

FENOMENA DAKWAH DIGITAL TEMATIK (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM ROMO ANDREAS SUBEKTI DAN HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR)

Tati Aswiandini¹, Wasil²

¹Prodi Studi Agama-Agama, Fakultas Ushuluddin,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

²Prodi Studi Agama-Agama, Fakultas Ushuluddin,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

email: tatyaswiandini@gmail.com, wasil.wasil@uinjkt.ac.id

Abstrak:

Penelitian menganalisis strategi dakwah digital yang digunakan oleh dua tokoh agama, yaitu Romo Andreas Subekti dan Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang menggunakan platform media sosial salah satunya Instagram untuk menyampaikan dakwah digitalnya. Penelitian ini dilakukan dengan cara pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, diantaranya dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far Al-Hadar cenderung fokus pada penyebaran pesan-pesan keagamaan melalui konten yang berupa kutipan, ceramah singkat dan video inspiratif yang disertai dengan ajakan untuk berdialog dan bertanya. Sebaliknya, Romo Andreas Subekti memanfaatkan Instagram untuk refleksi pribadi, kisah kehidupan sehari-hari dan panduan praktis dalam beragama yang didukung dengan visual dan narasi yang menarik. Kedua tokoh ini memanfaatkan Instagram sebagai sarana dakwah dengan cara yang sesuai dengan karakter dan audiensnya. Peneliti juga menemukan bahwa interaksi pengguna berupa komentar, dan pesan langsung merupakan peran penting dalam memperkuat hubungan antar tokoh agama dan para pengikutnya di media sosial. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif dalam konteks dakwah kontemporer dan menyarankan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan dampak dakwah digital.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Romo Andreas Subekti, Habib Husein Ja'far Al-Hadar

Abstract:

The research analyzes the digital da'wah strategies used by two religious figures, Romo Andreas Subekti and Habib Husein Ja'far Al-Hadar, who utilize social media platforms, particularly Instagram, to deliver their digital da'wah. This research was conducted through various data collection methods, including observation, interviews, literature studies, and documentation. The results of this study show that Habib Husein Ja'far Al-Hadar focuses on spreading religious messages through content such as quotes, short sermons, and inspirational

videos accompanied by invitations to dialogue and ask questions. Conversely, Romo Andreas Subekti uses Instagram for personal reflections, daily life stories, and practical religious guidance, supported by engaging visuals and narratives. Both figures utilize Instagram as a medium for da'wah in ways that align with their character and audience. The researcher also found that user interactions, such as comments and direct messages, play an essential role in strengthening relationships between religious figures and their followers on social media. These findings provide insights into how social media can be effectively used in the context of contemporary da'wah and suggest strategic steps to enhance the impact of digital da'wah.

Keywords: Digital Da'wah, Romo Andreas Subekti, Habib Husein Ja'far Al-Hadar.

Pendahuluan

Era digitalisasi saat ini mendorong pertumbuhan penggunaan media sosial yang semakin masif. Masyarakat saat ini banyak menggunakan media sosial untuk beragam kepentingan baik untuk mencari informasi, hiburan maupun edukasi keagamaan. Banyaknya masyarakat yang mengakses konten keagamaan di media sosial tidak lain didukung oleh fleksibilitas yang ditawarkan *platform* media sosial karena kita dapat mengakses beragam konten dimanapun dan kapanpun. Selain itu mayoritas konten-konten tersebut dapat diakses tanpa berbayar¹. Pola konsumsi informasi agama mengalami pergeseran dari kajian tatap muka secara langsung, buku, majalah, kini berpindah ke media sosial yang berbasis digital dan lebih praktis. Pola konsumsi informasi agama mengalami pergeseran dari kajian tatap muka secara langsung, buku, majalah, kini berpindah ke media sosial yang berbasis digital dan lebih praktis.

Berbagai fitur yang memudahkan seseorang berbagi dan mendapatkan informasi juga pada akhirnya dipergunakan oleh para tokoh agama dalam menyebarkan ajaran keagamaan. Faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, di mana penggunaan media sosial lebih *up to date* dan lebih efektif dari media dakwah lainnya.² Saat ini dengan mudah para pengguna media sosial dapat mengakses konten keagamaan (dakwah) di berbagai *platform* media sosial karena di masa sekarang terdapat *platform* media sosial yang beragam salah satunya yang banyak diakses oleh anak muda adalah Instagram dan Youtube yang merupakan wadah media sosial dan di dalamnya terdapat berbagai macam video, cuplikan film dan lain sebagainya. Di era seperti sekarang, hampir semua individu memiliki pemahaman tentang aplikasi Instagram dan Youtube terlebih juga

¹ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara*, Vol, 3, No.2 (2019): 339-356.

