



Strategi Dakwah Habib Jindan Dan Kyai Faiz Syukron: Retorika Dan Materi Dakwah Di Media Sosial

Maratua Hasonangan Harahap¹, Muhamad Zen², Fatmawati³

¹UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

²Program Studi Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

³Program Studi Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Corresponding Author: Maratua Hasonangan Harahap; Email:
maratuaharahap2702@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Da'wah Strategy,
Da'wah Rhetoric, And Social
Media

Received : 09-06-2024
Revised : 27-06-2024
Accepted : 11-07-2024

ABSTRACT

This abstract discusses the da'wah strategies used by two prominent da'wah figures, namely Habib Jindan and Kyai Faiz Syukron, in the context of social media. This research explores aspects of the rhetoric and preaching material they convey via online platforms. The rhetorical approach used by both of them will be analyzed, including the choice of words, delivery style, and persuasion strategies they employ. Apart from that, the preaching material they convey will also be evaluated to understand the main themes they raise, their approach to contemporary issues, and the way they convey religious messages in a modern context. By using content analysis methods and a qualitative approach, this research aims to provide a deeper understanding of how these two preaching figures use social media as a tool to spread religious teachings, influence public opinion, and build a large community of followers. It is hoped that the results of this research will provide new insight into da'wah strategies in the digital era and how online da'wah can be a significant force in shaping people's views on religion and spiritual values.

PENDAHULUAN

Strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui media sosial, dengan fokus pada retorika dan materi dakwah yang mereka gunakan. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan informasi dan memengaruhi opini publik. Para ulama dan tokoh agama pun tidak tinggal diam, mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan dakwah kepada masyarakat luas. Dalam konteks ini, Habib Hindan dan



Kyai Faiz Syukron adalah dua tokoh yang dikenal aktif dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial. Strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron di media sosial dapat dijelaskan sebagai berikut, Konten yang Menarik: Mereka menyadari pentingnya menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian audiens mereka. Konten-konten tersebut bisa berupa ceramah singkat, kutipan-kutipan dari kitab suci, atau kisah-kisah inspiratif yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Penggunaan Bahasa yang Mudah Dipahami: Dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, baik Habib Hindan maupun Kyai Faiz Syukron cenderung menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh audiens mereka. Hal ini membantu pesan-pesan keagamaan mereka diserap dengan lebih baik oleh masyarakat.

Memahami Audiens: Mereka memahami profil audiens mereka dan mengadaptasi pesan-pesan dakwah mereka sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan audiens. Misalnya, mereka dapat menyesuaikan konten dakwah untuk berbagai kelompok usia atau latar belakang pendidikan. Interaksi dengan Audiens: Kedua tokoh ini juga aktif berinteraksi dengan audiens mereka melalui media sosial. Mereka merespons komentar-komentar, pertanyaan, atau masukan dari pengikut-pengikut mereka, sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan audiens. Retorika dan Materi Dakwah Dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, baik Habib Hindan maupun Kyai Faiz Syukron menggunakan retorika yang kuat dan materi dakwah yang relevan. Retorika yang mereka gunakan mencakup penggunaan kata-kata yang persuasif, analogi yang kuat, serta pemilihan gaya berbicara yang menarik perhatian. Materi dakwah yang mereka sampaikan pun bervariasi, mulai dari ajaran-ajaran agama, nasihat-nasihat moral, hingga pemahaman tentang berbagai isu sosial yang relevan dengan konteks keagamaan. Dengan menggunakan strategi dakwah yang tepat, serta memanfaatkan retorika dan materi dakwah yang kuat, Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron mampu efektif menyebarkan pesan-pesan keagamaan mereka melalui media sosial, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.¹

LANDASAN TEORI

Strategi dakwah Habib Jindan dan Kyai Faiz Syukron dalam konteks retorika dan materi dakwah di media sosial bisa ditinjau dari beberapa landasan teori. Berikut adalah beberapa konsep yang relevan: Retorika: Retorika merupakan seni atau ilmu yang berkaitan dengan penggunaan bahasa secara efektif untuk tujuan persuasif. Dalam konteks dakwah di media sosial, retorika digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan



dakwah secara persuasif dan memikat. Landasan teori retorika dapat mencakup konsep-konsep seperti ethos (kepercayaan), pathos (emosi), dan logos (rasionalitas). Komunikasi Dakwah: Teori komunikasi dakwah dapat digunakan untuk memahami bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan, diterima, dan dipahami oleh audiens. Teori ini meliputi komponen-komponen seperti sumber pesan, pesan itu sendiri, saluran komunikasi, serta audiens.²

