REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Kata dakwah dapat dimaknai secara etimologi (bahasa) dan secara terminologi (sebutan). Berdasarkan etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab *"da'a, yad'u"* yang mempunyai makna 'memanggil, mengajak, ataupun menyeru'.[1] Dakwah adalah sesuatu proses yang berkepanjangan yang ditangani oleh para pelaksana dakwah untuk mengubah sasaran dakwah supaya mengarah jalur Allah, serta secara bertahap mengarah kehidupan islami. Oleh sebab itu, arti dakwah serta segala sesuatu yang berkaitan dengannya wajib dimengerti dengan baik dan cocok dengan syarat Al-Qur'an, yang meliputi petunjuk tentang Al- Qur'an, Sunnah Rasul, serta metode melakukan dakwah yang isinya tentang petunjuk bagaimana dakwah itu dilaksanakan.[2]

Islam adalah agama dakwah, yang mempunyai makna senantiasa membagikan dorongan untuk pemeluknya agar senantiasa aktif melakukan aktivitas dakwah. Kemajuan dan kemunduran umat Islam, sangat berkaitan erat dengan aktivitas dakwah yang dilakukannya. Dalam Al-Qur'an Surat Fussilat ayat 33 dibahas mengenai dakwah.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحًا وَقَالَ
إِنَّنِى مِنَ ٱلْمُسْلِمِينَ

> Artinya: "Dan siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, "Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?"

Ayat ini mencela orang-orang yang mengatakan yang bukan-bukan tentang Al-Qur'an. Padahal, tidak ada yang lebih

[1] Mahmud Yunus, *Kamus Bahasa Arab-Indonesia* (Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan dan Penerjemahan atau Penafsiran Al-Qur'an Depag, 1973), 127.

[2] Didik Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 76.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

baik daripada Al- Qur'an, siapakah yang lebih baik perkataannya dari orang yang menyeru manusia agar taat kepada Allah.

Kata dakwah diartikan dengan 'menyeru, memanggil atau mengajak manusia untuk melakukan kebaikan dan menuruti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan dan melarang perbuatan mungkar sesuai dengan ajaran Allah SWT yang diwahyukan kepada Rasul-Nya, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat'. Dari pengertian tersebut, maka seiring dengan yang disebutkan dalam Al-Qur'an bahwa secara etimologi dakwah itu berarti 'ajakan, seruan atau panggilan untuk mendekatkan diri kepada Tuhan dengan cara mematuhi perintah dan menjauhi larangan-Nya'.

Dakwah pada hakikatnya adalah komunikasi, hanya saja berbeda pada cara dan tujuan yang akan dicapainya. Dakwah juga mengharapkan komunikannya bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikatornya. Dakwah juga merupakan komunikasi yang khas, yakni pada cara pendekatannya dilakukan secara persuasif bisa dengan hikmah dan kasih sayang.

Begitu banyak definisi-definisi dengan redaksi yang berbeda, namun dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang baik kepada situasi yang lebih baik agar sejalan dengan ajaran agama Islam untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, tetapi apabila diperbandingkan satu sama lain, dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas mengajak orang lain untuk mengamalkan ajaran islam secara sadar dan sengaja dengan menggunakan berbagai cara dan metode, yang bertujuan mencari kebahagiaan dunia akhirat. Dakwah juga dianggap sebagai usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin, dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.[3]

b. Unsur-Unsur Dakwah

1) Subjek Dakwah (*Da'i*)

Subjek dakwah ialah seseorang yang mengerjakan peran dakwah. Peran dakwah ini dapat dilaksanakan

[3] Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015). 21.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

sendiri maupun berkelompok. Pribadi atau subjek adalah sosok manusia yang mempunyai keteladanan yang baik dalam segala hal.[4]

Dalam ilmu komunikasi, *da'i* atau pendakwah adalah komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain. Kualifikasi *da'i* ada dua macam, yakni secara umum dan khusus. Secara umum, dakwah diharuskan untuk semua muslim yang mukallaf sebagai bentuk kepatuhan atas perintah Nabi saw, untuk menyampaikan dakwah kepada umat manusia. Secara khusus, penyebaran dakwah Islam diharuskan pada muslim yang mumpuni dalam bidang agama seperti ulama, guru, kiai, dan lain sebagainya.5

Hadis yang diriwayatkan oleh Muslim dari Tsauban, Nabi bersabda, "Di antara umatku selalu ada kelompok yang menegakkan kebenaran. Dan orang-orang yang membenci mereka tidak dapat memberikan bahaya kepada mereka. Hingga datangnya keputusan Allah, mereka pun tetap seperti itu."6 Di mana pun, kapan pun dan bagaimana pun pendakwah selalu hadir untuk mempelajari ajaran Islam sekaligus memperkenalkannya kepada masyarakat luas. Seorang *da'i* harus memiliki keahlian untuk mengangkat keberhasilan dakwah. Adapun keahlian yang dimiliki seorang *da'i* ialah sebagai berikut.

a) Mempunyai pemahaman agama Islam yang tepat dan benar.
b) Mempunyai pemahaman hakikat gerakan atau tujuan dakwah.
c) Mempunyai akhlakul karimah.
d) Mengetahui perkembangan ilmu pengetahuan yang luas.
e) Mencintai audience atau Mad'u dengan tulus.
f) Mengenali keadaan lingkungan dengan baik.[7]

---

[4] Rafiuddin, Maman Abdul Jalil., *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 1997), cet, ke-1, 47.

[5] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Pranada Media Group, 2004), 216.

[6] HR. Muslim *Kitabul Imarah*, 3550.

[7] Abdul Munir Mulkam, *Ideologi Gerakan Dakwah* (Yogyakarta: Sipress, 1996), 238-239.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2) Objek Dakwah (*Mad'u*)

Objek dakwah ialah manusia, baik satu orang ataupun lebih (masyarakat). Dalam masyarakat terdapat kalangan, lapisan-lapisan, lembaga-lembaga, nilai-nilai, norma-norma, kekuasaan, dan proses perubahan. Objek yang disebut *Mad'u* atau sasaran dakwah, yakni 'orang-orang yang diseru, dipanggil, atau diundang, yang dimaksud adalah orang yang diajak ke dalam Islam sebagai penerima dakwah'.[8]

Ada tiga golongan *Mad'u*, yakni: golongan cerdik, golongan awam, dan golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut. Pertama, golongan cerdik cendekiawan yang dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan dan cinta kebenaran. Kedua, golongan awam, yakni orang yang belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi dan belum dapat berpikir secara kritis mendalam. Ketiga, golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, yakni mereka yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.[9]

Objek dakwah (*Mad'u*) dapat dilihat dari stratifikasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografis sebagai berikut.

a) Warga kota, yakni kehidupan warga yang lebih individualistis, persaingan status sosial begitu ketat, sehingga nilai-nilai yang tumbuh jadi lebih material ataupun rasional. Sebab, materi dakwah disajikan dengan pendekatan yang lebih rasional, dan pemikiran rasional menjadi poin berarti yang wajib dicermati oleh para *da'i*.
b) Warga desa, ialah kehidupan warga desa yang erat hubungannya dengan alam, mengandalkan suatu dengan kekayaan alam sekitarnya bahwa mereka kepada pola pikir yang cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan warga kota, sehingga dakwah di hadapan warga desa tidak mamakai bahasa ilmiah

