakwah telah mengikuti perkembangan khususnya dalam mengadopsi media atau sarana yang untuk menyampaikan dakwah, yakni media sosial yang merupakan wujud dari produk era modern. Pemanfaatan media sosial menjadi

salah satu cara agar keberlangsungan dakwah bisa dikenal secara luas terutama hingga internasional. Dakwah era modern bisa disebut dengan dakwah digital yakni dakwah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang canggih. Eksistensi dakwah digital menjadi kebutuhan bagi masyarakat (Jaya dkk, 2024).

Dakwah di era digital mengharuskan para pelaku dakwah untuk kreatif melakukan inovasi. Dalam memasifkan konten dakwah di ruang digital, syarat utamanya ialah para da'i harus mengenal lebih dalam dan mampu memproduksi konten dakwah dengan perangkat digital terutama media sosial. Konten dakwah harus dibuat secara menarik dan mengakomodasi kecenderungan masyarakat di era digital, dimana mereka senang akan sesuatu yang bersifat instan dan sederhana. Ini merupakan bentuk dakwah yang selaras dengan semangat zaman.

Model dakwah digital harus mampu memanfaatkan beberapa perangkat digital seperti media sosial Youtube, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter dan sebagainya, untuk digunakan para da'i berdakwah. Media sosial sebagai sarana dakwah merupakan cara yang cukup strategis mengingat negara Indonesia menjadi salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya menggunakan media sosial. Dalam hal ini, banyak masyarakat Indonesia yang tidak asing lagi dengan keberadaan media sosial. Penggunaan media sosial untuk dakwah memungkinkan para da'i mengelola lingkup dakwah yang sangat besar, melintasi berbagai tingkatan usia mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga para orang tua (Jaya dkk, 2024).

Media Sosial sebagai Media Dakwah

Media dakwah merupakan sarana atau alat yang digunakan pelaku dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah. Era saat ini, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan diatas mimbar, namun bisa dilakukan kapan pun dan dimana pun. Salah satunya disampaikan melalui media sosial. Media sosial menurut Boyd dan Nasrullah, merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seseorang maupun sekelompok orang (komunitas) untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, bahkan bekerjasama atau bermain. Van Dijk mengungkapkan bahwa media sosial ialah *platform* media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang menyediakan mereka untuk melakukan kegiatan atau bekerjasama (Sari dkk, 2018). Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan

teknologi Web 2.0, serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Cahyono, 2017).

Terdapat berbagai macam *tools* dan teknologi media sosial yang terdiri dari proyek gabungan seperti Wikipedia, blogs seperti Wordpress, mikroblogs seperti Twitter, komunitas *content* seperti Youtube, situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Path, *virtual game worlds* seperti *World of Warcraft*, dan semua akses berbasis internet lainnya (Anwar, 2017). Dalam hal ini, salah satu penggunaan media sosial atau jejaring sosial sebagai media dakwah ialah Instagram dan Youtube.

Instagram ialah sebuah aplikasi sharing foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Media sosial ini dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 maupun terbaru, serta telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas dan Windows Phone 8 (Akbar, 2022).

Instagram menurut A. Jackson merupakan aplikasi berbagi foto yang popularitasnya mengalami peningkatan sejak tahun 2010 dengan 500 juta lebih pengguna. Instagram dianggap sebagai media sosial yang menarik karena aplikasi ini memfasilitasi foto dan video durasi singkat, meningkatkan citra, dan hubungan reciprocal dibandingkan media sosial lain yang fokusnya pada kicauan (Sakti dan Yulianto, 2018).

Media sosial instagram memiliki beberapa fitur layanan diantaranya, pengikut (*followers*), mengunggah foto dan video (*share*), judul foto (*caption*), *mention/arroba*, hashtag, *geotag/* lokasi, tanda suka (*like/love*), *direct message*, *Instagram stories*, siaran langsung, IGTV, editing, dan komentar. Berbagai fitur tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah Islam.