Media Sosial Dalam era digital, media sosial menjadi salah satu saluran utama untuk menyebarkan pesan dakwah. Teori media sosial dapat membantu dalam memahami bagaimana pesan dakwah disebar, diterima, dan direspon oleh pengguna media sosial. Konsep seperti algoritma, engagement, dan viralitas menjadi penting dalam konteks ini. Pengaruh Teori pengaruh sosial dapat membantu dalam memahami bagaimana pesan-pesan dakwah mempengaruhi sikap, perilaku, dan pandangan audiens. Teori ini mencakup konsep seperti otoritas, kesamaan, dan kebutuhan. Dengan memadukan landasan teori tersebut, kita dapat menganalisis strategi dakwah Habib Jindan dan Kyai Faiz Syukron di media sosial, baik dari segi retorika yang digunakan dalam pesan-pesan dakwah mereka, maupun dari segi cara mereka memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan dakwah dan mempengaruhi audiens mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Dalam metodologi kualitatif, peneliti berfokus pada pengamatan yang mendalam dan pengumpulan data sedalam-dalamnya. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Perhatian ketika seorang peneliti melakukan penelitian dengan metode kualitatif akan lebih fokus tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Strategi Dakwah

1. Strategi Dakwah



Usaha-usaha modernisasi dakwah menjadi perhatian utama umat Islam baik sebagai suatu konsepsi pemikiran dakwah maupun dalam pemanfaatan alat-alat teknologi mutakhir. Kegiatan dakwah berhadapan dengan kecanggihan teknologi komunikasi, masyarakat dibanjiri oleh berbagai informasi yang dikemas dalam perspektif liberalism kapitalis. Dalam menghadapi serbuan macam-macam nilai pilihan hidup tersebut, dakwah diharapkan dapat menjadi suluh yang berfungsi sebagai faktor pengimbang, penyaring dan pemberi arah dalam hidup. Untuk menopang fungsifungsi tersebut diperlukan suatu kerangka konseptual yang mumpuni dalam menyahuti secara konstruktif isyara-isyarat zaman dengan melakukan optimalisasi potensi intelektualitas para pelaku dakwah dengan pembenahan sumberdaya mubalig, yang merupakan salah satu agenda penting untuk menjadikan dakwah Islam sebagai tulang punggung peradaban.

Strategi adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Di samping itu dapat pula berarti kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Sedangkan tujuan suatu strategi ialah untuk merebut kemenangan atau meraih suatu hasil yang diinginkan. Strategi dakwah sebagai metode, siasat, taktik atau manuver yang di pergunakan dalam aktivitas (kegiatan dakwah). Strategi dakwah adalah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideology bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman.

2. Macam-Macam Strategi Dakwah

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk:

a. Strategi Sentimental (al-manhaj al-'athifi)

Strategi Sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan



menggerakkan prasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anakanak yatim dan lain sebagainya. Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekah. Tidak sedikit ayat-ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Mekah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (humanisme), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-‘aqlī*)

Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Al-Qur’an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: tafakkur, tadzakkur, nazhar, ta‘ammul, i‘tibar, tadabbur, dan istibshar. Tafakkur adalah menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya; tadzakkur merupakan menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; nazhar ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada obyek yang sedang diperhatikan; taammul berarti mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; i‘tibar bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain; tadabbur adalah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; istibshar ialah mengungkap sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati.

c. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissy*)

Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau



strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang di himpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.⁴¹ Dahulu, Nabi SAW mempraktekkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutnya dengan Tafsir „Ilmi. Adnan Oktar, penulis produktif dari Turki yang memakai nama pena Harun Yahya, menggunakan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. M. Quraish Shihab, pakar tafsir kenamaan dari Indonesia, juga sering menguraikan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat al Qur'an.