² M. Faisol, "Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagamaan Santri." *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol, 1, No. 2 (2017): 37-51.

dengan perkembangan teknologi yang mudah diakses oleh masyarakat dalam memperoleh hiburan dan konten-konten berdimensi keagamaan.³

Penggunaan media sosial untuk aktivitas keberagamaan menciptakan sebuah *platform* yang sangat interaktif yang di mana semua komunitas bisa berbagi informasi melalui media sosial. Instagram merupakan layanan berbasis internet dan jejaring sosial untuk berbagi informasi melalui gambar digital sehingga pengguna media sosial sering kali menggunakan Instagram untuk membagikan foto maupun video. Seiring berjalannya waktu Instagram mulai berkembang yang pada awalnya hanya sebatas media untuk berkomunikasi kini telah berkembang menjadi salah satu media yang memberikan informasi. Di era digital ini pengaruh aplikasi Instagram sudah semakin luas merambah ke segala sektor mulai dari gaya hidup bahkan sampai mempengaruhi keberagamaan seseorang.

Instagram sebagai media sosial yang sering digunakan oleh kaum generasi Z memuat beragam informasi yang bisa diakses gratis, mulai dari *fashion*, berita dunia selebritis, hobi hingga dakwah. Menurut pengamatan awal peneliti, beragam pesan agama tersebar di Instagram sehingga para pendakwah dari berbagai latar belakang agama secara interaktif dan efisien menggunakan media sosial untuk menyebarkan dakwah seluas-luasnya di kalangan pengguna yang pada umumnya adalah anak muda.⁴

Gen Z memanfaatkan sebagai alat dakwah modern, menyatukan nilai-nilai agama dengan cara yang menarik. Generasi Z menjembatani tradisi dengan inovasi, sehingga adakwah tidak hanya terkesan kaku tetapi juga dinamis dan interaktif. Dengan pendekatan ini, para pendakwah bisa membangun komunitas yang saling mendukung dan mendorong diskusi terbuka tentang iman serta tantangan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam dunia yang semakin terhubung, media sosial menjadi sarana yang efektif bagi Gen Z untuk mengekspresikan keyakinan anak-anak muda dan tetap menjaga relevansi dalam konteks zaman yang berubah.

Atas latar belakang di atas, penelitian ini berupaya memahami dakwah digital yang dilakukan oleh tokoh agama di Instagram. Dakwah digital merupakan aktivitas siar agama yang dilakukan dengan menggunakan perkembangan teknologi digital dalam jaringan yang terus berkembang. Dakwah merupakan kegiatan seseorang untuk mengajak orang lain pada kebaikan. Terdapat beberapa akun Instagram dari tokoh agama, baik dari tokoh agama Islam dan Tokoh agama dari Kristen Katolik yang juga memanfaatkan media sosial ini. Di komunitas

³ Alfika Inayatul Masruroh, "Analisis Penyampaian Hadis dalam Konten Dakwah Habib Ja'far pada Kanal Youtube Jeda Nulis", *Jurnal Studi-Studi Keislaman*, Vol. 4, No. 2 (2023) : 133.

⁴ Nikita Nur Zulaecha dkk, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki), *Attractive: Innovative Education Journal*, Vol. 5, No.2 (2023): 535.

Islam sendiri salah satunya yaitu Habib Husein Jafar Al-Hadar yang saat ini memiliki *followers* sebanyak 5,2 Juta di Instagram dengan jumlah postingannya sebanyak 2.024. Beliau kerap menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang *up to date* di kalangan anak muda. Selain aktif di Instagram Habib Jafar juga aktif menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui Youtube dengan channel Youtube yang bernama “Jeda Nulis” yang sekarang memiliki *subscriber* di Youtubanya sebanyak 1,4 Jt *subscriber* dengan jumlah postingannya sebanyak 343 video.

Di komunitas Katholik sendiri salah satunya yaitu Romo Andreas Subekti yang juga aktif menyebarkan pewartaannya di media sosial. Romo Andreas Subekti merupakan salah satu tokoh yang aktif sebagai *content creator* (Katholik digital konten) yang juga menyebarkan pewartaannya di media sosial untuk umat-umat Katholiknya. Saat ini Andreas Subekti memiliki *followers* sebanyak 30 ribu dan postingannya sebanyak 1.504 di Instagram. Selain aktif di Instagram, Romo Andreas Subekti juga aktif dalam menyampaikan pewartaannya dalam *channel* Youtubanya yang bernama “Romo Bekti” dalam *channel* ini beliau memiliki 1,49 ribu *subscriber* dan 258 video dalam *channel* Youtubanya.

Metode

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri referensi terkait, berupa referensi digital seperti berita online, ejournal, e-document, dan referensi yang lainnya seperti buku, skripsi dan lain sebagainya selain itu, teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan cara wawancara dari kedua tokoh tersebut guna untuk menggali informasi terkait dakwah yang dilakukan di media sosial Instagram.

