

## **BAB IV**

### **DAKWAH DI ERA MILENNIAL**

#### **A. Era Milennial**

Kosa kata milenial berasal dari bahasa Inggris millennium atau milenia yang berarti masa seribu tahun.<sup>1</sup> Millennia selanjutnya menjadi sebutan untuk sebuah masa yang terjadi setelah era global, atau era modern. Karena itu era milenial dapat pula disebut sebagai era post-modern. Era ini oleh sebagian dapat dipakai dan diartikan sebagai *era back to religion*. Yaitu masa kembali kepada ajaran spiritual, moral, akal, empirik dan hal-hal yang bersifat materialistik, sekuralistik, hedonistik, pragmatik, dan transaksional.<sup>2</sup> Yaitu pandangan yang memisahkan urusan dunia dengan urusan akhirat akibat dari kehidupan yang sedemikian itu manusia jadi berbuat tanpa landasan spiritual, moral dan agama. Kehidupan yang sekarang telah menghantarkan manusia kepada tahap membuat sesuatu yang mengagumkan, seperti digital technology, cloning dan sebagainya. Namun karena tidak disertai landasan spiritual, moral dan agama, semua temuan yang mengagumkan itu telah pula digunakan manusia untuk mendukung selera hawa nafsunya.

Menurut Manheim milenial adalah suatu konstruksi sosial dimana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historik yang sama. Lebih lanjut Manheim menjelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari era milenial atau generasi milenial adalah

---

<sup>1</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Jakarta, 2008, hlm. 955

<sup>2</sup> Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milennial*, Jurnal Jurusan KPI Fakultas Adab Dan Dakwah IAIN, Pontianak, t.th, hlm. 3

mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryder yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.<sup>3</sup>

Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.<sup>4</sup> Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti E-mail, SMS, instant massaging, dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons 2004) lebih lanjut Lyons mengungkapkan ciri-ciri dari generasi Y adalah :

1. Karakter masing-masing individu berbeda.
2. Tergantung dimana iya dibesarkan.
3. Strata ekonomi.
4. Sosial keluarga.
5. Pola komunikasinya sangat terbuka dibandingkan sebelumnya.
6. Pemain media sosial yang fanatik.
7. Kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi.

Sehingga mereka sangat terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi disekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan. Adapun karakteristik yang dibentuk pada generasi milenial adalah kecanduan internet, percaya diri dan harga diri tinggi serta lebih terbuka

---

<sup>3</sup> Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, t.tp. Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak, hlm. 13

<sup>4</sup> MIX MarComm, *Millennials*, Fantasiois Loveable, Jakarta, 2018, hlm.11

dan toleransi terhadap perubahan.<sup>5</sup> Penelitian dari (Huyber 2011) memperlihatkan gaji, pemberian pengakuan untuk individu, jadwal kerja fleksibel, career advancement sebagai faktor yang paling penting bagi generasi milenial ditentukan oleh faktor intristik seperti kesempatan untuk kepemilikan organisasi, pemberian pelatihan persepsi atas dukungan supervisor, pekerjaan yang bervariasi dan bermakna, dan keseimbangan antara kehidupan-kehidupan pekerjaan. Studi tentang generasi milenial dunia, terutama di Amerika, sudah banyak dilakukan. Diantaranya studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) bersama University of Berkley tahun 2011 dengan mengambil tema *American Milenials Deciphering The Enigma Generation*.<sup>6</sup>

Tahun sebelumnya, 2010 *Pew Reserch Center* jug merilis laporan riset dengan judul *Milenials A Portrait of Generation Next*. Berdasarkan penelitian-penelitian itu, inilah karakteristik milenial tersebut.

1. Milenial lebih percaya *User Generated Content* (UGC) dari pada informasi searah. Bisa dibilang milenial tidak percaya lagi kepada distribusi informasi yang bersifat satu arah. Mereka tidak percaya terhadap perusahaan besar dan iklan sebab lebih mementingkan pengalaman pribadi ketimbang iklan atau review konvensional. Dalam hal pola konsumsi, banyak dari mereka memutuskan untuk membeli produk setelah review atau testimoni yang dilakukan oleh orang lain di internet. Mereka juga tak segan-segan membagikan pengalaman buruk mereka terhadap suatu merek.
2. Milenial lebih memilih ponsel dibandingkan TV

---

<sup>5</sup> Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia....*, hlm 17

<sup>6</sup> Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia....*, hlm 17

Generasi ini lahir di era perkembangan teknologi, internet juga berperan besar dalam keberlangsungan hidup mereka. Maka televisi bukanlah prioritas generasi milenial untuk mendapatkan informasi atau melihat iklan. Bagi kaum milenial iklan pada televisi biasanya dihindari. Generasi milenial lebih suka mendapat informasi dari ponselnya, dengan mencarinya ke google atau perbincangan pada forum-forum yang mereka ikuti, supaya tetap up-to-date.<sup>7</sup>

### 3. Milennial wajib punya media sosial

Komunikasi diantara generasi milenial sangatlah lancar. Namun bukan berarti komunikasi itu selalu terjadi dengan tatap muka, tapi justru sebaliknya. Banyak dari kalangan milenial melakukan semua komunikasinya melalui text messaging atau juga chatting di dunia maya, dengan membuat akun yang berisikan profil dirinya, seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* hingga *Line*. Akun media sosial juga dapat dijadikan tempat untuk aktualisasi diri dan ekspresi, karena apa yang ditulis tentang dirinya adalah apa yang akan semua orang baca.<sup>8</sup>

### 4. Milennial kurang suka membaca secara konvensional

Populasi orang yang membaca buku turun drastis pada generasi milenial. Bagi generasi ini tulisan dinilai memusingkan dan membosankan. Generasi milenial bisa dibilang lebih menyukai melihat gambar, apalagi jika menarik dan berwarna. Walaupun begitu milenial yang masih hobi membaca buku masih tetap ada. Namun mereka sudah tidak membeli buku

---

<sup>7</sup> Syarief Hidayatullah, *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-food*, Jurnal Fakultas Bisnis Dan Ekonomi Universitas Merdeka, Malang, hlm 242

<sup>8</sup> Syarief Hidayatullah, *Perilaku Generasi Milenial....*, hlm 242

di toko buku lagi. Mereka lebih memilih membaca buku online di (*E-Book*) sebagai salah satu solusi yang mempermudah generasi ini, sudah banyak penerbit yang menyediakan format *E-Book* untuk dijual, agar para pembaca dapat membaca dalam ponsel pintarnya.

