

**STRATEGI DAKWAH AKUN INSTAGRAM
@SEMPETINNGAJI_ DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI
MEMBACA QUR'AN TERHADAP *FOLLOWERS*NYA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

MANTHIQ WIDATY

NIM. 2017102126

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Manthiq Widaty
NIM : 2017102126
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul “**Strategi Dakwah Akun Instagram @Sempetinnngaji_ Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Qur’an Terhadap Followersnya**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan berdasarkan tulisan saya dalam skripsi ini akan diberi tanda footnote dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Purwokerto, 17 April 2024
Yang menyatakan,



Manthiq Widaty
NIM. 2017102126

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

STRATEGI DAKWAH AKUN INSTAGRAM @SEMPETINNGAJI_ DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MEMBACA QUR'AN TERHADAP FOLLOWERSNYA

Yang disusun oleh Manthiq Widaty NIM. 2017102126 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Selasa tanggal **28 Mei 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Anas Azhimi Qalban, M.Kom.
NIP. -

Sekretaris Sidang/Penguji II

Yusuf Herivanto, M.Kom.
NIP. 19811004202321 1 012

Penguji Utama

Dr. Musta'in, M.Si.
NIP. 19710302200901 1 004

Mengesahkan,

Purwokerto, Selasa, 04-06-2024

Dekan,

Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.
NIP. 19691219199801 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

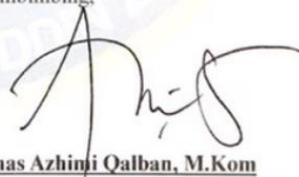
Setelah melakukan proses bimbingan, koreksi, dan perbaikan terhadap naskah skripsi:

Nama : Manthiq Widaty
NIM : 2017102126
Jenjang : S-1
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Dakwah Akun Instagram @Sempetinggaji_ Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Qur'an Terhadap Followersnya.

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut, dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 16 April 2024
Pembimbing,



Anas Azhimi Qalban, M.Kom
NIP.

**STRATEGI DAKWAH AKUN INSTAGRAM @SEMPETINNGAJI_
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MEMBACA QUR'AN
TERHADAP FOLLOWERSNYA**

Manthiq Widaty
NIM. 2017102126

ABSTRAK

Dakwah di era sekarang haruslah interaktif, karena di era ini dakwah telah dihadapkan dengan berbagai problematika salah satunya yakni, modernisasi. Modernisasi seringkali dikaitkan dengan perubahan sosial di masyarakat, berupa perubahan penting dalam hal berpikir dan berperilaku. Pengetahuan modern akan terus berkembang dan menuntut para aktivis keagamaan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi semaksimal mungkin. Pendakwah sebagai penerang dan pembimbing harus tidak terbatas baik dari segi ruang dan waktu. Pendakwah atau *da'i* harus menciptakan inovasi kreatif agar kegiatan dakwah tidak terhenti dengan segala problematika. Sempetin Ngaji menjadi salah satu akun dakwah yang memanfaatkan teknologi digital sebagai medianya, bertujuan untuk mengajak dan mengingatkan generasi muda agar lebih mengenal, mendalam, dan antusias dalam mempelajari Al-Quran.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni sebagai acuan dalam skripsi ini. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan teknik analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, yang definisikan sebagai proses pemilihan, pemusatan fokus, pengabstraksan, serta pengubahan data "mentah" yang dihasilkan dari catatan yang tertulis lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi dakwah akun @sempetinngaji_ dalam meningkatkan motivasi membaca Qur'an terhadap *followersnya* dengan memaksimalkan penggunaan seluruh komponen strategi dakwah Al Bayanuni, yaitu : Strategi dakwah Sentimentil, Rasional, dan Indrawi karena pada setiap dakwahnya menekankan pada aspek hati/perasaan, akal/logika, serta menitikberatkan pada aspek panca indra. Penelitian ini juga menunjukkan penerapan metode *dakwah bil-lisan*, *dakwah bil-hal*, *dakwah bil-qalam*, dan *dakwah bil-hikmah* pada konten dan program kegiatan yang diadakan oleh akun @Sempetinngaji_ dalam upaya meningkatkan motivasi membaca Qur'an *followersnya*

Kata kunci : Strategi dakwah, Al-Bayanuni, Instagram, Media Sosial

**DA'WAH STRATEGY OF THE INSTAGRAM ACCOUNT
@SEMPETINNGAJI_ IN INCREASING QUR'AN READING MOTIVATION
FOR ITS FOLLOWERS**

Manthiq Widaty
NIM. 2017102126

ABSTRACT

Da'wah in the current era must be interactive, because in this era da'wah has been faced with various problems, one of which is modernization. Modernization is often associated with social changes in society, in the form of important changes in thinking and behavior. Modern knowledge will continue to develop and requires religious activists to make the most of technological advances. Preachers as enlighteners and guides must be unlimited both in terms of space and time. Preachers or da'i must create creative innovations so that da'wah activities do not stop with all kinds of problems. Sempetin Ngaji is one of the da'wah accounts that uses digital technology as a medium, aiming to invite and remind the younger generation to become more familiar, in-depth and enthusiastic in studying the Koran.