Hasil dan Diskusi

Generasi muda yang hidup dalam keadaan dunia yang sudah ramah dengan internet dan bergelombang dengan teknologi yang semakin canggih. Pasalnya seseorang dapat mengakses informasi dan pengetahuan dengan cepat dan mudah melalui media sosial. Semakin berkembangnya media sosial pada saat ini telah mempengaruhi interaksi sosial dan tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial adalah cara baru masyarakat dalam berkomunikasi sehingga media sosial berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pendapat lainnya mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial sehingga masyarakat bisa menggunakan media sosial berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.⁵ Media sosial merupakan sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara

⁵ I Gusti Agung Ayu Kade Galuh, *Media Sosial dan Demokrasi*, (Yogyakarta: PolGov, 2017), h. 15.

menciptakan, berbagi dan bertukar informasi serta gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Media sosial pada saat ini telah bekerja dengan cara yang efektif dan berkembang dengan pesat. Serta teknologi baru terus berkembang dan meluas kepada masyarakat yang telah masuk membentuk masyarakat yang modern sehingga mengubah cara dalam berkomunikasi. Transisi media komunikasi dari media lama “(*old media*)” ke media baru “(*new media*)” mengidentifikasi bahwa adanya perubahan yang sangat signifikan dalam cara menggunakan teknologi informasi dalam berkomunikasi.⁶ dan Saat ini media sosial sudah masuk ke dalam versi yang terbaru.

Dengan bertambahnya penggunaan internet dan kemajuan teknologi informasi, menyebabkan adanya perubahan dalam berdakwah yang pada saat ini para pendakwah mulai memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi dalam menyebarkan dakwahnya.⁷ Dengan pemanfaatan teknologi dan informasi, kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan lebih intensif dan menjangkau jaringan yang luas sehingga peran-peran media sosial dalam dakwah sangat lah berpengaruh dan berperan penting tidak hanya di lakukan di tempat-tempat tertentu saja, tetapi dakwah juga bisa dilakukan di internet. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok karena masyarakat pada saat ini sudah memiliki cara yang lebih alternatif untuk mendapatkan informasi yaitu dengan menggunakan internet. Dengan kemudahan tersebut, kini informasi dapat diperoleh tanpa terikat oleh ruang dan waktu.⁸

Fenomena dakwah digital mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1994. Hal itu bersamaan dengan dibukanya indonet sebagai internet *service provider* di Jakarta. Setelah itu penggunaan internet sebagai medium dakwah semakin berkembang seperti Facebook, Youtube, Instagram dan media sosial yang lainnya. Media tersebut dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dan memudahkan masyarakat berinteraksi dan memberikan *feedback* terhadap pesan yang diterima.

Penggunaan dari fasilitas media sosial sebagai sarana berdakwah dapat dikatakan sebagai pengembangan dalam strategi lama guna untuk memobilisasi publik secara lebih cepat. Penggunaan internet ini juga bertujuan untuk memperluas audiensi global sehingga lebih efektif untuk menggerakkan massa, khususnya pada khalayak banyak yang mengakses konten-konten dakwah melalui

⁶ Jokhanan Kristoyono, “Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring”, (Jakarta: Kencana, 2022), h. 10.

⁷ Erwan Effwndy dkk, “Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah”..., 5.

⁸ Erwan Effwndy dkk, “Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah”..., 18.

internet terutama Instagram.⁹ Penggunaan Instagram selalu meningkat seiring berjalannya waktu.

Media sosial sebagai metode penyebaran dakwah yang paling efektif dalam menyebarkan dakwah, media sosial juga dapat memungkinkan untuk dijadikan sarana berdakwah yang lebih kreatif yakni melalui konten-konten yang menarik seperti membuat dakwah melalui video pendek, audio, infografis dan lain sebagainya. Prinsip dasar untuk membangun konten menarik di media sosial dalam era kontemporer, dakwah digital telah menjadi metode baru dalam penyebaran dan transformasi dalam berdakwah.¹⁰

Terdapat beberapa akun Instagram dari tokoh agama baik dari tokoh Agama Islam dan tokoh agama Agama dari Kristen Katolik yang memanfaatkan media sosial ini, di komunitas Islam sendiri salah satunya yaitu Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang saat ini memiliki *followers* sebanyak 5,2 juta di Instagram dengan jumlah postingannya sebanyak 2.024.¹¹ Habib Husein Ja'far kerap menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang *up to date* dikalangan anak muda. Selain aktif di Instagram Habib Husein Ja'far juga aktif menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui Youtube dengan channel Youtube yang bernama "Jeda Nulis" yang sekarang memiliki *subscriber* di Youtubanya sebanyak 1,4 juta *subscriber* dengan jumlah postingannya sebanyak 343 video.