5. Millennial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka

Kini semua serba digital dan online, tak heran generasi millennial juga menghabiskan hidupnya hampir senantiasa online 24/7. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung, namun dengan cara yang berbeda, yaitu dengan berselancar di dunia maya, sehingga mereka jadi tahu segalanya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja, mendapatkan informasi dan kegiatan lainnya, generasi millennial adalah generasi yang sangat modern, lebih dari pada orang tua mereka, sehingga tidak jarang merekalah yang mengajarkan teknologi pada kalangan orang tua.<sup>9</sup>

6. Millennial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif

Diperkirakan pada tahun 2025 mendatang, millennial akan menduduki porsi tenaga kerja diseluruh dunia sebanyak 75 persen.<sup>10</sup> Kini tak sedikit posisi pemimpin dan maneger yang telah diduduki oleh millennial. Seperti diungkap oleh riset sociolab, kebanyakan dari millennial cenderung meminta gaji tinggi, meminta jam kerja fleksibel, dan meminta promosi dalam waktu setahun. Mereka juga tidak loyal dalam suatu pekerjaan atau perusahaan, namun lebih loyal terhadap merek. Millennial biasanya hanya

---

<sup>9</sup> Kalfaris Lalo, *Menciptakan Generasi Milenial berkarakter Dengan Pendidikan Karakter Guna Menyongsong Era Globalisasi*, Jurnal Ilmu Kepolisian ISSN: 2620-5025, Volume 12, No 2, 2018, hlm. 3

<sup>10</sup> MIX Marcomm, *Millennials....*, hlm 43

bertahan disebuah pekerjaan kurang dari tiga tahun. Namun demikian, sebab kaum milenial hidup di era informasi yang menjadikan mereka tumbuh cerdas, tak sedikit perusahaan yang mengalami kenaikan pendapatan karena mempekerjakan milenial.

7. Milenial mulai banyak melakukan transaksi secara *cashless*

Semuanya semakin mudah dengan kecanggihan teknologi yang semakin maju ini, maka pada generasi milenial pun mulai banyak ditemukan transaksi pembelian yang sudah tidak menggunakan uang tunai lagi alias *cashless*. Generasi ini lebih suka tidak repot membawa uang, karena hampir semua pembelian bisa dibayar menggunakan kartu, sehingga lebih praktis. Mulai dari transportasi umum, hingga berbelanja baju dengan kartu kredit dan kegiatan jual beli lainnya.<sup>11</sup>

Di era teknologi komunikasi dan informasi dirasakan berkembang secara luar biasa. Internet dan media sosial bisa dikatakan sebagai tonggak dari penemuan terbesar perangkat teknologi komunikasi dan informasi yang memberikan dampak terbesar bagi manusia. Situasi kekinian bisa dikatakan masyarakat tidak terlepas dari ketergantungan perangkat pada teknologi. Salah satu fenomena penting pada globalisasi telah melahirkan generasi gadget, istilah yang muncul menandai munculnya generasi milenial. Oleh karena itu peluang untuk melakukan dakwah di era milenial ini mempunyai banyak cara, salah satunya menggunakan teknologi internet untuk melakukan dakwah.

---

<sup>11</sup> Kalfaris Lalo, *Menciptakan Generasi Milenial.....*, hlm 4

## B. Media Dakwah Era Milennial

Salah satu media yang tengah digandrungi oleh masyarakat milenial sekarang ini adalah media sosial. Media sosial merupakan salah satu dari produk cyberspace, yaitu tempat kita berada saat mengarungi dunia informasi global interaktif yang bernama internet. Internet adalah jaringan telekomunikasi satelit global. Seiring dengan kehadirannya yang diminati banyak kalangan, media sosial mengalami banyak perkembangan, antara lain dengan lahirnya beragam media sosial untuk berdakwah di era milenial ini seperti Blog, Facebook, Whatsapp, Instagram, twitter, Youtube dan sebagai bentuk media dakwah di era milenial sekarang ini.

Selanjutnya dalam pembahasan ini media dakwah di era milenial akan penulis bahas berkaitan dengan media sosial yang marak digunakan oleh kaum milenial sekarang ini.

### 1. Web Blog

Blog merupakan situs yang menyerupai *diary* karena isi situs tersebut ditulis secara kronologis, menyerupai buku diari.<sup>12</sup> Web blog adalah halaman umum web yang berisi tentang personalitas pembuatnya, berisi jurnal yang dapat diakses oleh semua orang. Dengan kata lain, web blog merupakan tipe situs web yang isinya seperti jurnal, diurutkan secara kronologis. Isinya berupa berita atau komentar atas suatu peristiwa tertentu mulai dari hal yang “berat”

---

<sup>12</sup> Web blog pertama kali muncul sekitar tahun 1993. Sebelum blog menjadi terkenal, komunitas digital telah mempunyai beberapa forum diskusi seperti Usenet, Milis, dan BBS (*Bulletin Board System*). Pada tahun 1990, sebuah software forum internet yaitu WebEx, dibuat dengan system percakapan berdasarkan urutan pesan.

sampai hal yang “ringan”, dari masalah politik sampai masalah makanan. Web blog bisa berisi teks, gambar, music, video, link ke web blog lain atau juga berisi kombinasi dari hal-hal tersebut.