Selain Instagram, para da'i juga menggunakan Youtube sebagai sarana menyebarkan dakwah. Youtube merupakan sebuah situs web video sharing populer, dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi video secara gratis. Secara umum, video yang ada di Youtube adalah video clip, film, dan TV. Media sosial ini juga digemari masyarakat mulai anak-anak hingga dewasa (Khadijah, 2019). Seperti halnya Instagram, media Youtube juga mempunyai berbagai fitur untuk membagikan video para pengguna. Fitur-fitur tersebut meliputi pilih video yang akan ditampilkan di halaman beranda,

berlangganan saluran, lewati durasi video, tonton video terkait sambil menonton, nonaktifkan AutoPlay video Youtube, serta ubah kualitas video youtube di aplikasi (Yusriani, 2022). Adapun beberapa penggunaan Instagram maupun Youtube sebagai media dakwah oleh da'i diantaranya;

1. Dakwah ustaz Hanan Attaki

Penggunaan Instagram sebagai media dakwah diantaranya dilakukan seorang da'i yang dikenal masyarakat luas yakni ustaz Hanan Attaki pada akun Instagram @hanan_attaki. Adapun tampilan akun instagramnya sebagai berikut:



Beberapa konten dakwah yang disebarakan melalui Instagram beliau salah satunya sebagai berikut:



Instagram sebagai sarana dakwah ustaz Hanan Attaki juga diungkapkan dalam tulisan Zulecha dan kawan-kawan berjudul “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)”, didalamnya disebutkan bahwa media Instagram sebagai penyiaran informasi keagamaan, sebagai akselerasi mobilitas dakwah Islam, sebagai media pendidik atau pemberian motivasi, serta sebagai kegiatan kampanye media dakwah (Zulaecha dkk, 2023).

Instagram ustaz Hanan Attaki sebagai media dakwah juga serupa dengan tulisan Inderasari dan kawan-kawan berjudul “Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial *Instagram*”. Didalamnya diuraikan beberapa penggunaan bahasa dakwah ustaz Hanan Attaki yang mempunyai karakteristik, misalnya menggunakan ragam bahasa gaul, campuran kode dalam bahasa Arab dan bahasa Inggris, serta menggunakan beberapa gaya bahasa repetisi yakni asonansi, kiasmus, epizeukis, anafora, dan simplek (Inderasari dkk, 2019). Beberapa bahasa tersebut digunakan untuk berdakwah oleh ustaz Hanan Attaki di Instagram.

Dakwah ustaz Hanan Attaki di Instagram juga diungkapkan dalam tulisan Mustafid dan kawan-kawan berjudul “Kontribusi Dakwah Ustaz Hanan Attaki terhadap Anak Muda di Media Sosial Instagram”, yang menyebutkan bahwa dakwah ustaz Hanan Attaki di media sosial Instagram sebagian besar menyinggung tentang motivasi nasihat untuk anak muda supaya semangat menjalani kehidupan beragama. Hasil penelitiannya juga menjelaskan tentang dakwah ustaz Hanan Attaki memiliki gaya dan karakter khas yang membuatnya berbeda dengan da’i lain, bahkan beliau memiliki gerakan pemuda hijrah yang didalam organisasinya merangkul para pemuda yang ingin belajar agama Islam atau lebih mendekatkan diri kepada Allah swt. Bahkan beliau membuat sekolah alam yang disebut pesan_trend dan santrinya mayoritas digandrungi anak muda (Mustafid dkk, 2023).

Berbagai penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana melakukan dakwah sudah diterapkan da’i yakni ustaz Hanan Attaki, yang didalamnya memuat konten dakwah khususnya bagi anak muda.

