

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* dan diartikan sebagai "seni para jenderal" atau seni komandan yang biasa digunakan dalam perang. Menurut Karl Von Clausewitz, strategi adalah pengetahuan tentang menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara mencapai kemenangan atau mencapai tujuan.<sup>1</sup>

Secara terminologi, para ahli memberikan pemahaman tentang "strategi" berdasarkan pandangan dan pendapat mereka. Beberapa definisi strategi dikemukakan oleh para ahli, khususnya antara lain :

1. Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>2</sup>
2. Onong Uchyana Efendi yang dikemukakan dalam bukunya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan juga harus

---

<sup>1</sup> S. Sumarsono, *Pendidikan Kewarganegaraan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001),139.

<sup>2</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001),31.

mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>3</sup>

Secara umum, strategi adalah rencana atau metode yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Strategi menjadi proses desain yang harus dilakukan oleh individu atau organisasi. Strategi tersebut dirancang sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan secara efektif dan efisien.

Mengenai dakwah Islam, strategi mengacu pada keahlian dakwah dalam mendakwahkan ajaran Islam kepada orang lain. Semakin baik strategi yang digunakan para pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwah, semakin besar kemungkinan mereka menerima pesan agama yang ingin disampaikan.

#### a) Tahapan-tahapan Strategi

Fred R. David menjelaskan bahwa dalam sebuah proses strategi terdapat beberapa tahap yaitu :

##### 1) Perumusan Strategi

Dalam proses strategis, perumusan strategi merupakan langkah awal. Perumusan strategi meliputi merumuskan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal bagi organisasi, memahami kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menemukan alternatif strategi, dan memilih strategi khusus untuk mencapai tujuan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), 32.

<sup>4</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 6

Dalam hal ini, penulis memahami bahwa harus ada desain awal dalam proses strategis dimana individu atau organisasi menentukan langkah-langkah apa yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## 2) Penerapan Strategi

Tahap ini merupakan tahap implementasi dari strategi yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya. Penerapan strategi sering juga disebut “tahap aksi”. Penerapan atau implementasi strategi membutuhkan disiplin, komitmen dan pengorbanan.<sup>5</sup> Penerapan strategi meliputi pengembangan budaya pendukung strategi, pembuatan struktur organisasi yang efektif, pembelajaran ulang tentang kegiatan pemasaran, penyusunan anggaran, pengembangan dan penggunaan sistem TI, serta mengaitkan remunerasi karyawan dengan kinerja organisasi.<sup>6</sup>

Dapat dikatakan bahwa tahapan penerapan strategi merupakan tahapan yang sangat sulit. Tahap ini merupakan tahap di mana individu atau organisasi mengimplementasikan strategi mereka.

## 3) Penilaian Strategi

Evaluasi strategi adalah langkah terakhir dalam proses pengembangan strategi. Tahap ini adalah tahap di mana strategi

---

<sup>5</sup> Ibid, 7.

<sup>6</sup> Ibid, 6.

yang telah dirumuskan sebelumnya dinilai. Menilai strategi diperlukan karena apa yang berhasil sekarang tidak selalu berhasil nanti.<sup>7</sup>

## B. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-da'wan*, yang artinya ajaran, seruan, panggilan atau undangan.<sup>8</sup> Secara terminologis, menurut Taha Umar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana pada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.<sup>9</sup> Sedangkan dalam arti dakwah menurut pandangan beberapa pakar atau ilmuwan adalah sebagai berikut:

- 1) Bakhyal Khauli dakwah ini adalah proses menghidupkan kembali peraturan Islam dengan maksud memindahkan orang dari satu keadaan ke keadaan lain.
- 2) Syekh Ali Mahfudz dakwah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>10</sup>

Secara umum dakwah adalah mengajak seseorang dari satu keadaan ke keadaan yang lain untuk mengerjakan kebaikan dan mentaati ajaran

---

<sup>7</sup> Ibid, 7.

<sup>8</sup> Sayyid Muhammad Alwi al-Maliki, al-Hasani ”*Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*”(Bandung: Cet I, 2009), 9.

<sup>9</sup> Taha Umar, *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran* ,(Bandung: Cet I, 2010), 12.

<sup>10</sup> Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, Jakarta: (Cet, II, PT Prenada Media, 2003),7.

Islam agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.

Hubungan Islam dan dakwah sangat erat sehingga keduanya merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Maju dan berkembangnya syi'ar Islam memerlukan kegiatan dakwah. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dan hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran. Dan setiap orang Islam memiliki kewajiban untuk melaksanakan dakwah dimana dan kapan saja. Merujuk pada sifat wajib bagi Rasul, tabligh, hukum berdakwah adalah wajib. Pada awalnya kewajiban berdakwah adalah Rasulullah SAW kemudian dilanjutkan sahabat beliau dan seterusnya diemban para ulama dan pemimpin-pemimpin Islam.

Para rasul berkewajiban berdakwah sesuai Surat Al-Maidah [5]: 67 :

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ

وَ اللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Terjemahnya :

“Hai Rasul, sampaikan apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”.

Dakwah secara umum merupakan sejenis ajakan, persiapan, permohonan, dan menyebarkan kebaikan ke arah yang baik. Dalam arti

istilah "dakwah" adalah cara mengajak orang untuk berpartisipasi dalam mewujudkan perdamaian, kelembutan dan harmoni. Dalam hal ini yang berkaitan dengan ajaran Islam dilakukan dengan kejujuran, kedamaian, kelembutan, dan pengabdian total.

Berdasarkan ayat al-Qur'an, ulama sepakat bahwa hukum dakwah itu secara umum adalah wajib, sedangkan yang menjadi perdebatan adalah apakah kewajiban itu dibebankan kepada individu muslim atau hanya dibebankan kepada kelompok orang saja dari secara keseluruhan, perbedaan pendapat mengenai hukum berdakwah disebabkan perbedaan cara pemahaman mereka terhadap dalil-dalil nakli disamping kenyataan kondisi setiap muslim yang berbeda pengetahuan dan kemampuan. Ayat yang menjadi pokok pangkal pendapat itu adalah surat Ali-Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar . merekalah orang-orang yang beruntung”.