[8] Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Amzah, 2008), 231- 232

[9] Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Amzah, 2008), 231- 232.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang dapat menimbulkan kesalahpahaman sebab tidak informatif.

c) Warga primitif ialah warga yang mempunyai kehidupan lambat di segala bidang kemajuan serta kebudayaan masih asli, serta sangat sederhana. Dengan keadaan semacam ini bahkan diperlakukannya para juru dakwah yang mempunyai banyak keahlian dapat membimbing mereka langsung dalam kehidupan setiap hari. Dakwah yang lebih sesuai adalah dakwah dengan pendekatan *bil hal* (perbuatan ataupun tingkah laku), sehingga objek dakwah ialah untuk perorangan ataupun kelompok warga dalam totalitas.[10]

3) Media Dakwah (*Wasilah Da'wah*)

Media memiliki arti alat perantara, sedangkan menurut istilah, media merupakan semua hal yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai tujuan tertentu.[11] Oleh karena itu, media dakwah adalah perantara lisan, cetak, dan elektronik yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah untuk mencapai tujuan dakwah.[12]

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, media dakwah juga semakin berkembang. Saat ini berdakwah juga bisa dilakukan dengan menggunakan Handphone misalnya melalui WhatsApp, SMS, dan media sosial lainnya.13 Media dakwah ini dapat dibagi lima golongan secara garis besar sebagai berikut.

a) Lisan yakni media dengan cara menggunakan lidah dan suara yang paling mudah digunakan.

b) Tulisan yakni dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan seperti contoh dakwah melalui

[10] Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: CV. Tursina, 1993), 46-48.

[11] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), 168.

[12] Fachruddin M. Mangunjaya, dkk, *Menaman Sebelum Kiamat, Islam, Ekologi, dan Gerakan Lingkungan Hidup* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007), 76.

[13] Fachruddin M. Mangunjaya, dkk, *Menaman Sebelum Kiamat, Islam, Ekologi, dan Gerakan Lingkungan Hidup* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007), 76.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

buku-buku, majalah, surat kabar, dan buletin. Secara langsung memang tidak ditemui dalam Al-Qur'an anjuran menggunakan media tulisan sebagai alat dakwah, tetapi tersirat dapat dipahami dari satu surat yang terdapat dalam surat Al Qolam: 1.

نٓ ۚ وَٱلۡقَلَمِ وَمَا يَسۡطُرُونَ

Artinya: "Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis" (Q.S. Al Qolam Ayat 1).[14]

c) Lukisan atau gambar (ilustrasi), yang dapat berperan sebagai penarik lisan, merupakan media yang mudah digunakan, dengan perhatian dan minat *Mad'u* dalam menegaskan pesan dakwah.

d) Audiovisual untuk merangsang indera penglihatan dan pendengaran *Mad'u*. Audiovisual merupakan media dakwah yang menggunakan media di era modern. Audiovisual ini dapat merangsang pendengaran, penglihatan, atau bahkan keduanya. Media seperti ini bisa melalui media televisi, radio, film, internet, dan lain sebagainya.[15]

4) Materi Dakwah (*Maudhu Ad-Da'wah*)

Materi dakwah (*maddah ad da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yakni keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam. Meliputi bidang akidah, syariah (ibadah dan muamalah), dan akhlak. Semua materi dakwah ini bersumber pada Al-Qur'an, As-Sunnah Rasulullah saw, hasil ijtihad ulama, dan sejarah peradaban Islam.[16] Dalam istilah komunikasi, materi

[14] Al-Qur'an, al-Qolam ayat 1, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Qur'an, 2001), 564.

[15] Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 32.

[16] Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajagrofindo Persada, 2011), 13.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dakwah atau *Maddah Ad-Da'wah* disebut dengan istilah *message* (pesan).[17]

Materi dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang meliputi berbagai aspek, di antaranya adalah akidah, syari'ah, dan akhlak dengan berbagai macam ilmu yang diperoleh di dalamnya. Materi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Qur'an berkisar pada tiga hal masalah pokok yakni: akidah, akhlak dan hukum. Pada intinya materi-materi tersebut tercermin dalam tiga hal yakni sebagai berikut.

a) Bagaimana ide-ide agama tersampaikan sehingga dapat memajukan semangat generasi muda untuk mengetahui hakikat-hakikatnya melalui hal yang positif.
b) Sumbangan yang diberitahukan untuk masyarakat luas yang sedang membangun, khususnya di bidang sosial, ekonomi, dan budaya.
c) Studi tentang dasar-dasar pokok berbagai agama yang dapat menjadi prinsip bersama untuk mewujudkan kerja sama antar pemeluk agama tanpa menolak identitas masing-masing.[18]

5) Metode Dakwah (*Maudhu Ad-Da'wah*)

Metode dakwah adalah cara yang digunakan pada saat berdakwah. Dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125, terdapat ayat yang menerangkan cara berdakwah.

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖۖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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." (Q.S. An-Nahl ayat 125).[19]

---

[17] Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 88.

[18] M. Quraish Shihab, *Membimukan Al-Qur'an* (Bandung: Mizan media Utama, 1994), 193.

[19] Al-Qur'an, an-Nahl ayat 125, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Qur'an, 2001), 281.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Dari ayat tersebut, bisa dipahami bahwasanya metode dakwah dibagi menjadi tiga yakni sebagai berikut.

a) *Bil Hikmah*, hikmah bisa dimaknai sebagai kecakapan dan ketetapan pendakwah dalam menentukan dan menyesuaikan teknik dakwah dengan keadaan *Mad'u*. Dakwah *bil Hikmah* ialah suatu metode komunikasi dakwah yang sifatnya komunikatif dan berdasarkan *human oriented*.[20] Dalam metode ini, pendakwah harus mempunyai kecakapan dalam mengetahui dan memahami keadaan maupun situasi yang dihadapi *Mad'u*, sehingga dakwah Islam yang disampaikan bisa diterima, dan *Mad'u* tidak merasa terpaksa ataupun terbebani.
b) *Mauidzah Hasanah*, dakwah dengan metode ini yakni menggunakan cara yang baik yakni dengan kelembutan agar pesan-pesan yang dibawa bisa mengenai hati *Mad'u*.
c) *Mujadilah Billati Hiya Ahsan*, metode ini berarti pertukaran pikiran atau opini antar kedua pihak secara sinergis, tidak memicu pertikaian yang tujuannya yakni supaya *Mad'u* menyetujui opini yang disampaikan dengan menunjukkan alasan dan bukti yang valid, menghormati, dan menghargai satu sama lain dan keduanya berpegang pada kebenaran, sama-sama menerima presisi pihak lain, dan tulus menerima hukuman kebenaran yang ada.[21]

Tata cara dakwah merupakan ilmu yang membagikan pendidikan bagaimana metode berbicara secara langsung serta menanggulangi kendala-kendalanya. Sumber utama tata cara dakwah yang dijadikan panutan antara lain Al-Qur'an, Hadis, *Sirah* (sejarah), *Salafus* Shalih, *Tabi' in an atbaat tabi' in*. Berikut metode-metode dakwah yang dilalui menurut Al-Qur'an.

[20] Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 35.