Dakwah melalui blog merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da’i dalam melakukan aktivitas dakwah. Penggunaan media blog sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Dakwah melalui blog dilakukan dengan membuat tulisan (*posting*) yang mengandung nilai-nilai dakwah. Agar blog menarik, maka perlu dilakukan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Menggunakan kata-kata yang menarik pada judul posting.

Selain judul yang menarik perhatian, judul juga harus selaras dengan isinya dan judul posting sebaiknya diatur sedemikian rupa agar bisa menarik minat pengunjung blog.

- b. Menggunakan gambar atau tampilan yang menarik

Gambar yang menarik akan membuat mata cepat menangkapnya. Ini menjadi awal untuk menarik perhatian. Syaratnya, jangan gunakan gambar dengan ukuran terlalu besar, baik ukuran fisik maupun besar file. Gambar yang terlalu besar memperlambat akses blog. Ukuran gambar terlalu besar juga merusak lay-out. Jika gambar terlalu besar, gunakan thumbnail yang jika diklik akan membawa pengunjung ke gambar yang lebih besar.

c. Memisahkan paragraf panjang

Paragraf yang terlalu panjang akan membuat pengunjung blog merasa jenuh dan tidak berminat membaca. Maka diperlukan penggunaan kata yang tidak terlalu berlebihan.

d. Memberikan kata pengantar

Menceritakan prolog mengapa posting dibuat dan jika perlumenambahkan tujuan yang ingin dicapai. Menyampaikan pula batasan pembahasan jika tidak ingin terlampau jauh membahas suatu materi. Jika pengunjung blog belum terlalu banyak, blog yang diatur dan dikelola dengan baik akan membuat nyaman pemilik blog dan pengunjung.

Blog dakwah pada intinya sama dengan blog yang pada umumnya, namun yang berbeda hanyalah pada tema yang diusung pada blog tersebut dan isinya. Blog dakwah tidak hanya berisikan tafsir yang sukar dipahami dan isinya bahasa Arab semua. Blog dapat berupa *share* kisah-kisah hikmah yang membawa kebaikan jika telah membacanya, puisi yang menyeru kepada shalat, puasa, zakat, tolong menolong, berdakwah, dan bahkan jihad, cerpen Islami, tips dan trik bermuamalah, dan lain-lain sesuai dengan kapabilitas ilmu.

Melalui teknologi blog, dakwah Islam bisa menyediakan berbagai kemudahan. Pertama, blog menyediakan berbagai kemudahan seperti penyampaian kajian-kajian Islam. Kedua, blog

memberikan suatu ruang yang menawarkan sebuah dialog atau komentar dari para pengunjung blog tersebut sehingga pelaksanaan dakwah dapat dilakukan dengan baik. Dengan berbagai komponen yang dimiliki, blog dapat dijadikan wahana pencarian berbagai informasi dalam upaya peningkatan iman dan amal saleh setiap muslim yang selanjutnya pada saat yang sama peningkatan iman dan amal yang dicapai akan menjadikan atau menempatkan dirinya sebagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh muslim lainnya.

## 2. Facebook

Fasilitas facebook ini bisa dijadikan sebagai media dakwah di era kemajuan teknologi dan informasi.<sup>13</sup> Dakwah melalui media sosial facebook akan mampu mewarnai pemikiran masyarakat bahwa dakwah tidak hanya di forum pengajian formal. Kehadiran internet memiliki pengaruh terhadap perubahan fenomena kebudayaan dan munculnya kebiasaan-kebiasaan baru yang mengembangkan kreativitas dan kemungkinan baru, seperti mulai terjadinya pergeseran pilihan-pilihan hidup, di antaranya selera, gaya, serta pola hidup lainnya dalam

---

<sup>13</sup> **Facebook, Inc.** adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat". Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes.

masyarakat. Hal ini sebagai akibat dari berlangsungnya proses adaptasi ataupun adopsi budaya lain yang diperoleh melalui interaksi media sosial.

Penggunaan facebook sebagai salah alternatif media dakwah yang dianggap mampu memberikan pesan-pesan relevan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi. Semakin banyaknya persoalan dakwah di era globalisasi ini mampu dijawab facebook dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya. Para da'i bisa masuk ke dalam media sosial facebook sebagai penyedia dan penyampai pesan-pesan Islami sebagaimana dalam ruang nyata, seperti berinteraksi, berkomunikasi, berdiskusi, membaca buku, majalah dan surat kabar, berbagi gagasan dan informasi, dan mengakses hiburan.

Berbekal fasilitas yang diberikan facebook, para da'i dapat memberikan pesan-pesan Islam pilihan sesuai minat *mad'u* (objek dakwah), seperti memberikan materi lewat update status, upload artikel, upload gambar, video, chatting ataupun berdiskusi lewat komentar-komentar dan grup yang difasilitasi facebook yang langsung dapat dijangkau oleh *mad'u* kapan pun dan di manapun mereka berada. Tentunya yang dimaksud objek dakwah di sini adalah pengguna media sosial facebook. Dakwah seperti ini termasuk kegiatan dakwah yang bisa menyentuh masyarakat pengguna media sosial facebook.

Berikut ini adalah contoh ulasan dan status dari beberapa akun facebook asli da'i. Penulis mencoba memaparkan dakwah mereka tanpa

merubah tulisan, singkatan kata, besar kecil huruf dan bahasa penulis mengambil contoh disini dari akun facebook KH. Abdullah Gymnastiar.

Akun Fanpage dari Yan Gymnastiar atau lebih dikenal sebagai Abdullah Gymnastiar atau Aa Gym merupakan seorang pendakwah, penyanyi, penulis buku, pengusaha dan pendiri PP. Daarut Tauhiid di Jalan Gegerkalong Girang, Bandung. Beliau lahir di Bandung, Jawa Barat, 29 Januari 1962. Aa Gym menjadi populer karena mengenalkan cara berdakwah yang unik dengan gaya teatrikal dengan pesan-pesan dakwah Islami yang praktis dan umum diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Pesan-pesan dakwahnya di Fanpage ini bertemakan pada tauhid, pengendalian diri, hati nurani, toleransi dan keteguhan iman, seperti syukur, ikhlas, sabar, tawakkal, tawadhu, bahagia dunia akhirat, dan lain sebagainya. Akun Fanpage ini sudah mencapai 3.241.145 an penggemar.