B. Aktivitas Dakwah Habib Jindan

Habib Jindan merupakan seorang pendakwah yang lahir di Sukabumi 45 tahun silam. Ia lahir 21 Desember 1977. Ia memiliki nama asli yakni Al Habib Ahmad bin Novel bin Salim bin Jindan. Beliau merupakan penerus Habib Salim bin Jindan, pejuang dakwah Betawi yang memiliki julukan “Singa Podium”. Sedari muda ia sudah berguru pada para habib dan ulama Jakarta, salah satunya ia mengemban pendidikan di Madrasah Tsaqaf Islamiyah. Selain itu, ia pun pernah mengenyam pendidikan Bahasa Arab di Kwitang, Senen, dan ia juga aktif di berbagai majelis taklim. Saat ini, Habib Jindan menjadi pimpinan di Yayasan Al Fachriyah, Tangerang, Banten. Di samping itu, beliau juga aktif dalam Majelis Syura, dan merupakan salah satu anggota senior di Majelis Alwafa bi Adillah, serta penasehat di Majelis Silaturahmi Ulama dan Habaib di Tangerang. Beliau juga dikenal sebagai penerjemah Bahasa Arab yang andal. Beberapa karya yang pernah ditulis oleh Habib Jindan antara lain Dzikir memancing rezeki yang halal dan berlimpah dari Allah Ta'ala, Kumpulan Adab Nabawiyah, Fiqih Zakat Fitrah, Masjid istana orang beriman, Menggapai dan pengampunan Allah dengan dzikir dan Adab Haji dan Umrah ke Baitullah, Karunia Agung Di Bulan-Bulan Agung Dari Allah Yang Maha Agung.

Aktivitas dakwah Habib Jindan bermula ketika pulanginya ia dari Tarim Hadramut. Ayahandanya mendorong Habib Jindan untuk berdakwah. Sepulanginya



dari Tarim Hadramut, ia diperintah berangkat ziarah ke para habib sepuh yang ada di Jakarta, Bogor, dan sekitarnya. Sang ayahanda senantiasa memberikan masukan, didikan, dan motivasi padanya, ada perkataan sang ayah yang masih diingat Habib Jindan sampai sekarang yaitu, “Ikhlashlah dalam berdakwah. Apa yang keluar dari hati akan sampai ke hati”, kata Habib Jindan menirukan sang abah. Ayah lima anak ini juga memiliki majelis rutin yaitu di Majelis Taklim Darul Musthofa Condet tiap Rabu Sore.

Pengajian ini dilaksanakan rutin dua minggu sekali. Ia pun juga ada Pengajian tiap malam jumat di Yayasan Al Fachriyah Ciledug. Nama Habib Jindan bin Novel bin Jindan juga semakin dikenal masyarakat, lantaran sering menjadi penceramah di majelis-majelis Ta'lim di berbagai wilayah dan haul-haul Habaib. Habib Jindan juga kerap menjadi pendamping setia guru beliau Habib Umar bin Hafidz saat melakukan perjalanan dakwah di wilayah Asia Tenggara, termasuk Indonesia, Malaysia, Singapura dan lain sebagainya. Beliau menjadi sosok yang biasa ditunjuk untuk menerjemahkan pidato Habib Umar bin Hafidz di berbagai acara. Habib Jindan mewarisi kemampuan sang Datuk, Habib Salim bin Djindan, yang terkenal dengan julukan “Singa Podium” dari Betawi. Habib Jindan memiliki gaya ceramah yang enak didengar dan mudah dipahami. Contohnya saja ketika mengisi acara haul Masyayaikh ke-42 di Langitan, Tuban. Saat itu Habib Jindan berdakwah di tengah kondisi hujan eras, namun hadirin tak merasa terganggu dan tetap berada di tempatnya. Selain memiliki kemampuan dakwah yang ulung, Habib Jindan pun terkenal sebagai penerjemah bahasa Arab ke bahasa Indonesia yang andal. Habib Jindan juga memiliki beberapa program dakwah antara lain:

- 1) Program Daurah untuk 1-3 tahun ke depan di berbagai wilayah. Daurah atau pendidikan kilat. Program ini ada untuk melatih dan membahas perihal ibadah dalam sehari-hari seperti bagaimana cara thaharah yang benar, cara sholat yang sempurna, dan fikih zakat, dan lain sebagainya.
- 2) Silaturahmi Kubra dengan Jamaah Majelis Lain dan Para Ulama Tujuan dari program ini adalah guna mengeratkan hubungan antar para ulama dan ditunjuk untuk menerjemahkan pidato Habib Umar bin Hafidz di berbagai acara. Habib Jindan mewarisi kemampuan sang Datuk, Habib Salim bin Djindan, yang terkenal dengan julukan “Singa Podium” dari Betawi. Habib Jindan memiliki gaya ceramah yang enak didengar dan mudah dipahami. Contohnya saja ketika mengisi acara haul Masyayaikh ke-42 di Langitan, Tuban. Saat itu Habib Jindan



berdakwah di tengah kondisi hujan eras, namun hadirin tak merasa terganggu dan tetap berada di tempatnya. Selain memiliki kemampuan dakwah yang ulung, Habib Jindan pun terkenal sebagai penerjemah bahasa Arab ke bahasa Indonesia yang andal.

- 3) Pengkaderan Dai Program ini bertujuan untuk memilih kader dai dan memberikannya pembekalan guna mempersiapkan diri terjun langsung ke masyarakat dan menjadi pembimbing umat agar senantiasa berada di jalan Allah.
- 4) Majelis-Majelis Gabungan Program ini menggabungkan beberapa majelis-majelis untuk menjalin hubungan yang kokoh dengan jamaah majelis yang lain, sehingga dapat memberi manfaat yang besar terhadap sesama umat.
- 5) Peningkatan IT untuk sarana berdakwah. Program ini ditujukan sebagai bentuk pelatihan penggunaan sarana IT dalam berdakwah di jalan Allah. Selain itu, program ini juga guna meningkatkan dan memberikan penyegaran dalam proses dakwah, sehingga dakwah Nabi Muhammad dapat tersebar secara luas.

C. Dakwah Kyai Faiz Syukran

KH Syukron Ma'mun adalah ulama Nahdlatul Ulama (NU) yang berasal dari Sampang, Madura. Beliau saat ini menjadi pengasuh pesantren Darul Rahman. Beliau telah berkecimpung dalam berbagai organisasi, termasuk sebagai Ketua Umum Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama (LDNU), Wakil Ketua Robitotul Ma'ahid al-Islamiyah, dan Ketua Umum Partai Persatuan Nahdlatul Ulama Indonesia (PPNUI). Beliau juga menjadi pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi DKI Jakarta. KH Syukron Ma'mun telah menjadi pengasuh pesantren Darul Rahman sejak kurang lebih tahun 1975. Beliau juga menyampaikan dakwah yang sesuai dengan kadar akal fikir yang di dakwahi dan memiliki pengaruh kuat di dunia politik Beliau merupakan seorang tokoh yang sangat terkenal dan diidolakan oleh masyarakat. Beliau juga telah berkecimpung dalam golongan pemuda komunis yang selalu menentang dakwah yang diberikan olehnya. Selain itu, KH Syukron Ma'mun juga memiliki pengaruh dalam mengukuhkan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan Pancasila. Beliau merupakan Ketua Komisi Dakwah MUI, yang menilai paham Islam Wasathiyah sangat penting dalam mengukuhkan NKRI dan Pancasila. seorang tokoh da'I yang menyampaikan dakwah sesuai dengan kadar akal fikir yang di dakwahi, atau istilah lain di sebut likulli maqom maqul, di samping lewat ceramah dan lembaga-lembaga dimana



beliau berada, masih pula memiliki pengaruh kuat di dunia politik.

Karya kyai Faiz Syukron tentang dakwah mencakup berbagai topik, mulai dari sejarah perkembangan pesantren, nilai-nilai karakter dalam serat dewa ruci kidung, pelaksanaan Amar ma'ruf nahi mungkar, pelaksanaan Amar ma'ruf nahi mungkar di DKI Jakarta, khidmat MUI, dan pengaruhnya di dakwah. Berikut adalah beberapa topik yang dibahas dalam karya kyai Faiz Syukron:

- 1) Sejarah perkembangan pondok pesantren Daarul Rahman.
- 2) Nilai-nilai karakter dalam serat dewa ruci kidung.
- 3) Pelaksanaan Amar ma'ruf nahi mungkar di DKI Jakarta.
- 4) Khidmat MUI.
- 5) Pengaruhnya di dakwah.