Adapun pandangan lain yang menyatakan bahwa dakwah hukumnya fardu 'ain yang didasarkan pada hadits Nabi saw:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ

وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ

Terjemahnya:

Dari Abu Sa'ad Al Khudri ra : Saya mendengar Rasulullah saw bersabda: “Barangsiapa melihat kemungkaran, maka ubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka ubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya, dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman” (HR. Ahmad) (Musnad Imam Ahmad bin Hambal, 1978M/1398H: 20).

Dalam hadist di atas ada tiga cara dalam menyampaikan dakwah.

Pertama mencegah dengan tangan atau dengan kekuasaan atau jabatan yang dimiliki seseorang, yang dengan jabatan atau wewenang yang dimilikinya dia akan didengarkan orang atau orang akan menyeganinya. Kedua dengan cara lisan yaitu berbicara dengan kebenaran yang dilontarkan kepada mereka yang melakukan kemungkaran dan orang ini harus mempunyai mental yang cukup kuat dan dalam melakukan tindakan pencegahan kemungkaran.

Ketiga dengan hati, ini merupakan jalan terakhir untuk menasehati orang lain yaitu merupakan selemah-lemah keadaan seseorang, setidaknya tidaknya ia masih tetap berkewajiban menolak kemungkaran dengan hatinya kalau ia masih dianggap Allah sebagai orang yang memiliki iman, walaupun iman yang paling lemah, yakni mentalnya tidak sanggup untuk mencegah kemungkaran. Penolakan kemungkaran dengan hati

merupakan batas minimal dan benteng tempat penghabisan dari upaya pencegahan kemungkar.

## **1. Tujuan Dakwah**

Dakwah adalah rangkaian kegiatan atau proses yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan dakwah adalah memberikan arahan atau arahan bagi pergerakan langkah-langkah kegiatan dakwah.

Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh dari semua kegiatan dakwah. Untuk mencapai tujuan akhir ini, semua rencana dan kegiatan dakwah harus disiapkan dan diarahkan. Tujuan utama dakwah dihadirkan dengan pemahaman tentang dakwah, dan tujuan utamanya adalah untuk mencapai kebahagiaan dan kemakmuran di dunia, kemudian dia akan diberkahi oleh Allah SWT. Tujuannya adalah tujuan perantara. Karena tujuan jurusan sebagai perantara adalah nilai-nilai yang membawa kebahagiaan dan kemakmuran, dan Allah swt ridha dengan itu. Masing-masing dalam kategori atau bidangnya.<sup>11</sup>

## **2. Metode Dakwah**

Metode dakwah merupakan cara khusus da'i (komunikator) untuk mencapai tujuan yang dilandasi kearifan dan cinta, artinya metode dakwah harus menghormati manusia berdasarkan perspektif

---

<sup>11</sup> Abdul Rosyad Saleh, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Bandung: Cet I, PT Pustaka Setia, 2002), 145.

yang berpusat pada manusia. Dari definisi "dakwah" di atas, dapat dipahami bahwa "dakwah" adalah cara menghidupkan kembali Islam dengan mengajak atau menghimbau umat manusia untuk beramal baik demi menyelamatkan dunia dan dunia masa depan atau akhirat.

Cara ini sering diartikan sebagai kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *metodos* dalam bahasa Indonesia yang artinya jalan atau jalan. Artinya metode adalah cara kerja atau kegiatan untuk mengembangkan pengetahuan itu atau memahami topik yang menjadi fokus penelitian yang bersangkutan.<sup>12</sup> Metode pembelajaran dakwah merupakan metode kerja yang dianut ilmu dakwah dalam meneliti, merumuskan, dan mengembangkan teori atau cara kerja dakwah untuk memahami subjek penelitian ilmu dakwah. Sejalan dengan tujuan ilmu dakwah yaitu menggali sebanyak mungkin teori yang berkaitan dengan kegiatan dakwah Islam.<sup>13</sup>

Jadi metode dakwah merupakan beberapa metode yang digunakan oleh da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang, yang artinya pendekatan dakwah harus berlandaskan pada *people-oriented* atau sudut pandang untuk menghormati orang.

Adapun yang menjadi rujukan metode dakwah adalah Al-Qur'an surat Al-Nahl: 125

---

<sup>12</sup> Enjang dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT.Widya Padjadjaran, 2009), h. 30.

<sup>13</sup> Ibid, 30.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِ لَهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.<sup>14</sup>

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa metode dakwah ada tiga macam yaitu :

- a) Bi al-Hikmah, yakni memperhatikan situasi dan kondisi tujuan dakwah agar materi yang dijelaskan tidak membebani sasarannya, tidak membebani jiwa yang ingin menerimanya.
- b) Mau'izatul Hasanah, beri nasehat dan ingatkan orang lain dengan bahasa yang baik yang bisa menginspirasi hatinya, agar mad'u mau dan bisa menerima nasehat. Mujadalah Billati Hiya Ahsan, dakwah
- c) dengan cara bertukar pikiran dan berdiskusi dengan sebaik-baiknya tanpa membebani sasaran atau masyarakat yang menjadi tujuan dakwah.