Aa Gym merupakan da'i yang aktif di sosial media facebook. Di akun Fanpage beliau menuliskan pendapat terkait teknologi jejaring sosial. Ia bisa menyelamatkan juga bisa mencelakakan pemilik teknologi. *“Teknologi adalah karunia dan ujian dari Allah, bisa memudahkan kita untuk memperbanyak kebaikan atau memperbanyak dosa.”*

Begitulah karunia dan nikmat Allah SWT berupa teknologi, kita harus banyak-banyak bersyukur kepada-Nya. Aa Gym mengupas tentang syukur yang akan melipatgandakan kenikmatan *syakir* (orang yang pandai bersyukur). “Saudaraku, semoga kita menjadi ahli syukur. Mengapa? Karena bersyukur adalah ciri dari orang yang beriman. Sedangkan orang yang

beriman sebagaimana pesan Rosululloh Saw., adalah orang yang ajaib karena dia orang yang tiada pernah rugi di dalam hidupnya.

Rasulullah Saw. bersabda, *“Sungguh menakjubkan keadaan seorang mukmin. Segala keadaan yang dialaminya sangat menakjubkan. Setiap takdir yang ditetapkan Allah bagi dirinya merupakan kebaikan. Apabila ia mengalami kebaikan, dia bersyukur, dan hal itu merupakan kebaikan baginya. Dan, apabila ia tertimpa keburukan, maka dia bersabar dan hal itu merupakan kebaikan baginya.”* (HR. Muslim no.2999 dari Abu Yahya Shuhaib bin Sinan r.a).

Seperti perumpamaan satu biji benih yang tertimpa hujan, kemudian ia tumbuh dan semakin besar. Akarnya menghujam ke tanah, batangnya berdiri kokoh, rantingnya menjulang dan dedaunannya rimbun rindang menjadi tempat untuk berteduh berbagai makhluk. Atau, seperti anak sapi yang makan rumput, ia semakin besar dan menghasilkan susu yang bermanfaat bagi lebih banyak makhluk. Maasyaa Allah! Demikianlah gambaran orang yang bersyukur itu. Alloh Swt. akan melipatgandakan karunia baginya hingga pelipatgandaan yang tiada pernah terperkirakan sebelumnya.”

Selain syukur, Aa Gym juga mengupas tentang tawadhu sebagai karakter yang inti. Tawadhu akan memancarkan kepribadian baik yang lainnya. “Saudaraku, orang yang tawadhu akan ajeg dan mantap hidupnya. Ia sudah kuat sejak dari hatinya. Ia sudah mantap sejak dari jiwanya. Pribadinya kokoh sejak sebelum bergabung dengan lingkungannya. Karena apa? Karena ia memiliki kerendahan hati, ia tak memerlukan sanjungan dan pujian orang lain,

meski jabatan tinggi dimilikinya, harta kekayaan berlimpah ada di rumahnya, gelar berderet di depan dan belakang namanya.

Orang yang rendah hati memiliki pembawaan yang tenang, disebabkan ketenangan hati yang memancar menyinari setiap tutur kata dan perilakunya. Ia tidak akan sibuk mencari penghargaan orang lain. Sebaliknya, ia justru akan sibuk menghargai keadaan orang lain, bagaimanapun keadaannya.

Inilah karakter baik yang penting untuk kita miliki. Lawan dari tawadhu adalah takabur atau sombong. Ini adalah sifat yang sangat berbahaya. Sesuai hadits Rosululloh Saw. bahwa ciri orang yang sombong itu ada dua, “menolak kebenaran dan merendahkan orang lain.” (HR. Muslim). Dan masih banyak lagi pesan dakwah Aa Gym kepada para penggemarnya yang mengikuti fanpage-nya.

### 3. Instagram

Aplikasi Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak jenis media sosial yang ada, yang dinilai sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian atau menghipnotis pemerhatiannya (masyarakat) untuk selalu mengikuti apa yang menjadi trend di *instagram*.<sup>14</sup> Instagram yang bersifat *photo sharing* memiliki kekuatan untuk memudahkan penyebaran informasi sehingga banyak hal-hal yang lahir menjadi trending topik karena

---

<sup>14</sup> **Instagram** (juga disebut **IG** atau **Insta**) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

penyebarannya di *instagram*. Instagram juga dinilai memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah diantaranya :

- a. Dari sisi jangkauan media sosial dinilai dahsyat sekali kontribusi dan bantuannya dalam penyebaran dakwah, karena mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dalam biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- b. Bagi pendakwah tidak harus pergi ke tempat yang jauh untuk berdakwa.
- c. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
- d. Dakwah melalui internet (sosial media) telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai atau yang mereka inginkan. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisadihindari.
- e. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses video dakwah karena bisa mencari referensi kajian dakwah kapanpun dan dimanapun, mengingat terkadang terhambat oleh kesibukan dan aktivitas kesehariannya, mereka yang belum sempat menonton televisi atau mengikuti acara pengajian bisa beralih memanfaatkan media sosial untuk mencari dan mempelajari ilmu agama islam.
- f. Cara penyampaian yang bervariasi telah membuat dakwah via internetkhususnya media sosial instagram bisa menjangkau segmen yang luas.

Banyak situs dakwah yang bisa diakses umat guna mendapatkan informasi mengenai ke-Islaman di bidang dakwah, oleh karena itu penulis mengambil salah satunya adalah akun instagram @hanan\_attaki, akun ini menyediakan berbagai materi pokok tentang ke-Islaman dengan pembahasan dan bahasa yang mudah untuk dipahami dan dimengerti sepanjang tahun 2020 ini akun ini sudah memiliki 8 juta pengikut. Pesan dakwah yang disampaikan ustadz Hanan juga mengikuti perkembangan dan minat dari pada masyarakat. Sehingga dakwah dalam media ini sangat efisien menurut penulis.