Dalam karya ini, kyai Faiz Syukron membahas tentang perkembangan pesantren Daarul Rahman, yang merupakan lembaga dakwah yang membantu menyebarkan agama Islam dan mencetak kader-kader yang berkompeten. Beliau juga menulis tentang nilai-nilai karakter dalam serat dewa ruci kidung, yang merupakan analisis konten naskah transformasi serat dewa ruci kidung. Selain itu, kyai Faiz Syukron juga menulis tentang pelaksanaan Amar ma'ruf nahi mungkar, yang merupakan salah satu amanah dan persoalan yang harus dihadapi oleh ulama-ulama kontemporer. Beliau juga mengarang tentang khidmat MUI, yang merupakan salah satu program yang berpedoman pada 9 khidmat MUI, yang setidaknya untuk menyelesaikan dua amanah dan persoalan, yaitu pelaksanaan Amar ma'ruf nahi mungkar dan permasalahan kemiskinan perkotaan dan rendahnya perkembangan kualitas sumber daya manusia Muslim di DKI Jakarta.

Kyai Faiz Syukron mendefinisikan nilai-nilai karakter dalam karyanya tentang dakwah sebagai kumpulan tata nilai yang menuju pada suatu sistem, yang melandasi pemikiran, sikap, dan perilaku yang ditampilkan. Beliau menganggap karakter sebagai sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seorang dengan yang lainnya. Nilai-nilai karakter dalam karyanya ini meliputi:

- a) Pengabdian: Memilih antara dua alternatif yaitu merefleksikan sifat-sifat Tuhan yang mengarah menjadi Pengabdi-pihak-lain (ar-Rahman dan ar-Rahim) atau Pengabdi-diri-sendiri.
- b) Peduli Sosial: Memfasilitasi kegiatan bersifat sosial; melakukan aksi sosial; menyediakan fasilitas untuk menyumbang; berempati kepada sesama teman; dan membangun kerukunan.



c) Sadar Awan: Santun; dan demokratis.

Dalam karyanya tentang dakwah, kyai Faiz Syukron menyebarkan nilai-nilai karakter sebagai bagian dari dakwah yang tepat, yang mengacu pada pedoman Al-Qur'an. Beliau menganggap dakwah sebagai ajakan atau seruan kepada umat manusia untuk menuju kebahagiaan dunia akhirat sesuai dengan pedoman Al-Qur'an.

D. Retorika Dakwah dalam Media Sosial

Media untuk memunculkan retorika dakwah dan membantu pengembangan dakwah kepada seluruh elemen masyarakat maka setiap orang perlu memanfaatkan internet. Internet menjadi media yang paling bermanfaat dan sangat membantu setiap orang untuk melakukan dakwah di era milenial seperti saat ini. Dengan menggunakan internet sebagai media yang mampu mencapai penerima informasi di berbagai kalangan usia maka tujuan yang diharapkan lebih mudah didapatkan. Sehingga setiap orang nantinya akan lebih mudah mengetahui dan juga menerima dakwah yang disampaikan sebagai sebuah pengetahuan yang dibutuhkan. Tentunya setiap orang yang ingin berdakwah Retorika menjadi sebuah seni yang menunjukkan kecerdasan berpikir sehingga bisa menarik perhatian massa yang ada di media sosial. Sebuah seni untuk dapat mempersuasi orang lain dengan tidak memaksa mereka untuk menerima apa yang diajarkan menjadi sebuah hal yang penting. Setiap kata-kata yang dikeluarkan sebagai isi dari dakwah yang disampaikan tentu perlu di perhatikan dengan tepat sehingga tidak memojokkan satu kalangan. Ini akan memudahkan jalan seseorang untuk menyampaikan dakwah kepada banyak orang dengan mudah dan juga lebih efisien. Karena pada dasarnya masyarakat pengguna internet saat ini sudah sangat cerdas dan memiliki keberanian untuk mengkritik sesuatu hal yang bertentangan dengan dirinya. Pesan dakwah yang jelas tentu akan cenderung lebih menyenangkan masyarakat. Seseorang yang menyampaikan dakwahnya diiringi dengan bukti-bukti kongkret yang ada pada Al-Qur'an dan hadits menjadi menarik simpati dan perhatian massa. Inilah yang kemudian menjadi sebuah poin penting yang dapat mendorong khalayak untuk tertarik menyimak dan memahami isi pesan yang disampaikan.