[21] Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 253-255.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a) Mengantarkan kisah- kisah yang berkaitan dengan salah satu tujuan materi. Kisah-kisah dalam Al-Qur'an bergeser pada peristiwa-peristiwa sejarah yang terjalin dengan menyebut pelaku-pelaku serta tempat terjadinya.
b) Panutan serta nasihat dalam Al-Qur'an Al-Karim pula memakai kalimat-kalimat yang memegang hati manusia bisa terencana kepada ide-ide yang dikehendakinya.
c) Pembiasaan memiliki kedudukan yang berarti dalam kehidupan manusia, disebabkan dengan kebiasaan manusia berupaya melakukan hal-hal berarti serta berguna tanpa membutuhkan banyak waktu.[22]

6) Strategi Dakwah
a) Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani '*strategos*', yang berarti 'strategi'. Secara khusus, strategi adalah 'penempaan' tujuan perusahaan. Ini berarti menetapkan tujuan organisasi dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal, serta menetapkan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai tujuan tersebut dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai. Secara khusus, strategi lebih menekankan pada penempatan sasaran dan memastikan implementasi secara tepat. Dengan kata lain, ketika organisasi menerapkan strategi dalam menjalankan aktivitasnya, organisasi tersebut secara tidak langsung menjadi pusat menempatkan sasaran dan memastikan bahwa kebijakan yang akan dilakukan.[23]

Terdapat pengertian bahwa strategi adalah pengetahuan tentang cara menggunakan pertempuran untuk memenangkan peperangan, dan perang itu sendiri adalah lanjutan dari politik.24 Namun, menurut pendapat lain, strategi adalah suatu metode

[22] Said bin Ali Kotani, *Dakwah Islam Bijak* (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), 9.
[23] Steiner Dan Miner, *Manajemen Strategi Organisasi* (Jakarta: Prenada Media, 1998), 18.
[24] Faisal Afif, *Strategi Menurut Para Ahli* (Bandung: Angkasa, 1984), 9.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, serta kemampuan dan sumber daya internal.25

Dakwah sebagai upaya aktif untuk menyatukan pikiran dan gerakan gerakan dakwah dengan mempertimbangkan keragaman sosial dan budaya yang ada di masyarakat. Dalam proses dakwah atau transformasi nilai-nilai Islam, pendekatan untuk memahami budaya lokal ini berfungsi sebagai titik pembuka.[26]

Selain itu, pihak IPNU IPPNU Desa Mojoagung juga menerapkan strategi dakwah sentimentil, rasional, dan indrawi. Berikut penjelasannya.

(1) Strategi Sentimentil

Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, ceramah keagamaan, dan memanggil dengan kelembutan merupakan metode yang dikembangkan dari strategi ini. Strategi ini dapat diaplikasikan melalui media sosial Instagram lewat konten dakwah yang diunggah dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di Instagram.[27]

(2) Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong *Mad'u* untuk berpikir, merenungkan atas apa yang dilihat atau baca. Lewat diskusi juga merupakan metode dari strategi rasional. [28]

(3) Strategi Indrawi

Strategi Indrawi adalah sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi

[25] Dafid Fred, *Strategi Manajemen Strategis Konsep* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2011), 38.

[26] Acep Aripudin, *Dakwah Antar Budaya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 120.

[27] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

[28] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pada panca indera dan *berpegang* teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, tolong menolong membantu sesama dan beramal.[29]

Kemudian, jika ditinjau dari pendekatan dakwah, ada dua strategi dakwah yang dapat diterapkan dalam strategi dakwah. Berikut jabarannya.

(1) Strategi Dakwah Kultural

Dakwah kultural adalah salah satu solusi untuk masalah kultural yang muncul sebagai akibat dari globalisasi dan modernisasi, yang dapat mengubah cara orang berpikir dan bertindak. Dengan mempertimbangkan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk berbudaya, dakwah kultural bertujuan untuk menciptakan budaya alternatif yang Islami, yakni berkebudayaan dan bereradapan yang didorong oleh pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis. Selain itu, tujuan dakwah ini adalah untuk menghilangkan budaya yang dipengaruhi oleh kemusyrikan, tahayul, bid'ah, dan khurafat.[30]

(2) Strategi Dakwah Struktural

Strategi dakwah struktural adalah strategi dakwah yang menggunakan jalur kekuasaan. Strategi struktural didefinisikan sebagai ketika kegiatan dakwah memerlukan struktur teknis seperti lembaga negara, birokrasi, dan partai-partai yang berfokus pada pengambilan keputusan politik demi kepentingan dakwah Islamiyah.[31]

Sebab, tanpa strategi tujuan tidak akan mudah dicapai. Dalam hal strategi, tata cara, taktik, dan teknik adalah cara yang digunakan dan merupakan bagian dari strategi itu sendiri. Pelaksanaan strategi

[29] M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

[30] Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 170.

[31] Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 175.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsikan dengan baik dikenal sebagai strategi.

b) Strategi Dakwah

Salah satu referensi penting yang menjadi rujukan dalam gerakan dakwah adalah strategi dakwah yang digunakan oleh Rasulullah saw. Ini memiliki banyak manfaat yang dapat kita gunakan sebagai pedoman dalam kegiatan dakwah, mulai dari penyebaran agama Islam dalam keluarga dan di luar keluarga hingga mencapai batas-batas kesukuan. Kita semua dapat melihat bahwa strategi yang digunakan oleh Rasulullah saw sangat strategis. Rasulullah saw memulai dakwahnya dengan memanfaatkan kekuatan keluarga dan tokoh penting masyarakat. Pada langkah awal ini, Rasulullah saw memperoleh kekuatan yang kuat, seperti dorongan dan bantuan dana yang besar dari istrinya (Khadijah), dan mendapatkan inspirasi dari Abu Bakar Assiddiq, seorang tokoh masyarakat yang kuat dan dihormati.[32]

Tiga prinsip utama yang diperlukan untuk keberhasilan strategi dakwah, diantaranya sebagai berikut.

(1) Umat Islam harus terus mengembangkan pola pikir dan wawasan keilmuan.
(2) Pola pikir dan wawasan yang luas ini akan mempengaruhi kepribadian umat Islam sehingga mereka tidak mudah terpengaruh oleh watak tradisional, emosional, dan sifat-sifat negatif lainnya, agar *Ukhuwah Islamiyah* dapat berkembang dengan baik.
(3) Memiliki pengetahuan dan keahlian dalam bidang teknologi, sehingga mampu menyampaikan informasi dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.[33]

[32] Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah,* (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 78.

[33] Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 80.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Santri

a) Pengertian Santri

Istilah "pesantren" berasal dari kata "santri", yang diawali dengan awalan "pe-" dan diakhiri dengan akhiran "-an", yang berarti 'tempat tinggal para santri'. Kata "santri" berasal dari kata Tamil, yang berarti 'guru mengaji'.[34] Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, santri adalah 'seseorang yang dengan sungguh-sungguh atau serius berusaha mempelajari agama Islam'.[35] Kata "santri" juga diambil dari bahasa Jawa pada kata "cantrik", yang berarti seseorang yang selalu mengikuti dan menetap bersama guru ke mana pun mereka pergi.[36]

Ada pula pendapat yang mengatakan bahwa kata 'santri' berasal dari kata bahasa Sanskerta "sastri", yang berarti 'melek huruf'. Kaum santri adalah kelas literasi orang Jawa yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab. "Santri" juga dapat diambil dari bahasa India berarti 'orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana yang ahli dalam kitab suci agama Hindu'.[37]

Orang yang disebut santri adalah mereka yang berpegang teguh dengan Al-Qur'an, mengikuti sunnah Rasulullah saw, dan tetap teguh. Ini memiliki arti karena bergantung pada fakta dan sejarah yang tidak dapat diganti atau diubah. Santri adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang mendapatkan pendidikan agama Islam di suatu tempat yang disebut pesantren, dan biasanya tinggal di sana hingga pendidikannya selesai.[38]

---

[34] Muhammad Nurul Huda dan Muhammad Turhan Yani, "Pelanggaran Santri terhadap Peraturan Tata Tertib Pondok Pesantren Tarbiyatut Tholabah Kranji Lamongan," *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan* 02, no. 03 (2015): 743.