---

<sup>14</sup> QS. Al- Nahl (16): 125

### 3. Media Dakwah

Media adalah alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan suatu dakwah kepada suatu objeknya. Media Dakwah adalah alat yang digunakan dalam berdakwah, yaitu media pendengaran (mendengar), visual (melihat) dan audiovisual (mendengar dan melihat) serta contoh perbuatannya.<sup>15</sup> Media dakwah yang perlu mendapat perhatian dalam melaksanakan aktivitas dakwah, sebagaimana yang telah dikemukakan oleh M. Bachri Ghazali, sebagai berikut:

- a) Media visual, merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan dengan menggunakan indera penglihatan untuk menangkap data. Seperti film slide dan komputer.
- b) Media auditif, merupakan alat yang dapat dioperasionalkan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah. Seperti radio dan telepon.
- c) Media audio visual, adalah perangkat komunikasi yang ditangkap oleh indera penglihatan. seperti TV, video.
- d) Media cetak, merupakan salah satu jenis media massa yang harus menjadi media dakwah. Seperti koran, majalah dan buku. Untuk melewati media ini berarti berkhotbah melalui tulisan atau pikiran pena dai.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Masmuddin dan Efendi P, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Palopo Sulawesi Selatan : Cet I, Read Institute Press 2009), h.58.

<sup>16</sup> M.Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikasi*, (Jakarta: Pedoman ilmu jaya, 1997), 30.

#### 4. Strategi Dakwah

Istilah manajemen berkaitan erat dengan strategi dakwah. Karena keduanya mengarah pada rencana atau perencanaan yang berhasil yang telah ditetapkan oleh individu dan organisasi. Konsep manajemen strategis merupakan suatu proses kegiatan manajemen yang terdiri dari pemanfaatan sumber daya organisasi secara menyeluruh untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan visi dan misi yang ditetapkan atau telah ditentukan.<sup>17</sup>

Pengertian dakwah, sebagaimana dijelaskan secara singkat sebelumnya, adalah upaya individu dan kelompok (kolektif, lembaga organisasi). Mentransfer ajaran Islam kepada orang lain melalui metode tertentu. Agar tercipta masyarakat yang berkepribadian sesuai dengan ajaran Islam secara keseluruhan, mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Strategi dakwah merupakan metode, siasat, taktik yang harus digunakan dalam aktivitas dakwah.<sup>18</sup> Menurut Abu Zahra mengatakan bahwa strategi dakwah Islam adalah perencanaan, penyerahan kegiatan dan operasional dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.<sup>19</sup> Menurut uraian di atas, strategi

---

<sup>17</sup> Ibid, 33.

<sup>18</sup> Acep Aripudin & Syukuriadi Sambas, *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah antar Budaya*, (bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 138.

<sup>19</sup> Abu Zahra, *Dakwah Islamiyah*, (Bandung: Rosdakarya, 1994), 25.

dakwah adalah suatu rencana yang berisi serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan dakwah secara efektif. Atau ajakan kebaikan dengan menggunakan rencana yang baik dan terukur agar tujuan yang tepat bisa tercapai.

Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam sebuah strategi dakwah yaitu :

- a) Strategi adalah rencana aksi (rangkaian aksi dakwah) yang melibatkan penggunaan metode dan penggunaan berbagai sumber daya. Oleh karena itu, strategi adalah proses merumuskan rencana kerja, bukan mengambil tindakan.
- b) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, arah dari semua keputusan perencanaan strategis adalah realisasi tujuan.

Menurut Asmuni Syukir, strategi yang digunakan dalam usaha dakwah haruslah memperhatikan nenerapa asas dakwah, di antaranya adalah :

- 1) Asas filosofis, 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.
-

- 3) Asas sosiologis, asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.
- 4) Asas psikologis, asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Karena sasaran dakwah yang memiliki karakter berbeda satu sama lain.
- 5) Asas efektivitas dan efesiensi, aktivitas dakwah harus disesuaikan dengan keseimbangan biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Sehingga hasilnya dapat maksimal.<sup>20</sup>

Setiap strategi menggunakan beberapa metode dan setiap metode membutuhkan teknik yang lebih detail dan praktis. Selain itu, setiap teknik membutuhkan taktik, pendekatan yang lebih spesifik daripada teknik. Untuk mencapai tujuan strategis, persyaratan harus dilakukan dalam kondisi tertentu. Oleh karena itu, strategi adalah cara apapun untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap strategi menggunakan beberapa metode.

Strategi mengacu pada rencana untuk mencapai suatu tujuan, dan metode adalah metode yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan strategi. Oleh karena itu, strategi dan metode memiliki arti yang berbeda, tetapi saling terkait dan tidak dapat dipisahkan, karena setiap strategi membutuhkan cara untuk mengimplementasikannya.

---

<sup>20</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 20.

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk :<sup>21</sup>

1) Strategi Sentimental (*al-manhaj al-'athifi*)

Strategi emosional dakwah, fokus pada semua aspek hati dan menyentuh perasaan dan hati mitra dakwah. Memberikan nasehat yang mengesankan kepada mitra dakwah, membuat koneksi yang lembut, atau memberikan layanan yang memuaskan adalah metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini cocok untuk mitra dakwah yang terpinggirkan dan dianggap lemah, seperti perempuan, anak-anak, awam, mualaf, orang miskin, yatim piatu dan sebagainya.

Nabi SAW menerapkan strategi emosional ini dalam menghadapi kaum musyrikin di Mekkah. Beberapa ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan Nabi ketika berada di Mekah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) menekankan pada kemanusiaan (humanisme), solidaritas, peduli pada fakir miskin, merawat anak yatim piatu, welas asih dan sebagainya. Ternyata pengikut Nabi SAW biasanya berasal dari kelompok yang kurang beruntung. Berkat strategi ini, yang lemah akan diberi penghargaan dan bangsawan akan dihormati.

2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqlī*)

Strategi rasional merupakan menyebarkan beberapa metode yang berfokus pada semua aspek jiwa. Strategi ini mendorong

---

<sup>21</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 346.

mitra dakwah untuk berpikir, berefleksi dan belajar. Penggunaan strategi logis, pembahasan atau penyajian contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode strategi rasional.