Di komunitas Katolik sendiri salah satunya yaitu Romo Andres Subekti yang juga aktif menyebarkan missionarisnya di media sosial. Romo Andreas Subekti merupakan salah satu tokoh yang aktif sebagai *content creator* dalam menyebarkan missionarisnya di media sosial untuk umat-umat Katoliknnya. Saat ini Romo Andreas Subekti memiliki *followers* sebanyak 30 ribu dan postingannya sebanyak 1.504 di Instagram. Selain aktif di Instagram, Romo Andreas Subekti juga aktif dalam menyampaikan missionarisnya dalam *channel* Youtubanya yang bernama "Romo Bekti". Dalam channel ini Romo Andreas Subekti memiliki 1,49 ribu *subscriber* dan 258 video dalam *channel* Youtubanya.

Salah satu tujuan berdakwah di media sosial adalah untuk menarik minat dan memfasilitasi pembelajaran keagamaan khususnya di kalangan anak muda. Namun, tak jarang juga terjadi perbedaan pendapat antara sesama tokoh agama terkait pemahaman keagamaan yang dimiliki. Berdakwah melalui media sosial dianggap lebih efektif tetapi juga dapat memunculkan tantangan tersendiri. Salah satu bentuk tantangan tersebut adalah adanya fitur perubahan yang dapat dilakukan dalam penggunaan media sosial Youtube, Instagram dan media sosial

⁹ Ferdi Arifin, "Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah", *al-balagh: Jurnal Dakwah Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1 (2019): 94.

¹⁰ Anggun Pribadi dkk, "Komunikasi Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar bin Smith melalui Media Youtube", *Journal of Communication Studies*, Vol. 3, No. 2 (2023): 128.

¹¹ Dilihat pada akun @husein_hadar pada tanggal 1 Juli 2024, pada pukul 14:28 WIB.

yang lainnya.¹² Dalam penggunaan media sosial untuk berdakwah pada saat ini sangat penting karena untuk menunjukkan *personal branding* diri seseorang terhadap kemampuan dan menunjukkan kualitas khas pada diri pendakwah dan keunggulan dalam bidang tertentu. Perkembangan media secara bertahap mengarah kepada fase pembaharuan seperti yang dikenal dengan era kontemporer saat ini. Era ini menunjukkan bahwa media baru kini menjadi penyambung terhadap kendala jarak dan waktu bagi massifnya kegiatan berdakwah. Kegiatan dakwah dengan menggunakan internet saat ini menunjukkan suatu paradigma baru dalam keberhasilan dakwah. Media dianggap sebagai kekuatan yang memiliki kemampuan untuk pesan atau ide keagamaan melalui sarana atau saluran tertentu. Apalagi sasaran dakwah berasal dari generasi digital atau anak-anak muda yang mahir dalam menggunakan teknologi berbasis internet.¹³

Keberadaan Internet menguasai kehidupan masyarakat saat ini, termasuk di Indonesia. Berdasarkan temuan survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tingkat penetrasi internet menurut data APJII meningkat begitu signifikan. Pada tahun 2018, angka pengguna internet mencapai angka 64,8% dan meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2019-2020. Angka tersebut naik lagi menjadi 77,02% pada awal tahun 2022. Sedangkan pada tahun 2023 pengguna internet di Indonesia menyentuh angka 78,19% pada rentang usia 15-19 tahun tersebar sebesar 91%. Artinya kelompok usia remaja merupakan pengguna internet terbesar. Layanan *chatting* (89,35%) dan media sosial (87,13%) menjadi layanan peringkat teratas yang diakses dan menjadi gaya hidup paling tinggi (87,13%) dalam pemanfaatan internet oleh masyarakat Indonesia.¹⁴

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia sangat besar dan sebagian besar pengguna media sosial adalah *net generation* atau generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi, kemajuan teknologi digital dan penggunaan media sosial semakin banyak menimbulkan implikasi sosial di masyarakat. Dampak positifnya yaitu kemudahan- kemudahan dalam mencari informasi dan melakukan aktualisasi diri melalui media sosial. Sementara dampak negatifnya seperti meluasnya merebaknya berita *hoax*, *cyber bullying*, dan lain sebagainya.¹⁵

Kebaruan media sosial dalam kehidupan masyarakat membuat pola komunikasi bisa berlangsung kapanpun, di mana pun dan melalui teknologi apa

¹² Ferdi Arifin, "Mubaligh *Youtube* dan Komodifikasi Konten Dakwah", *al-balagh: Jurnal Dakwah Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1 (2019): 96.

¹³ Fauzi, "Strategi Dakwah di Era Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam", Vol. 13, No. 1 (2023): 45.

¹⁴ Aulia Nurhanifa dkk, "Kontrol diri dalam Penggunaan Media Sosial pada Remaja", *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, Vol. 3, No. 4, (2020): 528.