[35] Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 878.

[36] Muhammad Nurul Huda dan Muhammad Turhan Yani, "Pelanggaran Santri terhadap Peraturan Tata Tertib Pondok Pesantren Tarbiyatut Tholabah Kranji Lamongan," *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan* 02, no. 03 (2015): 743.

[37] Yasmadi, *Modernisasi Pesantren* (Ciputat: PT Ciputat Press, 2005), 61.

[38] Ferry Efendi, Makhfudli, *Teori dan Praktik dalam Keperawatan* (Jakarta: Salemba Medika, 2009), 313.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Istilah "santri" juga sangat berbeda dalam penggunaan bahasa sehari-hari. Artinya, pengertian atau pembuatan kata santri masih tergantung pada alias, yang menimbulkan pertanyaan tambahan. Sebagai contoh, ada santri kultur dan santri profesi. Santri kultur adalah gelar santri yang disandarkan berdasarkan budaya yang berlaku dalam masyarakat. Di sisi lain, santri profesi adalah mereka yang menempuh pendidikan ataau memiliki hubungan darah dengan pesantren. Dengan kata lain, orang yang telah mondok di pesantren mungkin tidak dianggap santri jika mereka berperilaku buruk, tetapi orang yang tidak pernah mondok di pesantren biasanya dianggap santri karena perilakunya baik.[39]

Menurut berbagai perspektif, istilah "santri" tampaknya lebih dekat dengan istilah "cantrik", yang berarti 'seseorang yang belajar agama (Islam) dan setia mengikuti gurunya ke mana pun mereka pergi dan menetap'. Tidak mungkin membangun pondok atau asrama tempat santri tinggal dan kemudian dikenal sebagai pondok pesantren jika tidak ada santri yang ingin menetap dan mengikuti guru mereka. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa santri adalah seseorang yang dengan sungguh-sungguh belajar ilmu pengetahuan tentang agama Islam.[40]

b) Macam-Macam Santri

Santri dalam dunia pesantren dikelompokkan menjadi dua macam, yakni sebagai berikut.

1) Santri Mukim

Santri mukim yakni murid-murid yang berasal dari daerah jauh dan menetap di pesantren. Santri yang sudah lama mukim di pesantren biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurusi kepentingan sehari-hari, mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab yang rendah dan menengah.

2) Santri Kalong

Santri kalong adalah murid-murid yang berasal dari desa sekitarnya dan biasanya tidak tinggal di pondok pesantren kecuali untuk belajar di sekolah dan mengaji.

[39] Nurcholish Madjid, *Pengertian Ilmu Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 1991), 72.

[40] Nurcholis Madjid, *Pengertian Ilmu Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 1991), 72.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Mereka sering bolak-balik dari rumah ke pondok pesantren.[41]

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Dengan kehadiran internet yang semakin pesat, era teknologi komunikasi dan informasi mendorong munculnya produk teknologi media seperti *handphone*. Dengan menggunakan *handphone* dan kemudahan mengakses internet, setiap orang semakin mudah bersosialisasi dan berbagi informasi serta melakukan aktivitas komununikasi dengan orang-orang yang mereka hubungi melalui media sosial. Seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram yang sangat populer akhir-akhir ini.[42]

Instagram, sebuah aplikasi berbasis Android, memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram sendiri.[43] Nama Instagram berasal dari fungsi utama aplikasi. Seperti kamera polaroid yang dulunya disebut "foto instan", kata "*insta*" berasal dari kata "instan".

Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan, mirip dengan Polaroid. Instagram berasal dari "*gram*", karena fungsinya adalah untuk mengirimkan pesan dengan cepat, sama seperti Instagram, yang dapat mengunggah foto melalui jaringan internet, sehingga pesan dapat diterima dengan cepat.[44]

b. Sejarah dan Perkembangan Instagram

Instagram kali pertama muncul pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Ini adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video dan menggunakan berbagai filter digital untuk membuatnya lebih menarik. Kemudian,

---

[41] Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren* (Jakarta: LP3ES, 1982), 51-52.

[42] Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan* Facebook *dan Instagram :Panduan Menjana Pendapatan dengan* Facebook *dan Instagram* (Malaysia: Publishing House, 2016), 8.

[43] Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda", *eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, (2016): 412.

[44] Rangga Aditya, "Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru", *Jom FISIP* 2, no. 2 (2015): 3.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pengguna dapat mengunggah foto dan video tersebut untuk dilihat oleh orang lain dan berbagi ke berbagai layanan jejaring sosial.[45]

Instagram adalah *platform* media sosial dengan pengguna terbanyak ketujuh di dunia. Ini bukan hanya *platform* untuk berbagi foto dan video, tetapi juga dapat digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Jumlah pengguna Instagram mencapai 800 juta pada Januari 2018, menurut hasil survei *Hootsuite* dan *WeAreSocial.net.* 110 juta pengguna aktif Instagram berasal dari AS. Brasil berada di urutan kedua dengan 57 juta pengguna aktif, sementara Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta.[46]

Instagram adalah media sosial keempat yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Facebook, WhatsApp, Youtube, dan Instagram. Instagram memiliki banyak fitur yang membuatnya lebih mudah digunakan dan menarik bagi penggunanya, seperti pengikut dan mengikuti, mengunggah foto, kamera, filter foto, label foto, *arroba* (@), jejaring sosial, tanda suka, populer, dan *story*.[47]

c. Fitur-Fitur Instagram

Instagram dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter, dan membagikan foto dan video kepada setiap orang yang mengikuti akunnya. Selain itu, itu dapat digunakan untuk membuat cerita dengan rekaman yang diambil dari kamera ponsel pengguna dan diunggah ke akun pengguna, sehingga cerita tersebut dapat dilihat oleh pengikutnya dalam waktu 24 jam dari pengunggahan cerita.[48]

Dengan melakukan *live*, pengguna dapat memiliki pengikut yang dapat langsung melihat kegiatan mereka dan berinteraksi dengan mereka melalui komentar. Instagram

---

[45] Irvi Khuiriaturrosidah, *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi* Fakultas *Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya* (Surabaya: UINSA, 2019), 54.

[46] Irvi Khuiriaturrosidah, *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya* (Surabaya: UINSA, 2019), 54.

[47] Irvi Khuiriaturrosidah, *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya* (Surabaya: UINSA, 2019), 54.

[48] Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda*"*, *eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, (2016): 412.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

menawarkan fitur estetika dan etika untuk mengedit foto dan video sebelum dibagikan, yang membuatnya lebih bermanfaat bagi orang lain. Berikut beberapa fitur-fitur menarik yang dimiliki oleh Instagram.