#### 4. Twitter

Twitter<sup>15</sup> merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari masyarakat pada saat ini. Akan tetapi berbeda dengan media jejaring sosial lainnya, twitter memiliki beberapa keunikan karakteristik dalam beberapa sisi. Pertama para pengguna twitter tidak perlu untuk menunggu persetujuan untuk dapat menerima update dari pengguna lain yang ingin diikuti. Dalam twitter dikenal istilah follow dimana seorang user dapat menfollow user lain yang diikuti. Yang kedua, twitter mengizinkan penggunanya untuk dapat memposting gambar maupun opini dengan pesan singkat yang disebut tweet. Selain itu twitter hanya memperbolehkan para penggunanya untuk menuliskan tweet tidak lebih dari 140 karakter.

Twitter juga memiliki beberapa karakter unik dalam pesan singkatnya seperti RT (retweet), hashtag (#hashtag), dan username (@username). RT

---

<sup>15</sup> Twitter merupakan situs micro-blogging yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Saat ini, Twitter menjadi salah satu media jejaring sosial yang cukup populer di dunia. Bahkan twitter termasuk dalam salah satu dari lima media sosial yang paling banyak dikunjungi orang.

singkatan dari istilah retweet. Retweet merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan bahwa user melakukan posting ulang terhadap tweet tertentu. Hashtag biasanya diawali dengan tanda pagar kemudian diikuti suatu kata tertentu tanpa spasi. keberadaan hashtag menggambarkan topik tertentu yang sedang dibahas dalam sebuah tweet. Sebagai contoh media dakwah di twitter penulis mengambil contoh akun twitetter Ustadz Yusuf Mansur yang membicarakan tentang “Keajaiban Shalawat”.



Pada gambar di atas penulis mengambil contoh dari unggahan Ustadz Yusuf Mansur mengenai sedekah, terlihat dari unggahan beliau menyertakan foto yang bertuliskan shalawat beserta artinya sebagai salah satu bentuk dakwah melalui media sosial twitter. Penulis mengambil contoh akun Ustadz

Yusuf Mansur karena penulis rasa beliau merupakan ustadz yang sangat populer di twitter dengan memiliki pengikut sebanyak 3 juta pengikut.

#### 5. Whatshapp

WhatsApp adalah aplikasi messenger yang ada di smartphone dengan basic mirip BlackBerry Messenger. WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa membayar untuk SMS, karena WhatsApp Messenger menggunakan rencana data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain, sehingga tidak menggunakan biaya untuk dapat tetap berhubungan. Aplikasi WhatsApp Messenger adalah pengiriman pesan yang menggunakan koneksi 3G atau WiFi untuk berkomunikasi tanpa harus mengeluarkan biaya. Dengan menggunakan WhatsApp, kita dapat melakukan chatting, file sharing, dan lain-lain.

Salah satu keunggulan Whatshapp sebagai media dakwah ialah Whatshapp sendiri mempunyai fitur Broadcats dan Group chat: Broadcast untuk kirim pesan ke banyak pengguna. Group chat untuk mengirim pesan ke anggota sesama komunitas. Dengan adanya fitur tersebut sangat memudahkan bagi seorang da'i atau pendakwah untuk menyapaikan dakwah nya menggunakan group chat dengan mengirimkan file atau foto yang berisikan pesan dakwah yang ditujukan kepada penerima dakwah.

Dalam penyampaian dakwah nya hendaklah seorang da'i menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti dan dipahami atau bisa juga menggunakan media gambar yang berisikan pesan dan nilai moral yang baik sehingga

sampai kepada penerima dakwah. Media dakwah menggunakan Whatshapp ini agak berbeda dengan media sosial lainnya karena untuk bisa saling berkomunikasi seorang da'i dan Mad'u atau penerima dakwah haruslah saling bertukaran contact agar bisa mengetahui apa yang disampaikan.

## 6. Youtube

Media sosial youtube merupakan media sosial yang banyak digandrungi oleh kaum muda milenial rasanya hampir semua kalangan mengenal youtube dikarenakan youtube<sup>16</sup> merupakan media yang merupakan hampir semua orang dibelahan dunia manapun menggunakannya, dengan fitur-fitur yang ditawarkannya selalu dapat memanjakan penggunanya. Kita bisa mengunggah video dan ditonton oleh jutaan orang diseluruh dunia.

Sekarang banyak sekali orang yang menggunakan Youtube untuk kepentingan pribadinya. Mulai untuk berbagi kegiatan tau biasa kita sebut Vlog, ada yang menggunakannya untuk berniaga seperti promosi, *me-review* sebuah barang bahkan fitur Youtube yang terbaru sangat digemari penggunanya yakni Live Streaming. Disana anda bisa menyiarkan kegiatan langsung anda dan dapat langsung berinteraksi dengan orang yang menontonnya. Tak ketinggalan juga yotube bisa dimanfaatkan sebagai media dalam berdakwah untuk lebih mempermudah seorang da'i dalam berdakwah.

Youtube sebaga media dakwah bila dicermati disaluran-saluran yang ada kegiatan dakwah tersebut, respon *mad'u* dapat di ukur dari seberapa besar

---

<sup>16</sup> **YouTube** adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

tanggapan *mad`u* atas stimulus yang disampaikan oleh mubaligh. Bila meminjam teori komunikasi stimulus dan respon. maka secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi terjalin jika terdapat dua unsur, komunikator memberikan stimulus, dan komunikan memberikan respon. Dalam mengamati kegiatan dakwah hari ini, sejatinya respon dapat dilihat dari tanggapan, sanggahan dan bantahan yang diberikan oleh *mad`u* atas respon yang diberikan oleh seorang mubaligh.