¹⁵ Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)", Vol. 18, No. 1 (2020): 56.

pun. Media baru merupakan media apa pun, baik dari artikel, hingga musik dan *podcast* yang dikirimkan rnkankan secara digital . Dari situs web hingga *smartphone* dan aplikasi lainnya., Ssegala bentuk komunikasi terkait internet dapat dianggap sebagai media baru. Media baru tidak hanya selalu mengacu kepada mode komunikasi tertentu. Media baru dapat menjadi cara terbaik untuk menggambarkan beragam keterampilan untuk bekerja di media sosial dan teknologi salah satunya di berbagai banyak industri.¹⁶

Dengan bertambahnya penggunaan internet dan kemajuan teknologi informasi, menyebabkan adanya perubahan dalam berdakwah yang pada saat ini para pendakwah mulai memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi dalam menyebarkan dakwahnya.¹⁷ Dengan pemanfaatan teknologi dan informasi, kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan lebih intensif dan menjangkau jaringan yang luas sehingga peran-peran media sosial dalam dakwah sangat lah berpengaruh dan berperan penting tidak hanya di lakukan di tempat-tempat tertentu saja, tetapi dakwah juga bisa dilakukan di internet. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok karena masyarakat pada saat ini sudah memiliki cara yang lebih alternatif untuk mendapatkan informasi yaitu dengan menggunakan internet. Dengan kemudahan tersebut, kini informasi dapat diperoleh tanpa terikat oleh ruang dan waktu.¹⁸

Instagram adalah sebuah media sosial yang dikembangkan oleh Mike Kriger dan Kevyn Sistrom. Instagram berasal dari dua gabungan kata, yakni instan dan telegram. Gabungan kata instan dan telegram memberikan sebuah penjelasan bahwa instagram mempunyai fungsi sebagai media yang dapat membagikan foto, dan video kepada pengguna lain secara cepat kepada pengguna lain secara cepat melalui jaringan internet. Pada awal adanya instagram, masyarakat hanya menggunakan media sosial ini sebagai media untuk berbagi berbagi kesempatan yang dialami pengguna kepada oranglain. Seiring waktu berjalan, media sosial ini dimanfaatkan juga sebagai sarana untuk berbagi dan menyebarkan informasi apapun bahkan informasi keagamaan.¹⁹

Penggunaan yang mudah dan perolehan informasi yang cepat membuat media sosial Instagram banyak diminati oleh para pendakwah salah satunya Romo Andreas Subekti dan Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang menggunakan Instagram sebagai alternatif untuk berdakwah. Penggunaan Instagram sebagai media untuk berdakwah dengan berbasis digital dan memiliki daya tarik sendiri di kalangan generasi sekarang mayoritas anak muda yang memilih

¹⁶ Jokhanan Kristoyono, *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*, (Jakarta: Kencana, 2022), h. 76-77.

¹⁷ Erwan Effwandy dkk, "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah"..., 5.

¹⁸ Erwan Effwandy dkk, "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah"..., 18.

¹⁹ Irene Mardiatul Laily dkk, "Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0", *Munaddoham: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3 (2022): 163.

menghabiskan waktunya lebih banyak menggunakan *gadget* dibandingkan datang ke tempat-tempat kajian sehingga banyak pendakwah yang berinisiatif untuk menyampaikan dakwahnya secara online melalui media sosial. Oleh karena itu, para pendakwah menggunakan Instagram sebagai media dalam penyampaian dakwah.²⁰

Salah satu tujuan berdakwah di media sosial adalah untuk menarik minat dan memfasilitasi pembelajaran keagamaan khususnya di kalangan anak muda. Namun, tak jarang juga terjadi perbedaan pendapat antara sesama tokoh agama terkait pemahaman keagamaan yang dimiliki. Berdakwah melalui media sosial dianggap lebih efektif tetapi juga dapat memunculkan tantangan tersendiri. Salah satu bentuk tantangan tersebut adalah adanya fitur perubahan yang dapat dilakukan dalam penggunaan media sosial Youtube, Instagram dan media sosial yang lainnya.²¹ Dalam penggunaan media sosial untuk berdakwah pada saat ini sangat penting karena untuk menunjukkan *personal branding* diri seseorang terhadap kemampuan dan menunjukkan kualitas khas pada diri pendakwah dan keunggulan dalam bidang tertentu. Perkembangan media secara bertahap mengarah kepada fase pembaharuan seperti yang dikenal dengan era kontemporer saat ini. Era ini menunjukkan bahwa media baru kini menjadi penyambung terhadap kendala jarak dan waktu bagi massifnya kegiatan berdakwah. Kegiatan dakwah dengan menggunakan internet saat ini menunjukkan suatu paradigma baru dalam keberhasilan dakwah. Media dianggap sebagai kekuatan yang memiliki kemampuan untuk pesan atau ide keagamaan melalui sarana atau saluran tertentu. Apalagi sasaran dakwah berasal dari generasi digital atau anak-anak muda yang mahir dalam menggunakan teknologi berbasis internet.²²

Dakwah era kontemporer ini telah diteliti oleh Arus Informasi Santri Nusantara (AIS Nusantara) yang merupakan komunitas atau komunitas virtual yang menjadi wadah untuk berkumpulnya para pegiat *media cyber santri* untuk mendiskusikan konten dan isu-isu yang sedang ramai dibicarakan. Kegiatan dalam komunitas ini adalah dengan menggunakan media sosial dengan sasaran generasi milenial. Dakwah digital yang dilakukan oleh AIS Nusantara ini menciptakan sebuah pandangan baru dalam memanfaatkan media baru untuk berdakwah.