1) *Hastag*

   Fitur dan konten Instagram yang memungkinkan untuk mengategorikan foto dan video yang sama dan memasang tagar untuk topik tertentu di setiap postingan. Fitur ini penting karena sangat memudahkan untuk menemukan foto dan video termasuk tentang keislaman yang tersebar di *platform* dengan label tertentu.

2) *Mentions*

   Instagram memiliki fitur dan konten yang memungkinkan kita menghubungi dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu, baik dari akun kita sendiri maupun dari akun lain. Fitur ini juga memungkinkan kita untuk mempersingkat nama orang agar tidak salah di *caption* atau kolom komentar.

3) *Follow*

   Karena Instagram adalah media komunikasi, fitur dan kontennya penting, sehingga pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan mendapatkan teman dengan mengikuti mereka.

4) *Like* & Komentar

   Dengan melihat fitur dan konten Instagram, kita dapat mengetahui kualitas gambar atau video yang kita bagikan berdasarkan kualitas gambar dan makna *caption*-nya. Sementara komentar membantu menjaga hubungan dengan orang lain dan berkomunikasi karena mereka tidak hanya memberikan kritik dan pujian, tetapi juga memberi masukan tentang apa yang kita bagikan.[49]

5) Pengikut dan Mengikuti (*Followers*/*Following*)

   Mengikuti akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut (*Following* dan *Followers*) adalah sistem sosial Instagram. Dengan memberikan tanda suka atau '*like*' dan mengomentari foto atau video yang diunggah oleh pengguna lain, pengguna Instagram dapat berinteraksi satu sama lain. Pengikut adalah komponen penting, jumlah tanda suka yang diberikan oleh pengikut sangat

[49] Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2015), 45.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

mempengaruhi seberapa populer sebuah foto. Selain itu, anda dapat menemukan teman-teman yang ada di Instagram dengan mengetik nama teman-teman mereka di bar pencarian (*Search*), atau dengan menghubungkan (*Sinkronisasi*) dengan daftar teman yang terhubung di jejaring media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter.

6) Mengunggah Foto (*Upload* Foto)

   Instagram sebagian besar digunakan untuk mengunggah dan berbagi foto dengan pengguna lain. Foto-foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera atau foto-foto yang ada di album perangkat komunikasi seperti ponsel atau tablet. Pengguna Instagram juga dapat melakukan *tag*, yang menandai pengguna Instagram lainnya, saat mereka mengunggah foto. Pengguna lain dapat melihat *tag* yang ada di foto setelah unggahan berhasil diunggah.

7) Judul Foto (*Caption*)

   Foto tersebut akan dibawa ke halaman berikutnya setelah di sunting. Foto tersebut akan diunggah ke Instagram atau dibagikan ke jejaring media sosial lainnya. Di sini, anda tidak hanya dapat memilih apakah anda ingin mengunggah foto ke jejaring sosial atau tidak, tetapi anda juga dapat memasukkan judul dan lokasi foto, sehingga pengguna dapat memilih nama untuk foto sebelum mengunggahnya.

8) Pesan Langsung (*Direct Messages*)

   Instagram bukan hanya aplikasi jejaring foto, sekarang memiliki fitur pesan langsung yang memungkinkan setiap pengguna berkomunikasi satu sama lain secara langsung.

9) Berbagi (*Share*)

   Setiap pengguna Instagram dapat saling bertukar informasi secara instan dengan fitur *Share*, yang memungkinkan pengguna membagikan unggahan mereka kepada pengguna lainnya.

10) Akun Privat (*Private Account*)

   Private Account adalah fitur yang telah lama ada di Instagram. Ini melindungi akun Instagram dari orang lain dan tidak terlihat oleh orang lain, jadi orang lain harus

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

mengikuti (*follow*) terlebih dahulu untuk melihat unggahan yang dibuat di akun pribadi.[50]

Dengan demikian, Instagram adalah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram sendiri.

d. Instagram Ais Nusantara (Aisnu)

1) Sejarah Komunitas Aisnu

Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara (Aisnu) adalah salah satu komunitas yang aktif dalam gerakan literasi digital. Menariknya komunitas Aisnu ini merupakan komunitas *cyber* media santri dan wadah silaturahmi santri di segala penjuru Indonesia. Selain itu, gerakan ini juga sebagai wujud dukungan kepada pemerintah khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam program Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi. Salah satunya yakni melalui pengembangaan serta pemberdayaan santri dan pondok pesantren terutama dalam hal transformasi digital. Melalui program-programnya, Aisnu berupaya membangun produktivitas dan kreativitas santri dalam memanfaatkan media dan teknologi untuk menciptakan konten yang positif dan bermanfaat.

Aisnu memiliki visi utama yakni "Digitalisasi Pesantren dan Pengembangan Kapasitas Santri di Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi". Aisnu sangat mendorong santri serta pondok pesantren melakukan transformasi digital terutama dalam memanfaatkan media sosial khususnya sebagai media dakwah Islam yang *rahmatal lil 'alamin* ala *Aswaja* NU. Melalui media sosial, Aisnu juga memiliki semangat menebarkan konten-konten yang positif serta narasi Islam yang damai.[51]

Komunitas Aisnu disambut positif oleh banyak pihak. Hal tersebut dimulai ketika Ahmad Qomaruddin, seorang santri Assiddiqiyah Jakarta, mempunyai inisiatif untuk membuat akun Instagram *@galerisantri*. Tak lama,

[50] Irvi Khuiriaturrosidah, *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya* (Surabaya: UINSA, 2019), 101.

[51] Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos* (Lamongan: CV. Belibis Pustaka Group, 2021), 3.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

ia menginisiasi ajang silaturrahim beberapa admin Instagram santri di Indonesia dan mendapat dukungan mereka. Pada tanggal 26 Oktober 2016 di Yogyakarta, kurang lebih lima puluh admin media sosial berkumpul untuk pertama kalinya dan membuat kesepakatan untuk meresmikan sebuah ruang dakwah "digital media *networking*" yang diberi nama Aisnu.

Pemberian nama komunitas ini pun tidak lepas dari konteksnya. Pada mulanya komunitas ini bernama "Admin Instagram Santri". Namun, seiring berkembangnya waktu santri tidak hanya mengakses Instagram tetapi juga beberapa media sosial yang lain, sehingga nama komunitas tersebut berubah menjadi "Arus Informasi Santri Nusantara" atau disingkat Aisnu sebagai ruang komunikasi dan diskusi para *cyber* media santri dalam menghadapi isu-isu aktual yang sedang berkembang. Aisnu memiliki tujuan untuk mengampanyekan perdamaian melalui media sosial baik kepada sesama santri maupun dan umat manusia Indonesia pada umumnya.

Aisnu sangat diminati banyak orang di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari akun Instagram @aisnusantara yang sudah memiliki 71,2 ribu *followers*, *like* rata-rata 1000 sampai 2000, dan 1729 konten terhitung sejak akun Instagram tersebut dibuat pada tahun 2016 (data September 2023). Selain itu, Aisnu juga membentuk jejaring komunitas serupa untuk tiap daerah atau provinsi di Indonesia seperti *@aisjawiwetan* (Jawa Timur), *@aisjawabarat* (Jawa Barat), @ais.*jawatengah* (Jawa Tengah), *@aisjogja* (Yogyakarta), @ais_*lampung* (Lampung), *@ais.banten* (Banten), *@ais.aceh* (Aceh), *@aisbatavia* (Jakarta), *@ais.ngapak* (Banyumasan), *@aiskalsel* (Kalimantan Selatan), *@aisbanyuwangi* (Banyuwangi), dan *@aisjember* (Jember).