2. Dakwah ustaz Felix Siauw

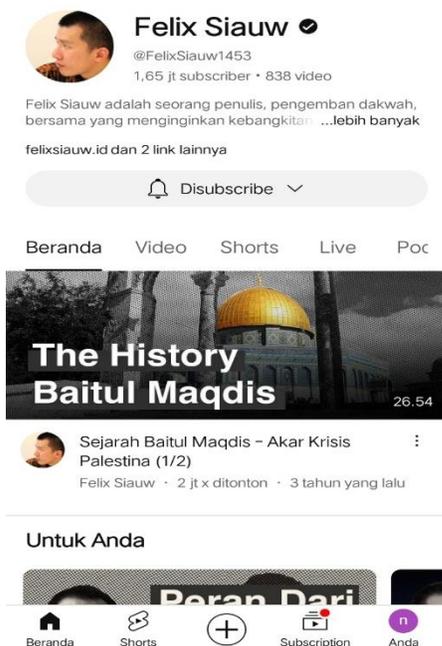
Sebagai da’i yang terkenal di Indonesia, ustaz Felix Siauw juga menyebarkan dakwah Islam melalui Instagram dengan nama akun @felix.siauw dan Youtube pada akun @FelixSiauw1453. Tampilan akun Instagram ustaz Felix Siauw ialah sebagai berikut:

Moh Anas



Dakwah di Instagram oleh ustaz Felix juga diungkapkan pada tulisan Ulfa Kahirina berjudul “Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram”. Tulisan tersebut dimaksudkan untuk melihat strategi komunikasi Islam oleh ustaz Felix Siauw melalui Instagram sebagai sarana dakwah. Dalam memanfaatkan Instagram sebagai dakwah, beliau memfokuskan pada penataan feeds dan filter foto untuk menarik kaum milenial sebagai penerima dakwah (*mad'u*). Selain itu juga menggunakan penulisan caption yang komunikatif dan informatif dalam komunikasi Islam dengan pengguna Instagram lainnya, yang sekaligus membuka komunikasi dengan gaya komunikasi, menerapkan filter dan feed, foto, video maupun caption (Khairina, 2020).

Selain melalui Instagram, ustaz Felix juga menggunakan Youtube sebagai media dakwah. Tampilan akun Youtube ustaz Felix Siauw sebagai berikut:



Dari gambar tersebut, akun youtube ustaz Felix sudah menghasilkan berbagai macam video sebanyak 838 konten. Beberapa pesan dakwah yang diungkapkan ustaz Felix Siauw di akun Youtubanya misalnya tentang Baitul Maqdis, Ramadhan, Pernikahan, Syariat Allah swt, Kebaikan, kebenaran dan keindahan, Better family, dan lain-lain.

3. Dakwah ustaz Abdul Somad

Sebagai seorang da'i, ustaz Adul Somad juga melakukan dakwah secara digital melalui media sosial Instagram dan Youtube. Dakwah beliau melalui akun Instagram @ustadzabdulsomad_official sesuai pada tampilan akun berikut:



Berbagai konten dakwah pada akun Instagram ustaz Abdul Somad misalnya tentang hari Raya Idul Adha, berkorban, sedekah, dan sebagainya. Instagram sebagai sarana dakwah oleh ustaz Abdul Somad juga sebagaimana pada tulisan berjudul “*Content Strategy Three Dai Famous on Instagram*” oleh Ulfa Khairina. Dalam dakwahnya, ustaz Abdul Somad memiliki karakter konten tersendiri, yang mana beliau menggunakan Instagram sebagai dokumentasi visual dari kegiatan dakwah dan pengelolaan pesantren. Ustaz Abdul Somad menggunakan Instagram sebagai PR kontemporer dan *personal branding* (Khairina, 2021).

Sedangkan akun Youtube ustaz Abdul Somad sebagaimana sesuai tampilan berikut:



Dakwah ustaz Abdul Somad melalui akun Youtube @ustadzabdulsomadofficial memuat berbagai video konten dakwah tentang Shalat, Mempererat hubungan dengan Allah swt, Berqurban, Silaturahmi, Sedekah, Ramadhan, dan sebagainya. Kegiatan dakwah yang dilakukan ustaz Abdul Somad melalui Youtube juga diungkapkan dalam tulisan Dedek Syahputra dan lainnya berjudul “Metode dan Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Sosial Youtube”. Didalamnya menjelaskan tentang metode dakwah yang diterapkan ustaz Abdul Somad yakni metode Al-hikmah, metode Al-mauidzah al-hasanah, dan metode Al-mujadalah. Sedangkan strategi dakwahnya meliputi strategi rasional atau *manhaj Aq’li* teknik siasat yang diterapkan Youtube, Instagram, dan facebook (Syahputra dkk, 2023).