Habib Husein Ja'far merupakan salah satu pendakwah tampil di depan publik serta berbeda dengan Habib-Habib pada umumnya yang identik dengan jubah, selain cara dakwah Habib Husein yang cenderung santai, dari segi

²⁰ Irene Mardiatul Laily dkk, "Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0", *Munaddoham: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3 (2022): 162.

²¹ Ferdi Arifin, "Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah", *al-balagh: Jurnal Dakwah Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, (2019): 96.

²² Fauzi, "Strategi Dakwah di Era Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam", *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, Vol. 13, No. 1 (2023): 45.

penampilan pun cukup sederhana, beliau lebih sering menggunakan baju koko sederhana atau bahkan hanya dengan kaos saja jika para audiensnya adalah anak-anak muda.²³ Sejak menjadi seorang pendakwah Habib Ja'far sudah memiliki tujuan yang jelas dan prinsip yang baik yaitu berdakwah kepada para anak-anak muda. Rasulullah dalam Hadits mengatakan bahwa jika ada anak muda taat kepada agama Allah maka Allah akan tersenyum. Jadi, itu merupakan alasan teologis dari Habib Husein Ja'far dengan dakwahnya kepada anak muda, sedangkan anak-anak muda hanya bisa dimengerti oleh sesama anak muda juga.²⁴

Salah satu tujuan Habib Husein Ja'far berdakwah melalui media sosial yaitu menumbuhkan kesadaran keberagamaan bagi anak-anak muda. Karena biasanya anak-anak muda itu jauh dari Agama dan anak-anak muda menganggap bahwa dirinya belum waktunya untuk beragama. Ketika sedang berdakwah Habib Husein Ja'far selalu *based on tema* sehingga dalam penyampaian dakwahnya sesuai dengan kriteria anak-anak muda dari segi tema, diksi maupun dari segi yang lainnya yang memang dekat dengan anak-anak muda. Habib Husein Ja'far juga memberikan pola penyampaian yang rasional sesuai dengan anak muda serta memberikan perspektif-perspektif Islam terhadap masalah-masalah mental, ekologi dan lain sebagainya, selain itu Habib Husein Ja'far juga menginginkan agar anak-anak muda menjadikan agama sebagai bagian dari *way of life* anak muda.²⁵

Habib Husein Ja'far Al-Hadar dapat menjangkau generasi muda seperti Youtube dan Instagram serta *platform-platform* lainnya yang sesuai dengan kebutuhan anak-anak muda. Dengan menggunakan pendekatan berinteraksi dengan anak-anak muda Habib Husein Ja'far dapat menembus paradigma dakwah konvensional dengan menggambarkan perilaku, dan pengetahuan dan signifikansi serta penampilan fisik. Aktivitas Habib Husein Ja'far juga efektif dalam memberikan pendidikan spiritual kepada kelompok orang yang beragam termasuk juga orang-orang yang tidak memiliki keyakinan agama yang kuat. Oleh karena itu, Habib Husein Ja'far membuat identitas sosial baru dalam konteks dakwah di era digital ini, menjadikan ajaran Islam lebih mudah diakses khalayak luas.

Habib Husein Ja'far tak hanya membagikan dakwah keislamannya hanya melalui tulisan saja, beliau pun rajin untuk mengisi kajian-kajian anak muda, dan membuat channel Youtube dan Instagram sebagai salah satu sarana dakwahnya. Terdapat 1,53 Jt *subscriber* pada akun Youtube yaitu Jeda Nulis dan 5,9 Jt

²³ Rizal Pikri, "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Channel Youtube Jeda Nulis", Skripsi S1, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022,), h. 39.

²⁴ Nurul Wardah, "Personal Branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar Melalui Media Sosial Instagram", Skripsi S1, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2021), h. 66.