Al-Qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dan mencakup beberapa kata: *tafakkur*, *tadzakkur*, *nazhar*, *ta'ammul*, *I'tibar*, *tadabbur* dan *istibshar*. *Tafakkur* menggunakan pikiran untuk menyadari dan memikirkannya; *tadzakkur* mengusulkan ilmu yang harus dipertahankan setelah dilupakan; *Nazhar* membimbing hati untuk fokus pada objek yang ditemukan; *ta'ammul* artinya mengulang pikiran tersebut sampai Mereka menemukan kebenaran di dalam hati mereka. *Itibar* artinya transfer ilmu dari berpikir ke ilmu yang lain. *tadabbur* mencoba memikirkan konsekuensi dari setiap masalah; *istibshar* adalah mengungkapkan atau mengungkapkan sesuatu dan menunjukkannya dalam visi orang.

### 3) Strategi Indrawi (al-manhaj al-hissy)

Strategi ini juga bisa disebut sebagai strategi eksperimental atau strategi ilmiah. Ini didefinisikan sebagai sistem dakwah atau seperangkat metode yang menargetkan indera dan menekankan hasil penelitian dan eksperimen. Metode pengembangan strategis meliputi praktik keagamaan, modeling, dan pertunjukan teater.

Di masa lalu, praktik Islam oleh Nabi (SAW) adalah perwujudan dari strategi indrawi yang disaksikan oleh para

sahabatnya. Para sahabat bisa langsung menyaksikan keajaiban nabi SAW, seperti terbelahnya bulan, bahkan menyaksikan Jibril sang malaikat dalam wujud manusia.

Sekarang, kita menggunakan Alquran 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 Strategi dakwah juga bisa berdasar pada QS. Al-Baqarah ayat: 125 dan 151.

رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ

وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Terjemahnya :

Ya Tuhan Kami, utuslah ditengah mereka seseorang rasul dari kalangan mereka sendiri, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Mu, dan mengajarkan Kitab dan Hikmah kepada mereka, dan menyucikan mereka. Sungguh, Engkaulah yang Maha perkasa, Maha Bijaksana. (QS. Al-Baqarah: 125)<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> QS. Al-Baqarah (2) ayat: 125

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ

الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

Terjemahnya :

Sebagaimana Kami telah mengutus kepadamu seorang Rasul (Muhammad) dari (kalangan) kamu yang membacakan ayat-ayat Kami, menyucikan dan mengajarkan kepadamu Kitab (Al-Qur'an) dan Hikmah (Sunnah), serta mengajarkan apa yang belum kamu ketahui. (QS. Al-Baqarah: 151)<sup>23</sup>

Ayat-ayat di atas memiliki pesan yang sama yaitu tentang tugas para rasul sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah. Berdasarkan ayat-ayat tersebut di atas, terdapat tiga strategi dakwah, yaitu:

1) Strategi *Tilawah*.

Dalam strategi ini, mitra dakwah diminta untuk mendengarkan penjelasan dai, atau mitra dakwah membaca pesan yang ditulis oleh dai sendiri. Begitu pula dengan penyampaian pesan dakwah secara lisan dan tertulis. Penting untuk diingat bahwa ayat-ayat Allah SWT berarti apa yang tertulis di kitab suci dan yang tidak tertulis yaitu alam semesta dengan segala isinya dan kejadian di dalamnya.

---

<sup>23</sup> QS. Al-Baqarah (2) ayat: 151

## 2) Strategi *Tazkiyah* (menyucikan jiwa).

Jika strategi pengajian didasarkan pada indera pendengaran dan penglihatan, maka strategi *tazkiyah* didasarkan pada aspek psikologis. Salah satu misi dakwah adalah memurnikan jiwa manusia. Pencemaran jiwa dapat menimbulkan berbagai masalah, baik individu maupun sosial, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik bagi hati maupun tubuh. Tujuan dari strategi ini bukanlah jiwa yang bersih, tetapi jiwa yang kotor. Tanda-tanda jiwa yang kotor dapat dilihat pada gejala jiwa yang tidak stabil, keimanan yang tidak stabil seperti moral keji lainnya seperti keserakahan, keserakahan, dan sebagainya.

## 3) Strategi *Ta'lim*

Strategi ini hampir sama dengan strategi *tilawah*, yaitu keduanya mentransformasikan pesan dakwah. Namun strategi ta'lim lebih dalam, dilaksanakan secara formal dan sistematis. Artinya, strategi ini hanya bisa diterapkan pada mitra dakwah biasa, dengan kurikulum yang dirancang, disampaikan secara berjenjang, serta mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Nabi SAW mengajarkan Alquran dengan strategi ini agar banyak sahabat yang menghafal Alquran dan mampu memahami isinya. Agar mitra dakwah menguasai kajian fiqh, kajian tafsir, atau kajian hadits, dai harus

membuat tahapan pembelajaran, sumber rujukan, maksud dan tujuan yang ingin dicapai, dan sebagainya. Dan tentunya membutuhkan waktu yang lama.

Strategi dakwah yang bijak adalah sebagaimana berikut:

- a) Dengan memperhatikan waktu dan mengetahui tingkat kebutuhan masyarakat agar tidak bosan mendengarkan dakwah, mereka juga akan merasakan bahwa nasehat dan apa yang mereka pelajari berguna dan sangat berharga bagi mereka.
- b) Menyerahkan hal-hal yang jika ditinggalkan tidak akan menimbulkan kerugian atau dosa menghentikan fitnah.
- c) Menonjolkan pengampunan saat Anda perlu membalas dendam. Prioritaskan berbuat baik ketika orang lain berbuat jahat, bersikap lembut ketika orang lain mencoba menyakiti Anda, mengutamakan kesabaran ketika orang mengganggu, menanggapi sikap orang lain yang tergesa-gesa dan tidak teratur, dengan sikap tenang dan hati-hati. Sifat-sifat tersebut memiliki pengaruh yang besar dan dapat menarik orang-orang yang diajar untuk memeluk Islam melalui istiqamah dan tegas.
- d) Dai tidak menyebut seseorang secara langsung ketika ingin mengajar dan melarangnya jika masih bisa disebut secara umum.