Komunitas Aisnu berjejaring dengan cukup baik dengan pegiat akun media sosial yang lain. Adapun media sosial yang dikelola oleh tersebut antara lain, Website, Facebook, Telegram, WhatsApp, Twitter, Line, Youtube, dan beberapa media sosial lainnya. Tercatat lebih dari 500 akun media sosial dan portal website Islam *Aswaja* yang memiliki kesamaan visi dan misi tergabung dalam komunitas Aisnu. Beberapa akun populer yang sudah tergabung dalam komunitas Aisnu antara lain: *@Ala*

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Santri, @Santri Keren, @Pesantren Story, @Galeri Santri,@ Cah Pondok, @Santri Putri Hits, @Nu Online, @Nutizen, @Islami.Co, @Duta Islam, @TV9 Nusantara dan lainnya.

Aisnu berusaha memberikan manfaat positif pada komunitas melalui visi dan misi yang dimilikinya. Visi digitalisasi dakwah *Ahlussunah wal-Jama'ah* diterjemahkan dalam beberapa misinya, yakni pertama, menjadi pusat informasi dan silaturrahim santri dan pesantren di seluruh Indonesia; kedua, menyajikan referensi ibadah yang berhaluan *Aswaja*; ketiga, mendorong pesantren di seluruh Nusantara memiliki akun media sosial sebagai pusat media dakwah dan komunikasi pesantren; dan keempat, menyajikan konten yang sejuk dan *raḥmatan li alamin.*

Dalam konten yang diunggah oleh Aisnu, gerakan mengampanyekan *#Indonesialebihnyantri* terlihat begitu kuat. Hal tersebut di karenakan ada target yang ingin dicapai agar target tersebut sejalan dengan tujuan Aisnu secara umum. Pertama, Aisnu meyakini secara utuh bahwa karakter seorang santri dibutuhkan untuk juga dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia. Bukan hanya soal moral dan religiusitas yang menjadi keunggulan santri, melainkan juga soal sikap toleransi dan gotong-royong yang sangat kental di masyarakat santri.

Dalam pernyataan Ki Hajar Dewantara bahwa pesantren adalah *indigenous way of learning* (gaya belajar pribumi) bangsa Indonesia. Oleh karena itu, Aisnu berkeyakinan untuk melestarikan karakter bangsa yang sebenarnya melalui fasilitas pendidikan terlengkap dan berkelanjutan yang tersedia di pesantren. Kedua, Aisnu ingin lebih banyak mahasiswa yang masuk ke peminatan strategis negara. Dalam bidang agama, sekte santri sudah menempati posisi yang sangat dominan dan kontribusinya besar. Oleh karena itu, Aisnu berharap dapat melibatkan lebih banyak mahasiswa di bidang layanan lain seperti bisnis, keuangan, kedokteran, politik, dan sosial. Pesantren berperan dalam mengembangkan santri menjadi pribadi yang bertakwa dan tangguh.

Akun Aisnu tidak bisa lepas dari peran penting penyedia konten-kontennya (*content creators*). Mereka berasal dari anggota komunitas sendiri yang mempunyai

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bakat di bidang *layout* dan *desain grafis*. Konten-konten tersebut tampak menarik dengan didukung kerja sama dengan beberapa pihak yang tergabung dalam jaringan atau komunitas Aisnu. Tak jarang konten tersebut merupakan konten lanjutan (*repost*) dari akun jejaring sebelumnya yang membuka ruang untuk mengundang partisipan secara lebih luas. Berikut ini beberapa kegiatan yang diinisiasi oleh komunitas Aisnu selama kurang lebih dua tahun berjalan berdasarkan konten-konten yang diunggah dalam akun Instagram Aisnu.[52]

2) Kegiatan Komunitas Aisnu

Berdasarkan konten-konten yang diunggah di akun *@aisnusantara*, penulis mengklasifikasikan unggahan tersebut dalam beberapa model. Pertama, Aisnu mengampanyekan gerakan inklusif dan moderasi beragama Aisnu dalam unggahan di akun Instagram-nya menunjukkan bahwa Aisnu mempromosikan potret Islam inklusif yang menebar perdamaian atau sering kali mereka sebut dengan istilah dakwah perdamaian melalui Instagram. Konten yang berisi ajakan perdamaian melalui meme/*quote* ulama dan tokoh Muslim yang toleran seperti Abdurrahman Wahid, Musthofa Bisri, Quraish Shihab, Hamka, Habib Luthfi, dan sebagainya memenuhi beranda akun tersebut.

Selain itu, Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin memberikan petuah ketika mengisi kegiatan Kopdar Akbar *@santrinet* Nusantara.[53] Menteri Agama sangat mengimbau untuk menyebar toleransi khususnya di media sosial sebagai media berdakwah dengan mengusung moderasi beragama. Hal tersebut senada dengan visi dan misi Aisnu. Komunitas ini melibatkan pemerintah dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan positif yang diinisiasi. Kegiatan tersebut diharapkan menjadi inspirasi bagi para santri dan masyarakat umumnya.

---

[52] Naili Ni'matul Illiyyun, Ahmad Afnan Anshori, Helmi Suyanto, "Ais Nusantara: Kontribusi Santri Membangun Narasi Damai di Era Digitalisasi Media", *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)* 4, no 2 (2020): 169-171.

[53] Rara Zarary, "Pengelola Santrinet Nusantara Berharap Kerja Sama Kementerian Agama", Tebuireng Online, 21 September 2019, https://tebuireng.online/pengelola-santrinet-Nusantara-berharap-kerja-sama-kementerian-agama/.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Kedua, meningkatkan kapasitas santri atau anggota Aisnu dengan mengadakan kegiatan pelatihan. Kegiatan yang pernah dilakukan oleh komunitas tersebut antara lain ngaji sosmed, literasi digital, *talkshow*, madrasah design, dialog interaktif, bedah buku, *creative entrepreneur* santri, beberapa perlombaan, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut mendatangkan narasumber, baik dari kalangan santri sendiri maupun pakar dari luar sesuai dengan kebutuhan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa santri anggota komunitas Aisnu tidak hanya pandai dalam bidang agama, tetapi juga membekali santri untuk mampu menjawab tantangan zaman sesuai dengan bakat dan minatnya. Akan tetapi, dalam hal *capacity buiding* tersebut, santri juga diharapkan tidak lupa dengan jargon Aisnu yakni dakwah *raḥmatan lil alamin* sehingga terlihat dari unggahan yang berisi *flyer* perlombaan dengan tema-tema Islam dan toleransi.