²⁵ Husein Ja'far Al-Hadar, Wawancara Oleh Penulis, Google Meet, Rabu 17 Juli 2024.

followers pada akun Instagramnya yaitu sebutan dengan “jemaah digital” di kalangan anak muda. Menurut Habib Husein Ja'far zaman sudah berkembang dengan pesat dan menjangkau umat tidak hanya cukup melalui mimbar-mimbar masjid, tetapi teknologi juga merupakan sarana untuk menjangkau umat.²⁶

Di komunitas Katholik sendiri salah satunya yaitu Romo Andres Subekti yang juga aktif menyebarkan missionarisnya di media sosial. Romo Andreas Subekti merupakan salah satu tokoh yang aktif sebagai *content creator* dalam menyebarkan missionarisnya di media sosial untuk umat-umat Katholiknya. Saat ini Romo Andreas Subekti memiliki *followers* sebanyak 30 ribu dan postingannya sebanyak 1.504 di Instagram. Selain aktif di Instagram, Romo Andreas Subekti juga aktif dalam menyampaikan missionarisnya dalam *channel* Youtubanya yang bernama “Romo Bekti”. Dalam *channel* ini Romo Andreas Subekti memiliki 1,49 ribu *subscriber* dan 258 video dalam *channel* Youtubanya. Adanya pembaruan dalam pemanfaatan media sosial dalam hal ini perlu adanya perencanaan untuk dapat menyiapkan konten dakwah yang sesuai dan diminati oleh publik. Salah satu perencanaan ini dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan pencarian dalam internet untuk membantu serta mendukung cara berdakwah secara online. Adanya pembaruan dalam sistem atau metode dakwah dalam media online pada hakikatnya menandakan berkembangnya konsep dakwah yang baru. Perkembangan konsep dakwah ini mengarah pada pembaharuan paradigma yang harus mencakup konsep, metode, pendekatan, dan media yang dapat digunakan untuk berdakwah.²⁷

Dari deskripsi di atas menjadi perhatian penulis mengapa studi dakwah digital perlu untuk diteliti, karena saat ini kebanyakan masyarakat pada umumnya mengakses konten-konten dakwah melalui media sosial baik dari Instagram, Youtube maupun *platform* media sosial yang lainnya. Hal ini kemudian menjadi fokus penulis dalam membahas studi dakwah digital yang dikaitkan dengan konsep keberagaman sebagai interpretasi terhadap pengikutnya (*followers*) melalui konten-konten tokoh agama seperti Habib Husein Jafar Al-Hadar dan Romo Andreas Subekti. Alasan mengapa peneliti ini tertarik untuk mengetahui strategi dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar karena Habib Jafar merupakan salah satu tokoh agama yang memiliki gaya khas dalam menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari kalangan anak muda dengan bijak tanpa adanya ketersinggungan terhadap Agama.²⁸ Habib Jafar juga dengan kreatif menggunakan media baru

²⁶ Peneliti, Observasi Akun Youtube Jeda Nulis dan Akun Instagram Habib Husein Ja'far (https://www.instagram.com/husein_hadar?igsh=YTNRaWIXcWU0MXp1 dan <https://youtube.com/@jedanulis?si=wlhGhc-E8M6uXCN4/> Diakses pada tanggal 06 Agustus 2024, Pukul 14:40 WIB).

²⁷ Ferdi Arifin, “Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah”, *al-balagh: Jurnal Dakwah Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1 (2019): 95.

²⁸ Reza Pahlevi, “Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar”, *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS)*, Vol. 1, No. 2 (2023): 142.

seperti Instagram untuk menyebarkan pesan-pesan agama.²⁹ Sedangkan tokoh Agama dari Katholik yakni Romo Andreas Subekti melihat bagaimana strategi pewartaan dari komunitas Katholik yang gaya pewartaannya juga menarik perhatian generasi muda Katholik. Jika pada umumnya para Imam Diosesan bertugas di suatu wilayah Keuskupan mereka, Romo Andreas Subekti melampaui pola konvensional dengan tidak hanya melayani umat di dalam sakramental Gereja, namun juga di internet dan media sosial.

Salah satu karakteristik diri dalam berdakwah salah satunya yaitu memperlihatkan citra diri dari seorang pendakwah di hadapan masyarakat. Citra diri bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja atau dengan media apa saja, salah satunya adalah media sosial Instagram yang sangat populer digunakan oleh masyarakat. Dengan kelebihan dari fitur-fitur yang tersedia di Instagram dapat dikelola secara mandiri oleh penggunanya, hal tersebut dapat menjadi ajang para pendakwah untuk berinovasi dan berkreatifitas untuk berdakwah dengan memperkenalkan ciri khas baik dari segi dakwah maupun segi kepribadiannya.³⁰

Dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana berdakwah dari Habib Husein Ja'far dan Romo Andreas Subekti memiliki beberapa perbedaan terkait jenis-jenis *platform* yang digunakan untuk sarana berdakwah di media sosial. Menurut Habib Ja'far setiap media sosial itu memiliki karakternya masing-masing. Jika twitter karakteristiknya yaitu teks, Youtube karakternya adalah video yang berdurasi panjang, Tiktok karakternya adalah video pendek dan Instagram karakternya adalah gambar yang pada akhirnya Instagram merambah kepada *reels* (*Reels* merupakan sebuah fitur Instagram di mana pengguna dapat membuat dan berbagi video singkat) Maka Instagram menjadi platform beliau untuk berdakwah yang memunculkan gambar. Biasanya apa yang ditulis kemudian dituangkan dengan gambar-gambar yang menarik untuk ditampilkan di Instagram.³¹

Kesimpulan

kesimpulan bahwa pembahasan dalam penelitian ini menekankan bagaimana dakwah digital yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far dan Romo Andreas Subekti Instagram yang telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penyebaran pesan keagamaan kepada para audiens yang lebih luas dan beragam. Beberapa poin utama yang dapat ditemukan berdasarkan analisis konten, wawancara langsung dengan narasumber dan strategi komunikasi yang

²⁹ Reza Pahlevi, "Strategi Dakwah Digital Habib Husein"..., 150.