Strategi dakwah diimplementasikan melalui media sosial seperti Instagram yang kita temukan saat ini. Semakin efisien seorang pendakwah menyampaikan konten dan pesan media sosial, semakin banyak penggemar yang akan melihat media tersebut. penggunaan strategi media sosial (seperti Instagram) yang memungkinkan seseorang menampilkan video dan foto dengan jelas. Beberapa fitur lain yang dipromosikan seseorang atau suatu organisasi melalui media sosial Instagram, salah satunya adalah video pendek berdurasi 1 menit, yang harus diperhatikan bagaimana mengemas dakwah dalam waktu singkat tanpa harus melepas nilai dakwah. dengan durasi yang singkat menjadikan Instagram Media sosial paling populer karena tidak menimbulkan rasa bosan bagi penggunanya.

### **C. Pengertian Media Sosial**

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, gambar, video, *rating*, dan *bookmark social*.

Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), *blog* dan *microblogs* (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), *virtual game* (misalnya *world of warcraft*), dan *virtual social* (misalnya, *second life*).<sup>24</sup>

Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau lewat handphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Internet dapat menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia baik itu yang belum mengenal atau yang sudah mengenal, baik itu dari suku, rasa atau agama yang berbeda, semuanya dapat berkomunikasi langsung melalui media internet. Seperti yang diungkapkan oleh Tracy "internet adalah semacam jagad raya yang terus menerus berkembang memiliki geografi, 'cuaca', dan budaya sendiri. Dalam dunia cyberini, berbagai orang dalam penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka, dan informasinya tersedia 24 jam sehari dari ribuan tempat".

Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi yang ditawarkan salam dunia internet adalah media sosial. Dimana dengan menggunakan media

---

<sup>24</sup> Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*, ( Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia), 10-11.

sosial dalam internet, pengguna bisa meluaskan perkataan atau pun hal yang dia alami. Seperti yang diutarakan oleh Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah “sebuah kelompok jaringan yang berbasiskan aplikasi dalam internet yang dibangun berdasar teknologi dan konsep web 2.0, sehingga dapat membuat pengguna (*users*) menciptakan dan mengganti konten yang disebarkan”.

### **1. Pengertian Instagram**

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi seluler berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* di mana pengguna dapat mengambil, mengedit dan memposting foto atau video di halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan akan muncul di feed pengguna lain yang menjadi pengikut atau *follower*.<sup>25</sup>

Instagram berasal dari pemahaman fungsionalitas aplikasi secara keseluruhan. Kata "insta" berasal dari kata "instan", mirip seperti kamera Polaroid ketika disebut "foto instan". Instagram juga bisa menampilkan foto secara instan, seperti tampilan Bolloride. Sedangkan kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang artinya cara kerja mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Begitu pula Instagram dapat menggunakan web untuk mengunggah foto sehingga bisa mendapatkan informasi yang ingin disampaikan dengan cepat.

---

<sup>25</sup> Bambang Winarso, “Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?” DailySocial.id, di akses melalui <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>.

## 2. Sejarah Instagram

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang diluncurkan pada Oktober 2010. Di awal peluncuran aplikasi ini, Kevin dan Mike fokus pada fitur foto karena merasa kesulitan untuk mengurangi fitur yang ada saat itu. Beberapa bulan setelah diluncurkan, Instagram mampu menjangkau 1 juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah itu terus bertambah hingga 10 juta pengguna pada September 2011.<sup>26</sup>

Instagram mengatakan keanggotaannya melebihi 30 juta pada April 2012. Selain itu, Instagram juga mengumumkan bahwa setidaknya 100 juta foto telah diunggah ke Picasa pada Juli 2011. Pada Mei 2012, Instagram meningkatkan jumlah foto yang diunggah menjadi lebih dari 1 miliar. Kini, Instagram mengklaim telah mencapai 100 juta pengguna pada April 2012. Melihat pertumbuhan yang cepat ini, Facebook mengakuisisi perusahaan senilai \$ 1 miliar ini pada April 2012. sedangkan perusahaan induk Facebook hanya mengalami pertumbuhan 3%.<sup>27</sup>

Sebuah situs eBizMBA Rank yang biasanya melansir postingan tentang peringkat hal-hal yang ramai dan diperbincangkan masyarakat dunia memosting tentang Top 15 Most Popular Social Networking Sites December 2016. Dari postingan tersebut, Instagram

---

<sup>26</sup> Eka Nanda Wulandari, "Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @Hijabercommunityofficial", 35.

<sup>27</sup> *Ibid*, 35.

berada pada urutan kedelapan sebagai media sosial terpopuler versi eBizMBA Rank dengan 100.000.000 estimate Unique Monthly Visitors<sup>28</sup>, dimana pada tahun 2013 ranking eBizMBA juga meluncurkan 10 situs jejaring sosial terpopuler pada tahun 2013, dan lebih tepatnya pada bulan september dimana pada saat itu instagram belum masuk dalam sepuluh besar. Ini membuktikan bahwa minat menggunakan Instagram semakin meningkat setiap tahunnya. Inilah alasan yang tepat mengapa dakwah bisa dilakukan di media sosial sosial Instagram.

### 3. Pembuatan Akun Instagram

Dalam pembuatan akun Instagram, terdapat beberapa pilihan dan langkah-langkah, yaitu:<sup>29</sup>

#### a. Instalasi

Memasang atau menginstal aplikasi adalah langkah pertama yang perlu dilakukan saat mengunjungi *Play Store* atau *App Store* untuk pengguna *smartphone Android* dan *iPhone*. Cari aplikasi Instagram di halaman pencarian, lalu ketuk "*instal*" atau "*instal*". Dalam proses ini, Instagram akan mulai mengunduh dan menginstal di ponsel pengguna.

---

<sup>28</sup> ebizmba , *Social Networking Websites*, <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>.

<sup>29</sup> Yosieana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017), 26.

## b. Registrasi

Pendaftaran atau registrasi sangat penting saat menggunakan Instagram karena registrasi adalah akun yang merupakan identitas resmi pengguna.

Ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk pendaftaran, yaitu sebagai berikut:

1) Luncurkan aplikasi Instagram. Untuk mendaftar di Instagram, tekan tombol "Daftar" untuk mendaftar. Setelah masuk ke halaman Register, isikan data-data yang dibutuhkan. Tiga hal yang perlu anda selesaikan adalah email, nama pengguna, dan kata sandi.

### 2) *Set Profil Picture*

Atur foto profil untuk mengatur foto profil dengan mengambil foto secara langsung atau menggunakan foto yang ada di galeri ponsel.

3) Sentuh tombol Daftar untuk mendaftar

## 4. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang mengaplikasikan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial seperti Facebook

dan Twitter, termasuk Instagram itu sendiri. Instagram memiliki enam menu utama antara lain<sup>30</sup> :

a) *Home Page*

Halaman muka atau halaman awal adalah halaman yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru pengguna lain yang telah diikuti. Untuk menelusuri foto Anda, cukup gesek layar dari bawah ke atas, seperti menggulir mouse di komputer atau mengusap layar ponsel .

b) *Comment*

Sebagai jejaring sosial, Instagram menyediakan fungsi komentar, foto di Instagram bisa dikomentari di kolom komentar. Ini dilakukan dengan menekan ikon yang ditandai dengan gelembung komentar di bawah foto, lalu mengetik kesan Anda tentang foto tersebut di kotak yang tersedia, lalu menekan tombol kirim atau kirim.

c) *Explore*

*Browse* adalah daftar foto populer yang disukai sebagian besar pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang disertakan dalam eksplorasi atau umpan.

---

<sup>30</sup> Anwar Sidiq, “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017), 26.

d) *Profil*

Profil pengguna dapat memperoleh informasi rinci tentang informasi pengguna, baik dari profil yang dimiliki akun pribadi maupun dari pengguna lain. Anda dapat mengakses halaman profil Anda. melalui ikon kartu nama di menu utama di sebelah kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang diunggah, jumlah pengikut, dan jumlah pengikut.

e) *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi tentang berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Umpan berita memiliki dua jenis tab: pelacakan aktivitas dan berita. Tab "mengikuti" menampilkan aktivitas terbaru pengguna yang telah mengikuti pengguna, sehingga tab "berita" menampilkan notifikasi terbaru aktivitas pengguna Instagram di foto, komentar, atau observasi pengguna, sehingga akan muncul notifikasi di tab ini.

f) *Stories*

Ini adalah jendela yang menampilkan foto dan video seperti fitur Home, tetapi di jendela story atau untuk mengabarkan sesuatu yang sedang terjadi, foto dan video memiliki batas waktu tertentu, tidak seperti foto dan video yang diposting di halaman beranda. Setiap cerita yang dibuat pengguna akan terlihat dalam satu menit, setelah itu akan berubah ke yang berikutnya, dan

dalam 24 jam cerita akan dihapus sendiri. Fitur cerita lebih mirip flash cepat untuk berbagi momen Anda dengan cara yang singkat dan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di unggah ke instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:<sup>31</sup>

1) *Captions*

Tanda tangan atau deskripsi yang menekankan sifat atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna. Keterangan dibuat saat Anda membuat foto atau konten video untuk publikasi.

2) *Hashtag*

*Hashtag* adalah lambang dengan *hashtag* (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan video Instagram dengan hashtag tertentu.

3) Lokasi Fitur

lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi tempat pengguna mengambil foto.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga aplikasi ini menyediakan

---

<sup>31</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

1) *Follow*

*Follow* berarti mengikuti, pengikut adalah pengguna lain yang mengikuti, dari pengguna Instagram untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain dapat mengklik ikuti. Jumlah pengikut dan pengikut akan ditampilkan di halaman profil pengguna. profil pengguna.

2) *Like*

*Like* merupakan ikon dimana pengguna dapat menyukai foto atau video di Instagram, simbol serupa di Instagram berbeda dengan simbol di Facebook yaitu ibu jari, simbol serupa di Instagram adalah simbol hati, menyukai atau menyukai konten tersebut. dilakukan dengan menekan tombol "*Like*" di bagian bawah teks di sebelahnya. dengan komentar atau ketuk dua kali (dua kali) konten yang Anda sukai.

3) *Comments*

Komentar atau komentar adalah kegiatan mengungkapkan pikiran dengan kata-kata, pengguna bebas mengomentari foto, baik itu saran, pujian maupun kritik.

---

<sup>32</sup> Nur Rohmah, "*Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*". (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016) h. 16.

#### 4) *Mentions*

Fitur ini digunakan untuk menambah atau memanggil pengguna lain dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun pengguna Instagram.

### **D. Pengertian Eksistensi**

Eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi 4 pengertian yaitu, pertama eksistensi adalah apa yang ada, kedua eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas, ketiga eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada dan yang keempat eksistensi adalah kesempurnaan.

Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri dari kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain. Eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Berdasarkan pemikiran tersebut, manusia dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan bahwa dirinya adalah makhluk eksistensi.

Beberapa ciri dalam eksistensi diantaranya:

1. Motif pokok yakni cara manusia berada, hanya manusialah yang bereksistensi. Dimana eksistensi adalah cara khas manusiaberada, dan pusat perhatian ada pada manusia, karena itu berifat *humanitic*.