This research uses a qualitative descriptive approach and uses Al-Bayanuni's preaching strategy theory as a reference in this thesis. Data collection methods are carried out using interviews, documentation and data analysis techniques are carried out using data reduction techniques, which are defined as the process of selecting, focusing, abstracting and changing "raw" data resulting from written field notes.

The results of the research show that the application of the da'wah strategy of the @sempetinngaji_ account increases motivation to read the Qur'an among its followers by maximizing the use of all components of Al Bayanuni's da'wah strategy, namely: Sentimental, Rational and Sensory da'wah strategies because in each da'wah it emphasizes the aspect of the heart/feelings, reason/logic, and focuses on aspects of the five senses. This research also shows the application of the da'wah bil-lisan, da'wah bil-hal, da'wah bil-qalam, and da'wah bil-hikmah methods in the content and activity programs held by the @Sempetinngaji_ account in an effort to increase the motivation to read the Qur'an of its followers

Keywords: *Da'wah strategy, Al-Bayanuni, Instagram, Social Media*

MOTTO

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

"Sebaik-baik kalian adalah orang yang mempelajari Al-Qur`an dan mengajarkannya." (HR. Bukhari)

Achieving something may seem daunting until it is achieved. If Allah wills it for you, it will surely come to you. Don't stress out so much. Trust Allah.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, berkat rahmat Allah SWT dengan segala nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penelitian ini, pada kesempatan ini saya berhasil menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi, meskipun jauh dari kata sempurna. Semoga Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat serta keberkahan kepada semua orang. Skripsi ini saya persembahkan untuk almamater tercinta Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. dan seluruh mahasiswanya semoga tetap semangat dalam beraktivitas mengisi hari-harinya dikampus UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur selalu penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberi limpahan hidayah, rahmat serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“Strategi Dakwah Akun Instagram @Sempetinngaji_ Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Qur’an Terhadap Followersnya”**.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang membawa cahaya dan petunjuk bagi umatnya, sehingga mampu membawa kita dari kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang. Skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos.) dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penyelesaian skripsi ini tidak dapat dilepaskan dari bimbingan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Alief Budiyono, M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. Nawawi, M.Hum selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Ibu Uus Uswatussolihah, M.A selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
7. Pak Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom selaku Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

8. Prof. Dr. H. Abdul Wachid, B.S. M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik
9. Pak Anas Azhimi Qalban, M.Kom sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, saran dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi berlangsung.
10. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Dakwah yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
11. Ustadz Abdul Rasul Amin selaku *founder* akun yang menjadi objek penelitian penulis, terima kasih sudah memberi izin serta membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian dan memberikan inspirasi untuk menjadi anak muda yang selalu semangat belajar.
12. Kedua Orang tua, Bapak Sudarwin dan Ibu Narimah yang selalu berupaya memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk anak-anaknya serta doa yang tak pernah putus.
13. Kakak penulis Hanny Diastrid dan keluarga, Adik Aiko Tsuraya dan Kakek penulis, yang telah memberikan *support* dan doa terbaik. Serta (Almh) Nenek yang telah mendukung penulis untuk tetap melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi.
14. Vivi Alfiani, Vivi Alvina, Berliana, Lestiana, Setia Ayu, Indah Gita, Nirmala, Baeti, Ainindita, Pelita, Zahrotul, Tias, Firly, Asti, Sindi, Cipta, Aida, Lia, Safina yang telah menemani penulis, berbagi suka duka selama di perantauan, dan mendukung satu sama lain untuk selalu semangat. Semoga kita semua bisa menjaga tali silaturahmi, serta Allah memberikan kemudahan dalam mewujudkan segala cita-cita dan harapan baik.
15. Teman-teman kecil penulis Ariibah, Miftah, Kamelia, Wulan dan teman-teman yang penulis temui di SMA, SK (*Shohibul Kariimah*), yang selalu memberikan keceriaan dan menghibur dalam banyak hal.
16. Keluarga Besar KPI C 2020, PPL Museum Nasional Indonesia, KKN 162 angkatan 52, dan seluruh teman yang penulis temui di awal semester hingga

saat ini, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan selama proses perkuliahan, semoga kita semua selalu diberi kemudahan dan kesuksesan, terima kasih atas kebersamaan dan kenangan yang tak pernah terlupakan.