Bila kita cermati respon yang didapat dari siaran dakwah di youtube diatas, dapat kita lihat bahwa respon dari jamaah begitu baik. Disini terlihat banyak tanggapan dan dukungan atas kegiatan dakwah yang dilakukan oleh mubaligh. Bila dicermati dari sempilan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz

Adi Hidayat tersebut, jelas ada tanggapan positif. Pendapat positif itu dapat dilihat dari respon yang menunjukkan adanya dukungan, bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat dapat diterima oleh jamaahnya. Komentar negatif muncul pada cara berbusana yang menggunakan kaos oblong dalam berdakwah. Terlepas dari itu semua maka respon dari jamaahnya sejatinya telah muncul, dengan demikian dakwah yang dilakukan di dunia maya pada saat ini telah berlangsung komunikasi dua arah. Maka dari itu dapat difahami bahwa respon dari dakwah di dunia maya telah muncul.

Beragam komentar yang ada sejatinya menunjukkan bahwa perkembangan dakwah di dunia maya sudah mulai dilirik oleh sebagian orang. Kehadiran teknologi komunikasi di internet dan adanya *smartphone* yang pada hari ini menjadi salah satu kebutuhan manusia, menjadikan dakwah di dunia maya semakin mudah di akses. Bila dalam dakwah konvensional respon *mad'u* itu didapat dari seberapa banyak yang bertanya, maka dakwah di dunia maya respon *mad'u* dapat dilihat dari banyaknya komentar yang tertaut di akun youtube mubaligh itu sendiri. Respon inilah yang harus dipertahankan, oleh karenanya kemampuan berkomunikasi massa mubaligh di dunia maya menjadi salah satu prasarat utama jika ingin dakwah tetap ada di hati umat muslim.

Permasalahana berikutnya ialah kemampuan berkomunikasi grafis di dunia maya. Kompetensi ini merupakan kompetensi pendukung berlangsungnya dakwah di dunia maya. Meskipun hanya pendukung, kemampuan mengolah komunikasi grafis dapat menjadi alternatif dalam menghimpun respon dari jamaah atau *mad'u*. penampilan grafis dari kegiatan-

kegiatan dakwah yang ada di *channel* youtube dapat dianalisa oleh kita seberapa menarik penampilan visual grafis yang dihadirkan oleh *channel* dakwah itu. Ketepatan dalam menghadirkan desain komunikasi grafis dalam penampilan dakwah menjadi salah satu elemen dalam menarik respon *mad`u* (jamaah). Maka dari itu, selain kompetensi berkomunikasi massa yang baik di ruang maya, kemampuan dalam menghadirkan visual grafis yang menarik dan terbaru menjadi salah satu daya tarik dalam menarik respon *mad`u*. tujuan yang diharapkan meskipun jamaah berada dimana saja ia tetap menyempatkan diri untuk mendengarkan dakwah yang di hadirkan oleh mubaligh-mubaligh yang memproduksi dakwah di *channel* youtube.

### C. Strategi Pengaplikasian Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani strategi yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan.<sup>17</sup> Kata strategi bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk ke dalam bidang komunikasi dan dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Jakarta, 2008, hlm. 955

<sup>18</sup> Novi Maria Ulfah, *Strategi Dan Manajemen Dakwah Islam Indonesia*, Jurnal Ilmu Dakwah UIN Semarang, Semarang, ISSN 1693-8054, 2015, hlm. 34

Kata strategi dibedakan dari kata. Websters's New Twentieth Century Dictionary menyatakan bahwa taktik hanya menunjukkan hanya kegiatan mekanik saat menggerakkan benda-benda, sedangkan strategi adalah cara pengaturan untuk melaksanakan taktik itu. Bisa juga berarti kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Dalam proses penentuannya, strategi ini merupakan proses yang mencakup pada apa yang disebut Simulthaneous Scanning (pengamatan simultan) conservative focusing (pemusatan perhatian). Maksudnya strategi dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan secara terpusat dan hati-hati sehingga bisa memilih tindakan-tindakan yang lebih efektif untuk mencapai suatu tujuan. Strategi juga bisa berupa menyusun rencana-rencana dan langkah-langkah yang akan ditempuh. Dengan demikian istilah strategi ini antara lain menunjukkan pada upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Adapun strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.<sup>19</sup> Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik oprasionalnya. Dari uraian di atas tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rancangan dan ketentuan-ketentuan yang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, Rosdakarya, Bandung, Cet. Pertama, 2014, hlm. 80

<sup>20</sup> Kustadi, *Strategi Dakwah.....*, hlm. 81

Adapun langkah-langkah perencanaan strategi meliputi enam tahapan umum yang perlu diperhatikan dalam merumuskan strategi:

1. Seleksi mendasar dan kritis terhadap permasalahan.
2. Menetapkan tujuan dasar dan sasaran strategi.
3. Menyusun rencana pemberdayaan.
4. Menyusun perencanaan tindakan.
5. Pertimbangan keunggulan.<sup>21</sup>

Strategi dakwah artinya metode, siasat taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah. Untuk mencapai keberhasilan dakwah Islam secara maksimal, maka diperlukan beberapa faktor penunjang, diantaranya adalah strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah Islam mengenai sasaran. Strategi yang digunakan dalam usaha dakwah haruslah memperhatikan beberapa asas dakwah, diantaranya adalah:

1. Asas filosofi asas ini membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah.
2. Asas kemampuan dan keahlian *da'i* asas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme *da'i* sebagai subjek dakwah.<sup>22</sup>
3. Asas sosiologi asas ini membahas mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah

---

<sup>21</sup> Novi Maria Ulfah, *Strategi Dan Manajemen Dakwah Islam Indonesia....*, hlm. 5

<sup>22</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Sinar Grafika Offset, Jakarta, Cet. Pertama, 2009, hlm. 107

setempat, mayoritas agama disuatu daerah, filosofi sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah dan sebagainya.<sup>23</sup>

4. Asas psikologi asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitupula sasaran dakwah yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lainnya. Pertimbangan masalah-masalah psikologis harus diperhatikan dalam proses pelaksanaan dakwah.
5. Asas efektivitas dan efisiensi maksud asas ini dalam aktivitas dakwah harus diusahakan keseimbangan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya hingga hasilnya maksimal.