2. Bereksistensi harus diartikan secara dinamis. Bereksistensi berarti menciptakan dirinya secara aktif. Bereksistensi berarti berbuat, menjadi merencanakan. Setiap saat manusia menjadi lebih atau kurang dari keadaannya. Didalam filsafat eksistensialisme manusia dipandang sebagai terbuka. Manusia adalah realitas yang belum selesai, yang masih harus dibentuk. Pada hakikatnya manusia terikat pada dunia sekitarnya, terlebih-lebih pada sesama manusia.
3. Filsafat eksistensialisme memberi tekanan pada pengalaman konkret, pengalaman eksistensial.<sup>33</sup>

Kierkegaard memiliki pandangan bahwa seluruh realitas eksistensi hanya dapat dialami secara subjek oleh manusia, dan mengandaikan bahwa kebenaran adalah individu yang bereksistensi. Kierkegaard juga memiliki pemikiran bahwa eksistensi manusia bukanlah statis namun senantiasa menjadi. Artinya manusia selalu bergerak dari kemungkinan untuk menjadi suatu kenyataan. Melalui proses tersebut manusia memperoleh kebebasan untuk mengembangkan suatu keinginan yang manusia miliki sendiri.<sup>34</sup>

Karena eksistensi manusia terjadi karena adanya kebebasan, dan sebaliknya kebebasan muncul karena tindakan yang dilakukan manusia tersebut. Menurut Kierkegaard eksistensi adalah suatu keputusan yang berani diambil oleh manusia untuk menentukan

---

<sup>33</sup> Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 185.

<sup>34</sup> Budi Hardiman, *Filsafat Modern Dari Machiavelli Sampai Nietzsche*, (Jakarta : Gramedia, 2007), 251.

hidupnya, dan menerima konsekuensi yang telah manusia ambil. Jika manusia tidak berani untuk melakukannya maka manusia tidak bereksistensi dengan sebenarnya.

Setiap eksistensi memiliki cirinya yang khas. Kierkegaard telah mengklasifikasikan menjadi 3 tahap.<sup>35</sup>

- a) Tahap Estetis (*The Aesthetic Stage*) Tahap ini merupakan situasi keputusan sebagai situasi batas dari eksistensi yang merupakan ciri khas tahap tersebut. Adapun dalam tahap estetis yakni terdapat Pengalaman emosi dan sensual memiliki ruang yang terbuka. Dalam pembahasan ini, Kierkegaard menerangkan adanya dua kapasitas dalam hidup ini, yakni sebagai manusia sensual yang merujuk pada inderawi dan makhluk rohani yang merujuk pada manusia yang sadar secara rasio.
- b) Tahap Etis (*The Ethical Stage*) Tahap etis merupakan lanjutan dari tahap estetis, tahap ini lebih tinggi dari tahap sebelumnya yang hanya berakhir dengan keputusan dan kekecewaan.
- c) Tahap Religious (*The Religious Stage*) Eksistensi pada tahap religious merupakan tahapan yang paling tinggi dalam pandangan Kierkegaard.

Konsep eksistensi dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting dan terutama adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya. Eksistensi dapat diartikan sesuatu yang

---

<sup>35</sup> Ibid, 252

menganggap keberadaan manusia tidaklah statis tetapi senantiasa menjadi. Artinya, manusia itu selalu bergerak dari kemungkinan ke kenyataan. Proses ini berubah, bila kini sebagai suatu yang mungkin, maka besok akan berubah menjadi kenyataan. Karena manusia itu memiliki kebebasan, maka gerak perkembangan ini semuanya berdasarkan pada manusia itu sendiri. Bereksistensi berarti berani mengambil keputusan yang menentukan hidupnya.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi adalah suatu proses atau gerak untuk menjadi ada kemudian melakukan suatu hal untuk tetap menjadi ada. Eksistensi adalah keadaan yang hidup atau menjadi nyata. Sedangkan yang dimaksud eksistensi di dalam penelitian ini adalah keberadaan media sosial dakwah pondok pesantren Al Amien di kota Kediri.

#### **E. Eksistensi Dakwah Media Sosial**

Dakwah adalah membawa seseorang dari satu sisi kepada sisi yang lain, sesuai dengan asal kata *fi'il madhi*-nya da'a yang mempunyai arti mengajak, memanggil, menyeru seseorang agar mengikutinya. Ali Mahfud menyebutkan dakwah sebagai bentuk motivasi mendorong umat manusia melakukan kebaikan dan mengikuti serta memerintahkan agar berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Roudhonah, "Urgensi Komunikasi dan Kebudayaan dalam Keberhasilan Dakwah", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, *Jurnal Dakwah*. Vol XV. NO.1, 2011).

Menurut Yusuf Qardhawi esensi dakwah adalah bermakna membangun gerakan yang akan membawa manusia ke jalan Islam yang meliputi aqidah dan syariah, dunia dan negara, mental dan kekuatan fisik, peradaban dan umat, kebudayaan dan politik serta jihad menegakkannya di kalangan umat Islam sendiri, agar terjadi sinkronisasi antara realitas kehidupan muslim dengan aqidahnya.<sup>37</sup>

Gerakan-gerakan dakwah Islam yang berada di masa sekarang, menjadi kaca mata besar, bahwa dakwah Islam pada masa kini terus eksis dan terus berkembang, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, semakin banyaknya kesadaran umat Islam terhadap nasib agamanya sendiri. Adapun secara eksternal, banyaknya jumlah masyarakat di berbagai negara yang memeluk Islam setelah sebelumnya beragama lain. Faktor yang membuat terjadinya peningkatan yang sangat signifikan terhadap perkembangan dakwah adalah adanya wadah dakwah yang siap meneruskan risalah Rasulullah dengan model-model dakwah yang mereka gunakan, sesuai dengan kreatifitas dan perkembangan zaman.

Persoalannya kemudian bagaimana memaksimalkan potensi dan memainkan peran media sosial sebagai media dakwah? Berdasarkan dari beberapa kenyataan bahwa pertumbuhan media sosial seperti Instagram, menunjukkan kepada kita bahwa masyarakat telah memandang akan urgensi media sosial dalam kehidupan. Terkait dengan pertanyaan di atas, tak pelak membuka mata kita bahwa media sosial sangat populer di

---

<sup>37</sup> *Ibid*, 2

kalangan masyarakat dan ini suatu ajang yang sangat potensial untuk misi menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam.