Dari beberapa konten dakwah yang digunakan para pelaku dakwah diatas, menunjukkan adanya perkembangan dan kemajuan media dakwah melalui penerapan digital. Keberadaan media sosial yang semakin beragam seperti media sosial Instagram dan Youtube, memungkinkan untuk dimanfaatkan sebagai sarana berdakwah. Khususnya mayoritas masyarakat di Indonesia sering menggunakan kedua media digital tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Modernisasi merupakan konsekuensi logis yang sulit dihindari dari adanya ilmu dan pengetahuan. Modernitas juga memiliki efek tersendiri. Gerakan modernisasi telah banyak membawa keterputusan nilai-nilai. Adanya keterputusan nilai tersebut, Naisbitt menyebutnya *zona mabuk teknologi* yang mana akan selalu haus akan kecanggihan teknologi yang tidak terbatas. Kondisi seperti ini merupakan situasi dimana manusia menghadapi keterenggutan makna hidup. Dimana jiwa terputus dari nilai-nilai moral maupun agama yang mengakibatkan kehampaan hidup.

Adanya situasi dan kondisi tersebut, kehadiran dakwah berperan penting dalam kehidupan manusia. Urgensi dari suatu dakwah adalah untuk meluruskan cara pandang dan mengajak kebaikan manusia. Dakwah mempunyai makna penting dan berperan bagi kehidupan manusia yang lebih beradab dan Islami. Dakwah era modern diterapkan secara digital dalam menjangkau umat manusia secara global. Dakwah digital dilakukan melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube. Sekian dari banyaknya para da'i diantara beberapa yakni ustaz Hanan Attaki, ustaz Abdul Somad, dan ustaz Felix Siauw.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, S. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Akbar, Z. A. (2022). Kebun Binatang Surabaya Menghadapi Pandemi Covid 19. In *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata* (p. 103). Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Anwar, F. (2017, April). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 138.
- Arabi, K. S. (2017). *Dakwah dengan Cerdas*. Yogyakarta: Laksana.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Cahyono, A. S. (2017). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 142.
- Hanani, S. (2011). *Menggali Interelasi Sosiologi dan Agama*. Bandung: Humaniora.
- Inderasari, E., Lestari, B., & Achsani, F. (2019, Mei). Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Jurnal Jalabahasa*, 15(1), 1.
- Jami, D. Z., & Susanti, I. (2023). *Dakwah Marjinal Konsepsi dan Implementasi*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Kahmad, D. (2006). *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Khadijah, U. L. (2019). Teknologi Komunikasi Informasi dan Advertising "Pop-Up Youtube Meraih Keuntungan". In *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer* (p. 407). Bandung: Unpad Press.
- Khairina, U. (2020). Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(2), 14.

- Khairina, U. (2021, Januari-Juni). Content Strategy Three Dai Famous on Instagram. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 27(1), 78.
- Lubis, C. K., Nasution, A. M., Nasihin, A., Leliana, A., Atiqoh, Prabowo, E., . . . W., Syifani. (2024). *Komunikasi Dakwah Era Digital*. Jakarta: Publica Indonesia Utama.
- Luth, T. (1999). *M. Natsir, Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2012). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Muqsith, M. A. (2022). *Pesan Politik di Media Sosial 'Twitter'*. Surabaya: CV, Jakad Media Publishing.
- Mustafid, A., Nuraida, & Walian, A. (2023). Kontribusi Dakwah Ustadz Hanan Attaki terhadap Anak Muda di Media Sosial Instagram. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1), 150-151.
- Rosidi. (2023). *Metode Dakwah Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018, September). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Interaksi Online*, 6(4), 2.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 73.
- Syahputra, D., Santalia, I., & Hamiruddin. (2023, Agustus). Metode dan Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube. *Jurnal Mercusuar*, 4(2), 187.
- Yusriani, M. N., & Syahputra, E. (2022, Juli). Pemanfaatan Aplikasi You Tube Sebagai Media pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 217.
- Zaini, A. (2015, Juni). Dakwah melalui Televisi. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 2.
- Zulaecha, N. N., Hafidz, Pertiwi, B. N., & Nashihin, H. (2023, July). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustaz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534.