Hal ini dilatarbelakangi banyaknya konten-konten negatif yang beredar di dunia maya sehingga harus ditanggulangi dengan bijaksana. Bentuk-bentuk kegiatan Aisnu dalam memberikan pendidikan literasi media dengan konsep yang ringan dan ramah. Selain membekali peserta dengan keterampilan literasi, peserta juga diajak untuk mengampanyekan Islam yang *raḥmatan lil alamin* sebagaimana terlihat dalam potongan *caption* "penanganan konten negatif, serta produksi konten positif". Dalam konten lain yang diunggah, Aisnu memvisualisasikan bahwa Aisnu cinta damai dan antihoaks. Deklarasi tersebut sebagai upaya mengajak netizen untuk mencegah aksi hoaks yang sering terjadi di dunia maya. Aisnu juga bekerja sama dengan mitra-mitra yang kompeten dalam bidang tersebut dalam menginisiasi kegiatan dan tentunya mempunyai visi yang sama dengan Aisnu.

Ketiga, mengadakan ajang silaturrahim berskala nasional dan regional, seperti Kopdarnas dan Kopdarwil. Kopdarnas (Kopi Darat Nasional) merupakan acara terbesar dalam komunitas tersebut. Kegiatan ini sudah dilaksanakan empat kali sejak didirikan, yaitu sebagai berikut.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a) Kopdarnas I dilaksanakan di Yogyakarta, 26 Oktober 2016.
b) Kopdarnas II dilaksanakan di Malang, 8-9 April 2017.
c) Kopdarnas III dilaksanakan di Bandung, 19-20 Oktober 2017.
d) Kopdarnas IV dilaksanakan di Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo Jawa Tengah, 7-8 Juli 2018.
e) Kopdarnas VI dilaksanakan di Pondok Pesantren Maslakul Huda, Kajen Pati, Jawa Tengah, 2-4 Desember 2022).

Keempat, dalam hal kemanusiaan, Aisnu memberikan bantuan dan dukungan kepada korban bencana alam seperti yang terjadi di Kalimantan Selatan, Sulawesi Barat, dan sebagainya pada tanggal 26 Januari 2021. Aisnu mengadakan kegiatan Khataman Akbar Nusantara pada tanggal 17 Agustus 2021 dan Webinar Pesantren Makin Cakap Digital pada tanggal 21 Agustus 2021. Aisnu mengadakan Madrasah Literasi Digital di Blora pada tangal 13 Januari 2022. Selain itu, Aisnu juga mengadakan Santri Digitalpreneur Indonesia yang berkolaborasi dengan Kemenparekraf yang dilaksanakan di masjid Istiqlal Jakarta pada 21 Oktober 2023.

Kelima, Aisnu mendakwahkan Islam melalui kajian fikih dan *quote* Qur'ani. Mayoritas anggota komunitas Aisnu adalah santri *Ahlussunnah wal-Jama'ah*. Mereka saling berbagi ilmu terkait dengan kajian fikih yang berisi hukum-hukum muamalah maupun ibadah yang mungkin perlu diketahui atau diingat oleh komunitasnya. Kajian fikih yang ditampilkan dalam konten tersebut sangat kontekstual. [54]

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti mengenai strategi dakwah melalui konten Instagram. Beberapa penelitiannya antara lain dari Siti Hanifah Kharismawati, Fatma Sari dan Maseni (2022), Zida Zakiyatul Husna dan Abdul Muhid (2021), Yolanda Stellarosa, Dea Ajeng Utari dan Muhammad Yefa Zaki

[54] Naili Ni'matul Illiyyun, Ahmad Afnan Anshori, Helmi Suyanto, "Ais Nusantara: Kontribusi Santri Membangun Narasi Damai di Era Digitalisasi Media", *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)* 4, no 2 (2020): 171-175.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

(2022), Cut Sri Wahyuni (2022), Faridah Faridah, Zulkarnain, Muhammad Yusuf, Asriadi, (2022). Berikut jabarannya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Siti Hanifah Kharismawati, Fatma Sari, dan Maseni yang berjudul "Instagram *@Motivasii_Hijrahh_* sebagai Media Dakwah dalam Peningkatan Pengalaman Beragama Remaja Masjid Kampung Rawa Sugi" dari pemaparan penelitian tersebut bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa Instagram sebagai media dakwah dianggap cukup efektif dalam penyebaran dakwah. Media sosial memang tempat yang cocok untuk berdakwah, melalui media sosial dakwah bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acara keislaman. Sebab dakwah yang disampaiakan bisa langsung dibaca atau diketahui oleh jutaan orang dalam waktu yang bersamaan. Dalam hal ini, akun Instagram *@motivasii_hijrahh_* dalam berdakwah mampu memantapkan sebuah konten dakwah yang dinilai menjadi senjata dalam berdakwahnya di media sosial Instagram dan siap di distribusikan setelah produksi dan dikemas melalui konten berupa video, foto atau *quotes-qoutes*, dan Instagram *story*.[55] Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai strategi dakwah melalui konten Instagram. Perbedaannya perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Kharismawati, Fatma Sari, dan Maseni fokus untuk meningkatkan pengalaman beragama remaka masjid. Sementara itu, penelitian yg dilakukan peneliti adalah untuk strategi dakwah dalam media sosial Instagram.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Zida Zakiyatul Husna dan Abdul Muhid dengan judul "Perkembangan Dakwah melalui Media Sosial Instagram" dari pemaparan jurnal tersebut bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa banyak penelitian yang sudah dikembangkan untuk menjelaskan fenomena dakwah di media sosial khususnya Instagram. Penyampaian dakwah melalui Instagram ini dianggap efektif karena telah mengikuti aspek-aspek penggunaan media sosial untuk berdakwah yang meliputi komunikasi, konten, dan kolaborasi. Komunikasi dapat terjadi ketika komunikator atau admin akun dakwah tersebut mengunggah konten yang berisikan pesan-pesan dakwah yang nantinya dapat menimbulkan *feedback* berupa komentar dari komunikan atau pengikut akun dakwah tersebut

[55] Siti Hanifah Kharismawati, Fatma Sari, Maseni, "Instagram @Motivasii_Hijrahh_ Sebagai Media Dakwah Dalam Peningkatan Pengalaman Beragama Remaja Masjid Kampung Rawa Sugi", *Jurnal Al-Hikmah* 1, no. 2, (2022): 22.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

atau pemirsa konten dakwah tersebut.[56] Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai strategi dakwah melalui konten Instagram. Perbedaannya yakni pada penelitian ini membahas fenomena dakwah di media sosial Instagram. Sementara itu, peneliti fokus pada strategi dakwah media sosial Instagram.

Ketiga, pada penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Stellarosa, Dea Ajeng Utari, Muhammad Yefa Zaki dengan judul "Pemanfaatan Akun Instagram *@Hanan_Attaki* sebagai Media Dakwah" dari pemaparan penelitian tersebut bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa dalam Instagram *@hanan_attaki*, Ustadz Hannan Attaki memposisikan dirinya sebagai sosok yang memberi inspirasi juga merangkul jamaahnya terutama anak muda. Dalam menyampaikan dakwah serta pesan yang memberi solusi dan motivasi, UHA memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di Instagram antara lain mengunggah video dan foto dilengkapi dengan judul atau *caption* yang menarik serta tidak terkesan menyudutkan atau menggurui. Fitur Instagram lainnya yang digunakan adalah *hastag* atau tagar agar program yang dibuat dapat tersebar luas dan mudah dicari atau ditemukan. *Explore Tab* juga digunakan untuk menampilkan foto yang paling menarik. Fitur *Instragram* lainnya yang digunakan juga yakni Instagram *Story*, dan IGTV.[57] Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai strategi dakwah melalui konten Instagram. Perbedaannya yakni penelitian ini fokus pada pemanfaatan fitur yang terdapat di Instagram dengan cara mengunggah foto dan video dilengkapi dengan judul dan caption yang tidak menyudutkan. Sementara itu, peneliti fokus membahas strategi dakwah melalui media sosial Instagram

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Cut Sri Wahyuni dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial dalam Pandangan Islam sebagai Media Dakwah" dari pemaparan penelitian tersebut bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa media sosial tentu bisa dijadikan sebagai salah satu media dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat, baik itu dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah merupakan sebuah kesempatan yang sangat baik bagi para pendakwah, supaya media sosial itu tidak disalahgunakan oleh sekolompok orang untuk

[56] Zida Zakiyatul Husna, Abdul Muhid, "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram", *Jurnal Ath-Thariq* 5, no. 02, (2021): 206-207.