Dakwah yang dilakukan di era milenial tentu sangatlah berbeda dengan yang disampaikan pada jaman dahulu. Jika sebelumnya dakwah hanya disampaikan melalui kegiatan ceramah tanpa adanya pertanyaan interaktif maka saat ini hal tersebut sudah tidak ada lagi. Kini dalam setiap kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seseorang tentu perlu menyasar setiap kalangan dan membuatnya menjadi menarik. Retorika dalam hal



ini memiliki peranan penting untuk menarik perhatian dari khalayak untuk mau mendengarkan dakwah yang disampaikan. Masyarakat era milenial saat ini lebih cenderung menyukai dakwah yang dilakukan secara interaktif. seseorang yang ingin berdakwah di era modern seperti saat ini perlu untuk menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Baik dari materi dakwah hingga metode yang digunakan untuk berdakwah akan mempengaruhi hasil yang didapatkan. Seseorang yang menggunakan metode dakwah interaktif dengan materi yang sesuai dengan kehidupan masyarakat akan lebih menarik perhatian banyak orang. Dengan begitu maka kemudian isi dakwah yang disampaikan akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat milenial.

KESIMPULAN

Mengenai strategi dakwah yang diimplementasikan oleh Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron dalam ranah retorika dan materi dakwah di media sosial dapat ditarik sebagai berikut: Pemanfaatan Media Sosial: Keduanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk menyebarkan dakwah. Hal ini menunjukkan kesadaran akan potensi besar media sosial dalam mencapai khalayak yang luas dan beragam. Konten Dakwah yang Relevan: Keduanya fokus pada pembahasan materi dakwah yang relevan dengan konteks zaman dan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Retorika yang Kuat: Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron menguasai retorika yang kuat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Mereka mampu menggunakan kata-kata yang tepat dan menyentuh hati audiens, sehingga pesan dakwah mereka memiliki dampak yang signifikan. Interaksi dengan Audiens: Keduanya juga aktif berinteraksi dengan audiens melalui media sosial. Hal ini membantu dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan jamaah, serta memperkuat pengaruh dakwah yang disampaikan.

Konteks Sosial dan Kultural Strategi dakwah mereka memperhatikan konteks sosial dan kultural di mana mereka berada. Mereka memadukan nilai-nilai agama dengan realitas sosial masyarakat, sehingga dakwah yang disampaikan lebih relevan dan mudah diterima. Penggunaan Teknologi: Keduanya juga menggunakan teknologi secara efektif dalam menyebarkan pesan dakwah, seperti penggunaan gambar, video, dan fitur-fitur interaktif lainnya dalam konten mereka. Hal ini memperkaya pengalaman audiens dan meningkatkan daya tarik konten dakwah. Dengan demikian, strategi dakwah yang diimplementasikan oleh Habib Hindan dan Kyai Faiz Syukron menunjukkan kombinasi yang efektif antara pemanfaatan media sosial, retorika yang



kuat, materi yang relevan, interaksi dengan audiens, serta memperhatikan konteks sosial dan kultural. Hal ini menjadikan dakwah mereka memiliki pengaruh yang besar dan mampu mencapai khalayak yang luas dalam era digital ini.

REFERENSI

1. Najamuddin. “Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh Pendahuluan Dalam Konstelasi Kehidupan Di Dunia Ini Manusia Tentunya.” *Jurnal Studi Islam* 12, no. April (2020): 25–46. <http://e-jurnal.iainsorong.ac.id/indeks.php/Tasamuh>
2. Nurrohman, Aziz Setya. “Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja’Far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 99.
3. S, Samsinar. “Urgensi Manajemen Dalam Dakwah.” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 1–10. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v4i2.619>
4. Somantri, Gumilar Rusliwa. “Memahami Metode Kualitatif.” *Makara Human Behavior Studies in Asia* 9, no. 2 (2005): 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
5. Trilaksono, Bobby H., Wahyu Prasetyawan, Amirudin Amirudin, and Kiky Rizky. “Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial.” *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, no. 1 (2021): 1–16. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.18073>
6. Unsiyatul Uyun. “Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok.” *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2023): 125–43. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993>