Sebagai bagian dari suatu perencanaan, strategi merupakan pengambilan keputusan untuk menata dan mengatur unsur-unsur yang bisa menunjang pelaksanaan kerja pencapaian tujuan. Adapaun pemikiran yang digunakan sudah tentu, merupakan proses persepsi terhadap unsur-unsur yang menunjang serta, terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi, dalam rangka mencapai tujuan. Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan bahwa strategi yang dimaksudkan dalam hal ini iyalah membahas mengenai tata cara atau langkah-langkah bagaimana dakwah itu disampaikan, salah satunya penyampaian dakwah melalui komunikasi.<sup>24</sup>

Mengacu pada pengertian strategi tadi, maka strategi dalam pengaplikasian dakwah haruslah mempunyai komunikasi yang baik. Komunikasi bisa dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan

---

<sup>23</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah...*, hlm. 107

<sup>24</sup> Kustadi, *Strategi Dakwah....*, hlm. 82

mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak, atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan.<sup>25</sup> Orientasiya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi. Tidak perlu lagi diragukan bahwa antara komunikasi dan dakwah mempunyai hubungan dan persinggungan, sekurang-kurangnya terdapat kesamaan unsur dari keduanya. Persamaan tersebut paling jelas terlihat pada taraf kegiatannya (praktinya), yaitu baik komunikasi maupun dakwah sama-sama menunjukkan proses interaksi antar manusia.

Adapun dalam pengaplikasian dakwah khususnya dakwah di media sosial seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Sesuai dengan pandangan mengenai ekpresi keagamaan dalam internet memungkinkan digunakan oleh para pendakwah. Konten dakwah yang berbobot tentu adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran, memberi nilai guna dan bermanfaat bagi banyak pihak.<sup>26</sup> Oleh karena itu, pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana kita memanfaatkan media sosial untuk berdakwah.

Untuk itu setidaknya ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan penyampaian dakwah khususnya di media sosial antara lain:

1. Menulis dengan tulus

Menulis dengan tulus dapat menyebabkan lancarnya aliran kata-kata yang akan kita tulis. Dorongan ketulusan meratakan jalan bagi

---

<sup>25</sup> Kustadi, *Strategi Dakwah.....*, hlm. 82

<sup>26</sup> Aep Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, Cet.I, 2016, hlm 214

hadirnya gagasan yang sebelumnya mungkin tidak terduga. Tulisan di media sosial yang bagus biasanya tercermin dari konten yang berkualitas, dan itu biasanya lahir dari pernyataan yang keluar sepuh hati.

## 2. Tulisan yang bermanfaat

Penulis yang baik biasanya mengerti apa yang dibutuhkan pembacanya. Semua pengunjung media sosial tidak berharap pergi dengan tangan hampa. Sebaliknya, mereka berharap dengan mengunjungi media sosial akan mendapatkan hal baru yang bermanfaat, serta dapat menerapkannya di tengah kehidupan nyata. Dengan demikian penulis dakwah perlu menulis sesuatu yang berguna dan bermanfaat serta dapat diterapkan nya di kehidupan nyata.

## 3. Mencari solusi untuk masalah orang lain

Setiap orang pasti memiliki masalah, bisa masalah yang berarti kesenjangan antara harapan dan kenyataan atau sejumlah keinginan yang belum terlaksana. Maka dari itu, agar tulisan diminati, sebaiknya menghadirkan solusi atas masalah yang dihadapi calon pembaca. Untuk menyajikan solusi yang tepat penulis dakwah terlebih dahulu perlu mengidentifikasi siapa yang akan “dibidik” dari tulisannya. Setelah diidentifikasi, selanjutnya cari masalah yang sedang mereka hadapi, lalu analisis akar penyebab masalah tersebut. Dari akar masalah tersebut kemudian dibuat jalan keluarnya, lalu disajikan kepada para pembaca.

#### 4. Tidak hanya menulis tentang diri sendiri

Menulis di media sosial sebaiknya tidak diperuntukan mengekspos diri. Jika hanya itu yang dilakukan, dapat diduga penulis lebih mengutamakan pamer. Biasanya orang tidak menyukai pamer. Maka dari itu, penulis dakwah sebaiknya menyadari bahwa apa yang akan hanya menulis tentang diri sendiri, tetapi menyentuh kepentingan banyak pihak.

#### 5. Menyentuh pembaca

Sebaik-baiknya komunikasi adalah yang komunikatif. Komunikasi yang komunikatif ketika menulis dakwah di media sosial adalah yang menyentuh pembaca. Untuk menyentuh pembaca, tidak hanya memberikan jawaban atas komentar mereka, tetapi bisa juga dengan memberikan penghargaan berupa hadiah, misalnya e-book bagi komentar terbaik.

#### 6. Membuat headline yang memikat

Headline akan menentukan ketertarikan pengunjung untuk membaca. Pembaca biasanya berkunjung untuk menyisihkan waktunya untuk membaca antara lain karena ketertarikan judul yang disajikan. Untuk membuat judul yang menarik, penulis dakwah pemula dapat mempelajari kiat menyusun judul dari para penulis media sosial terkemuka. Pelajari apa yang membuatnya menarik.

#### 7. Fokus pada hal yang penting

Fokus kepada hal yang esensial merupakan langkah efektif untuk produktif menulis di media sosial. Terlalu asik mendesain layout atau mencari gambar yang paling pas hanya akan menguras banyak waktu. Lebih banyak menulis konten dan berinteraksi dengan pembaca.