[57] Yolanda Stellarosa, Dea Ajeng Utari, Muhammad Yefa Zaki, "Pemanfaatan Akun Instagram @Hanan_Attaki Sebagai Media Dakwah", *Jurnal Communication* 4, no. 2, (2022): 153.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

kegiatan yang menyimpang dan bertentangan dengan agama. Agar pesan-pesan dakwah para *da'i* sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat sekarang adalah internet dengan fasilitas di dalamnya yakni: *Website, Blog, Mailing-list, Chatting*, ataupun jejaring sosial semisal Instagram, Facebook, *dan Twitter*. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Jumlah yang banyak itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring sosial itu yang terkenal dengan sebutan media kicauan itu. Ini adalah potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah.[58] Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai dakwah melalui media sosial. Perbedaannya yakni penelitian ini hanya terfokus membahas tentang dakwah melalui semua jenis media sosial. Sementara itu, peneliti membahas strategi dakwah melalui media sosial Instagram.

Kelima, pada penelitian yang dilakukan oleh Faridah Faridah, Zulkarnain, Muhammad Yusuf, Asriadi dengan judul "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram dalam Pandangan Kaum Milenial" kegiatan berdakwah di era milenial ini, dapat dilakukan dengan pemafaatan teknologi media sosial yang sangat santer menyentuh berbagai lapisan. masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada di pedesaan. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah. Salah satu metode yang dianggap masih efektif untuk digunakan sebagai media dakwah adalah dengan memanfaatkan media baru seperti Instagram. Dengan sarana media baru ini akan memudahkan dakwah milenial, kecanggihan media informasi dan teknologi menjawab segala kebutuhan manusia masa kini.[59] Persamaan penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai dakwah melalui media sosial. Perbedaannya yakni penelitian ini hanya membahas tentang dakwah

[58] Cut Sri Wahyuni, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah", *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3, (2022): 4528.

[59] Faridah Faridah, Zulkarnain, Muhammad Yusuf, Asriadi, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Pandangan Kaum Milenial", *Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2, (2022): 145.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

melalui media sosial Instagram dalam pandangan kaum milenial. Sementara itu, peneliti membahas strategi dakwah melalui media sosial Instagram media sosial Instagram.

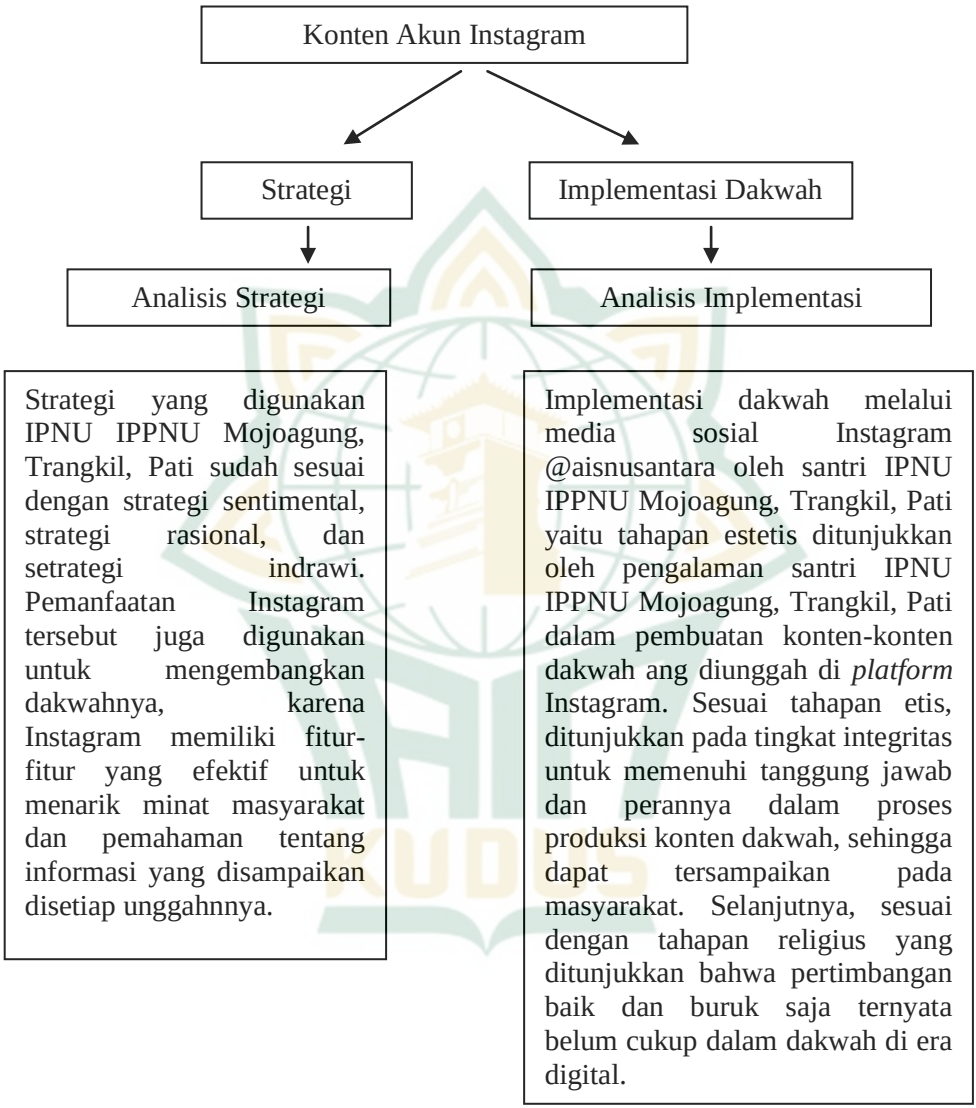
C. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bermula dari pengamatan peneliti tentang dakwah di media sosial yang menyebar dan berkembang secara pesat. Kemudian peneliti mencari akun instagram yang berkaitan dengan tema dan mempunyai karakteristik yang signifikan. Pertama dilakukan reduksi data terhadap objek penelitian, yaitu akun instagram @aisnusantara, yang menyebarkan konten dakwah santri IPNU IPPNU. Kemudian dilakukan proses penyajian data, untuk mengetahui bagaimana strategi dan implemetasi dakwah @aisnusantara. Setelah itu kemudian diverifikasi untuk menghasilkan kesimpulan yang valid mengenai strategi dan implementasi dakwah santri IPNU IPPNU Mojoagng Trangkil Pati melalui konten Instagram @aisnusantara. Berikut bagan kerangka berpikir.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



REPOSITORI IAIN KUDUS