³⁰ Nurul Wardah, "Personal Branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar Melalui Media Sosial Instagram, Skripsi S1, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2021), h. 65.

³¹ Husein Ja'far Al-Hadar, diwawancarai oleh Tati Aswiandini, Google Meet melalui Google Meet 17 Juli 2024.

digunakan. Pada bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan kesimpulan bahwa pembasan dalam skripsi ini menekankan bagaimana dakwah digital yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far dan Romo Andreas Subekti Instagram yang telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penyebaran pesan keagamaan kepada para audiens yang lebih luas dan beragam. Beberapa poin utama yang dapat ditemukan berdasarkan analisis konten, wawancara langsung dengan narasumber dan strategi komunikasi yang digunakan.

Efektivitas media sosial salah satunya adalah Instagram telah menunjukkan potensi untuk menyebarkan pesan keagamaan. kedua tokoh ini mampu menjangkau dan berinteraksi dengan audiens secara langsung dan personal dengan menggunakan fitur-fitur seperti cerita, postingan dan siaran langsung. Dalam pendekatannya dengan audiens juga Habib Husein Ja'far dan Romo Andreas Subekti juga menggunakan pendekatan yang komunikatif dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami audiens khususnya anak-anak muda. Selain aspek bahasa, pembahasan yang diangkat dalam konten mereka juga menyentuh masalah-masalah yang sedang ramai dilingkungan sosial, sehingga penerima pesan merasa ada kaitan (*relate*) dengan konteks dan konten yang diunggah oleh kedua tokoh ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dalam menggunakan teknologi digital untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui dakwah sangatlah penting, serta perlunya pendekatan yang adaptif dan inklusif diperlukan untuk menyampaikan pesan keagamaan di era digital. Habib Husein Ja'far dan Romo Andreas Subekti telah menunjukkan bagaimana dakwah yang efektif dan berdampak positif pada masyarakat.

Referensi

- Al-Hadar, Habib Husein Ja'far. Wawancara Oleh Penulis. Google Meet, Rabu 17 Juli 2024.
- Arifin, Ferdi. "Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah". *Al-balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1 (2019).
- Effwandy, Erwan dkk. "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah", *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, Vol. 4, No. 1, (2024).
- Faisol, M. "Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagaman Santri." *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol, 1, No. 2 (2017).
- Fauzi. "Strategi Dakwah di Era Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam". *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, Vol. 13, No. 1 (2023).
- Galuh, I Gusti Kade Ayu Agung. "*Media Sosial dan Demokrasi: Transformasi Aktivitas Media Sosial ke Gerakan Nyata Bali Tolak Reklamasi*". Yogyakarta: PolGov, 2017.

- Kristoyono, Jokhanan. *"Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring"*. Jakarta: Kencana, 2022
- Laily, Mardiatul Irene. "Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0". *Munaddoham: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3 (2022).
- Masruroh, Alfika. Inayatul. "Analisis Penyampaian Hadis dalam Konten Dakwah Habib Ja'far Kanal Youtube "Jeda Nulis". *Jurnal Contemplate: Jurnal Studi-Studi Keislaman*, Vol. 4, No. 02 (2023).
- Nurhanifa, Aulia dkk. "Kontrol diri dalam Penggunaan Media Sosial pada Remaja". *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, Vol. 3, No. 4 (2020).
- Pribadi, Anggun dkk. "Komunikasi Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar bin Smith Melalui Media Youtube". *Journal of Communication Studies*, Vol. 3, No. 2 (2023).
- Pahlevi, Reza. "Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar". *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol. 1, No. 2 (2023).
- Pikri, Rizal. "Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Channel Youtube Jeda Nulis", Skripsi S-1 Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Subekti, Romo Andreas. Gereja Keluarga Kudus Pasar Minggu. Kamis 18 Juli 2024.
- Ummah, Hidayatul Attthik. "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)", Vol. 18, No. 1 (2020).
- Wardah, Nurul. "Personal Branding Habib Husein Ja'far al-Hadar melalui Media Sosial Instagram", Skripsi S-1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2021.
- Zulaecha, Nikita Nur dkk. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Dakwah Digital dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki)", Vol. 5, No. 2 (2023).