#### 8. Mengungkapkan secara jelas apa yang akan dibahas

Tulisan di media sosial akan cenderung membosankan bila konten yang ditulis tidak jelas pokok persoalannya. Karena itu sebelum menulis, penulis dakwah harus menyiapkan terlebih dahulu apa yang akan dibahas.

#### 9. Hindari penggunaan bahasa formal

Berbeda dengan menulis tulisan ilmiah yang formal, menulis di media sosial cenderung kaku dan formal, menulis di media sosial cenderung fleksibel dan menggunakan bahasa tutur. Maka dari itu, akan lebih jika konten tersaji seperti bercakap-cakap dengan teman.

Selanjutnya beberapa bagian strategi dakwah selain menggunakan media sosial bisa juga melalui beberapa media berikut ini.

#### 1. Ceramah

Ceramah adalah pesan yang bertujuan memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk sementara ada audiens yang bertindak sebagai pendengar, ceramah sendiri biasanya disampaikan oleh para da'i untuk menyampaikan suatu pesan yang mengajak kepada kebaikan. Ceramah sendiri mempunyai banyak pembahasan seperti mengenai pendidikan, kesabaran, puasa, berbuat baik dan masih banyak lagi. Untuk

menambah referensi wawasan di zaman milenial ini sangat mudah untuk mendengarkan ceramah melalui video yang ada di berbagai media sosial terutama Youtube.

## 2. Cerita Dongeng

Dongeng merupakan bentuk sastra lama yang bercerita tentang suatu kejadian yang luar biasa yang penuh khayalan (fiksi) yang dianggap oleh masyarakat suatu hal yang tidak benar-benar terjadi. Dongeng merupakan bentuk cerita tradisional atau cerita yang disampaikan secara turun-temurun dari nenek moyang. Sama halnya dengan dakwah yang memiliki teknik dalam melakukan dakwahnya seperti teknik persiapan, teknik penyampaian hingga teknik evaluasi. Dalam dongeng juga memiliki teknik yang perlu di perhatikan sebelum melakukan pertunjukkan. Dengan tujuan apa yang disampaikan dan ditampilkan bisa sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam dongeng memiliki teknik bercerita sejarah, teknik membuka cerita, teknik menata alur cerita, teknik menenangkan dan menangani keadaan darurat dan teknik menutup cerita.

Dalam melakukan dakwah melalui dakwah hendaknya menguasai dua hal berikut Pertama teknik bercerita sejarah dan yang Kedua teknik membuka cerita. Jika kedua hal tersebut sudah dilakukan penyampaian dakwah melalui dongeng akan sangat mudah diterima biasanya teknik menyampaikan dakwah ini ditujukan untuk anak-anak.

## 3. Nasehat

Nasehat adalah salah satu bentuk dakwah kepada agama Allah Ta'ala dan menjadi salah satu cara (metode) dari banyaknya cara dalam mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Nasehat disyariatkan dengan banyak hikmah dan tujuan yang mengandung unsur kebaikan. Adapun dalam menyampaikan dakwah menggunakan nasehat harus memperhatikan hal-hal berikut.

1. Menyampaikan dakwah dengan cara yang santun.
  2. Memperhatikan tingkat pendidikan.
  3. Bahasa yang digunakan harus sesuai.
  4. Perhatikan budayanya.
  5. Berbantah dengan cara yang baik.
  6. Menggunakan perumpamaan dalam berdakwah.
  7. Mempermudah dan tidak mempersulit.
  8. Menyampaikan dakwah dengan yakin.
  9. Saling bekerja sama.
  10. Bertanggung jawab dengan apa yang disampaikan.
4. Animasi

Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar tersebut dapat berupa gambar makhluk hidup, benda mati, ataupun tulisan. Contoh dakwah dengan menggunakan animasi ialah film animasi anak Syamil dan Dodo film Syamil dan Dodo

merupakan film animasi bergenre drama informasi mengenai Islam yang berdurasi 6-10 menit perceritanya yang di produksi oleh PT Nada Cipta Raya film animasi Syamil dan Dodo mengajarkan tentang ajaran Islam dengan tokoh utamanya adalah Syamil dan Dodo. Dodo digambarkan sebagai anak yang lalai dan sedikit nakal sedangkan Syamil sebaliknya walaupun begitu mereka bersahabat. Kisah serial Syamil dan Dodo diangkat melalui cerita kehidupan sehari-hari dikemas dengan adegan yang lucu sehingga membuat anak-anak tertawa. Hal yang lebih penting ialah membantu anak mengenal Islam yang baik dan lagi indah.

#### 5. Cerpen

Cerpen adalah jenis karya sastra yang memaparkan kisah ataupun cerita tentang kehidupan manusia lewat tulisan pendek. cerpen juga bisa disebut sebagai karangan fiktif yang berisikan tentang sebagian kehidupan seseorang atau juga kehidupan yang diceritakan secara ringkas yang berfokus pada suatu tokoh saja. Dakwah melalui cerpen Tidak diragukan lagi jika cerita termasuk suatu hal yang menarik untuk disimak. Cerita ataupun kisah akan mudah tertancap pada jiwa dan benak seseorang. Bahkan kita semua tahu kalau cerita adalah salah satu cara untuk menarik perhatian anak kecil. Umumnya orang memandang bahwa mendengar cerita suatu hal yang tak membosankan. Sebaliknya orang-orang pada umumnya merasa bosan untuk mendengarkan ceramah. Karena untuk memahami metode ini

cukup sulit dibandingkan dengan metode bercerita. Oleh karena itu metode cerita paling bermanfaat dan memiliki banyak faedah. Contoh dakwah menggunakan cerpen salah satunya dakwah tentang jilbab karangan Fadli Hidayat yang telah lulus moderasi pada 18 Januari 2020.

Dalam pelaksanaan strategi dakwah hendaklah membangun komunikasi yang baik dengan pembaca, salah satu caranya dengan memperhatikan beberapa pemaparan di atas karena apabila komunikasi tidak berjalan dengan baik akan sulit melakukan dakwah yang telah direncanakan.