Karena dakwah kontemporer adalah metode yang digunakan para Da'i dengan lebih variatif mengikut keadaan zaman.<sup>38</sup> Dalam hal ini dakwah melalui media sosial merupakan bagian daripada metode tersebut. Maka itu kemasan yang dibuat mesti mengikuti keadaan trend media sosial sekarang, yaitu mesti lebih aktual, faktual, kontekstual dan dikemas dalam bentuk yang lebih menarik. Hal ini dimaksudkan untuk menyakinkan khalayak.

#### **F. Dakwah di Era Digital**

Dakwah berkomitmen untuk mengeluarkan orang dari masalah Menjadi lebih baik dan lebih sempurna. Performa dakwah bukan sekedar ikhtiar hanya menambah pemahaman agama dan pandangan hidup, tapi Mengamalkan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan. Dakwah Islam di era digital bukannya tanpa kendala dan tantangan. Oleh karena itu Dakwah Islam akan menghadapi berbagai masalah sangat kompleks dan rumit. Hal itu terkait dengan realitas globalisasi yang berlebihan dan pluralisme agama. Kemajuan cepat teknologi telah mengubah peradaban manusia dari budaya pertanian menjadi budaya industri kemudian memasuki era informasi dan komunikasi.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Fatmawati Ade Sofyan, “*Dakwah di Televisi: Analisis Terhadap mimbar Da'i dan Da'iah TPI dalam perspektif Dakwah*”, Jurnal Dakwah Vol VIII No.2, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2006).

<sup>39</sup> Ahmad Gojin, “*Peran Dakwah Di Era Digital*” STID Simarasa (2020), 2

Era digital adalah puncak dimana semuanya serba instan (cepat) sehingga dinikmati masyarakat. Pengkhotbah (mubaligh) dapat berdakwah melalui berbagai media, baik elektronik maupun cetak, seperti televisi, radio, YouTube, surat kabar, majalah, buletin, dan lainnya. Terkadang dianggap bukan hanya seorang seniman yang ingin tampil di TV, tapi pengkhotbah juga bisa. Di era ini mereka mendapatkan perilaku nyaman, rasa tenang berkat fasilitas yang ada.

Di era digital saat ini, teknologi digital telah digunakan sebagai "tulang punggung" dalam dunia bisnis, bahkan ada yang menyebutnya bahwa era digital ini sudah mulai melahirkan apa yang disebut destruktif teknologi, yaitu munculnya perusahaan baru berbasis teknologi digital yang sangat inovatif dan berdampak pada pembentukan perusahaan konvensional yang bekerja sejauh ini.<sup>40</sup> Oleh karena itu, peran dakwah di era digital umat Islam di tanah air (Indonesia) Untuk memelihara dan penyaringan (*filtering*) berbagai macam pemikiran yang dapat memecah-belah, ideologi, dan paham-paham lainnya dalam wadah persatuan negara Indonesia.

#### **G. Teori Efek Komunikasi Massa (*Effect Theory*)**

Menurut Schramm dan Roberts, beranggapan bahwa efek adalah “perubahan perilaku manusia yang setelah diterpa media pesan media massa”. Karena fokusnya pesan maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran

---

<sup>40</sup> Ibid, 5.

komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Mengenai efek komunikasi ini telah disinggung dimuka, yakni diklasifikasikan sebagai efek kognitif (*Cognitive Effect*), efek afektif (*Afektif Effect*), dan efek behavioural (*Behavioral Effect*).<sup>41</sup>

Sehingga, efek merupakan tingkah laku komunikan setelah menerima apa yang disampaikan oleh komunikator melalui media massa. Dalam kata lain, isi pesan yang diberikan Komunikator kepada komunikan menimbulkan perubahan pada diri komunikan. Dalam penelitian ini, bagian tim akun Instagram @santringasinan berperan sebagai komunikator yang di mana memberikan pesan-pesan dakwahnya berupa konten-konten dakwah melalui media massa yaitu akun Instagram tersebut kepada sasaran *mad'u* atau penonton atau *followers*-nya yang berperan sebagai komunikan.

#### 1. Efek Kognitif (*Cognitif Effect*)

Efek kognitif adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan melalui media massa memiliki makna pengetahuan atau informatif. Sehingga si penerima pesan tersebut mendapatkan efek yaitu mendapatkan informasi terkait pesan yang diterima dari media massa tersebut. Dalam penelitian ini, efek kognitif yang dimaksud adalah mengenai pengetahuan seputar ajaran Islam yang diberikan *da'i* (Instagram @santringasinan) kepada *mad'u* nya (pengikut atau *followers*-nya).

#### 2. Efek Afektif (*Affective Effect*)

---

<sup>41</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja. Rosdikarya, 1994), h.216-217

Efek afektif merupakan apabila setelah komunikasi menerima pesan yang didapatkan dari komunikator melalui media massa dapat merasakan dari pada isi pesan tersebut, misalnya perasaan senang, sedih, terharu dan lain sebagainya. Sehingga isi pesan tersebut mampu mempengaruhi perasaan si penerima pesan. Dalam penelitian ini, efek afektif yang dimaksud adalah mengenai perasaan emosional seperti kesenangan yang diterima *mad'u* (pengikut atau *followers*-nya Instagram @santringasinan) setelah melihat pesan dakwah yang diunggah tersebut.

### 3. Efek Behavioral (*Behavioral Effect*)

Efek behavioural adalah efek yang terjadi pada komunikasi setelah menerima pesan dari komunikator melalui media massa yang dapat mempengaruhi komunikannya untuk mengikuti atau meniru pesan yang ia dapatkan. Sehingga pada efek behavioural ini menimbulkan sebuah tindakan yang dilakukan oleh si penerima pesan sesuai dengan pesan yang diterimanya. Dalam penelitian ini behavioural yang dimaksud adalah mengenai *mad'u* (pengikut atau *followers*-nya Instagram @santringasinan) melakukan, meniru atau mengikuti sesuai dengan pesan dakwah yang diberikan oleh *da'i* nya (pemilik akun Instagram @santringasinan).