17. Seluruh pihak yang secara langsung dan tidak langsung sudah memberi bantuan, dukungan, dan kemudahan.

Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih, semoga atas bantuan, bimbingan, dukungan, do'a, dan nasihat yang tulus tersebut menjadi ilmu yang bermanfaat dan amal jariyah untuk kita semua. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat membawa manfaat bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Purwokerto, 12 April 2024



Manthiq Widaty

NIM. 2017102126

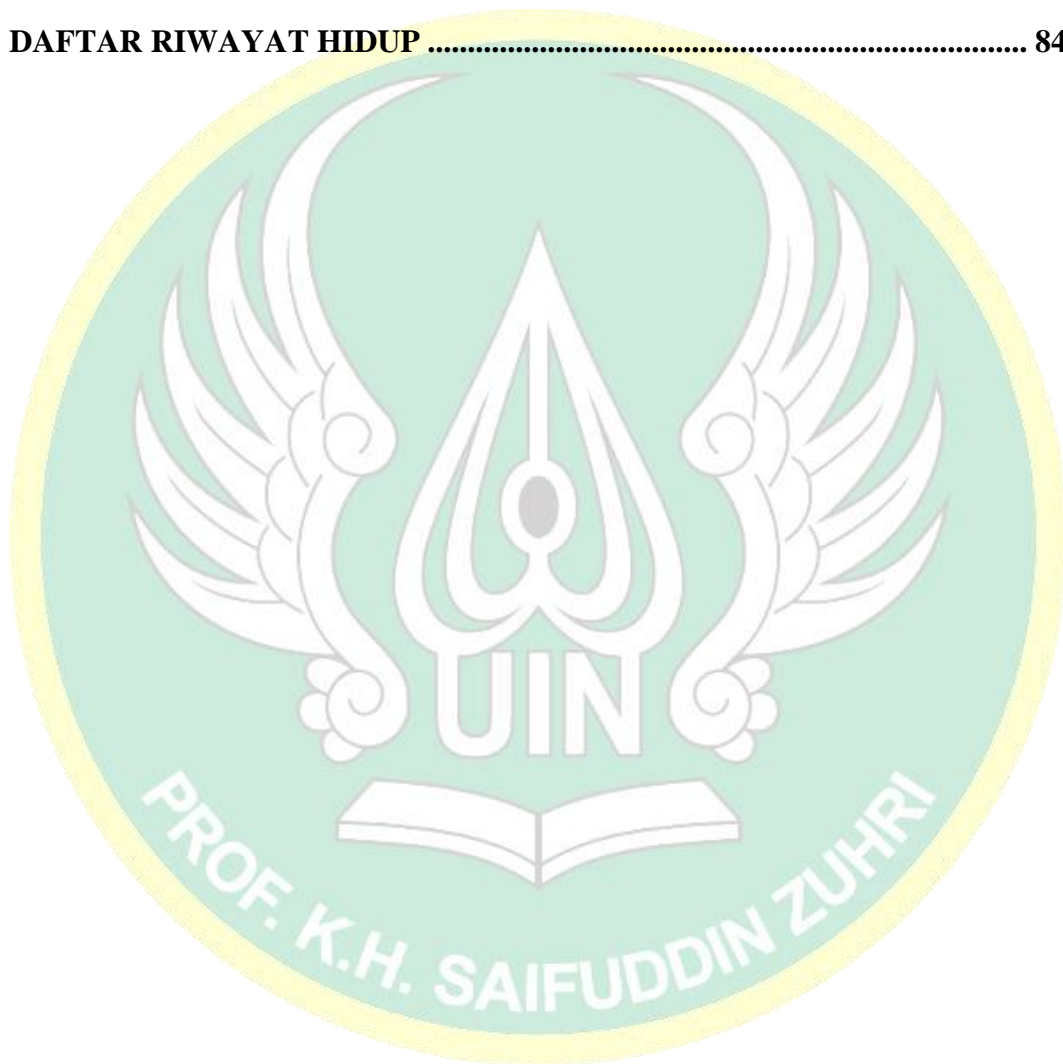


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DOSEN PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan istilah	9
1. Strategi.....	9
2. Instagram	10
3. Motivasi.....	10
4. Al-Qur'an	11
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
1) Secara Teoritis	12
2) Secara praktis	12
F. Kajian Pustaka	13

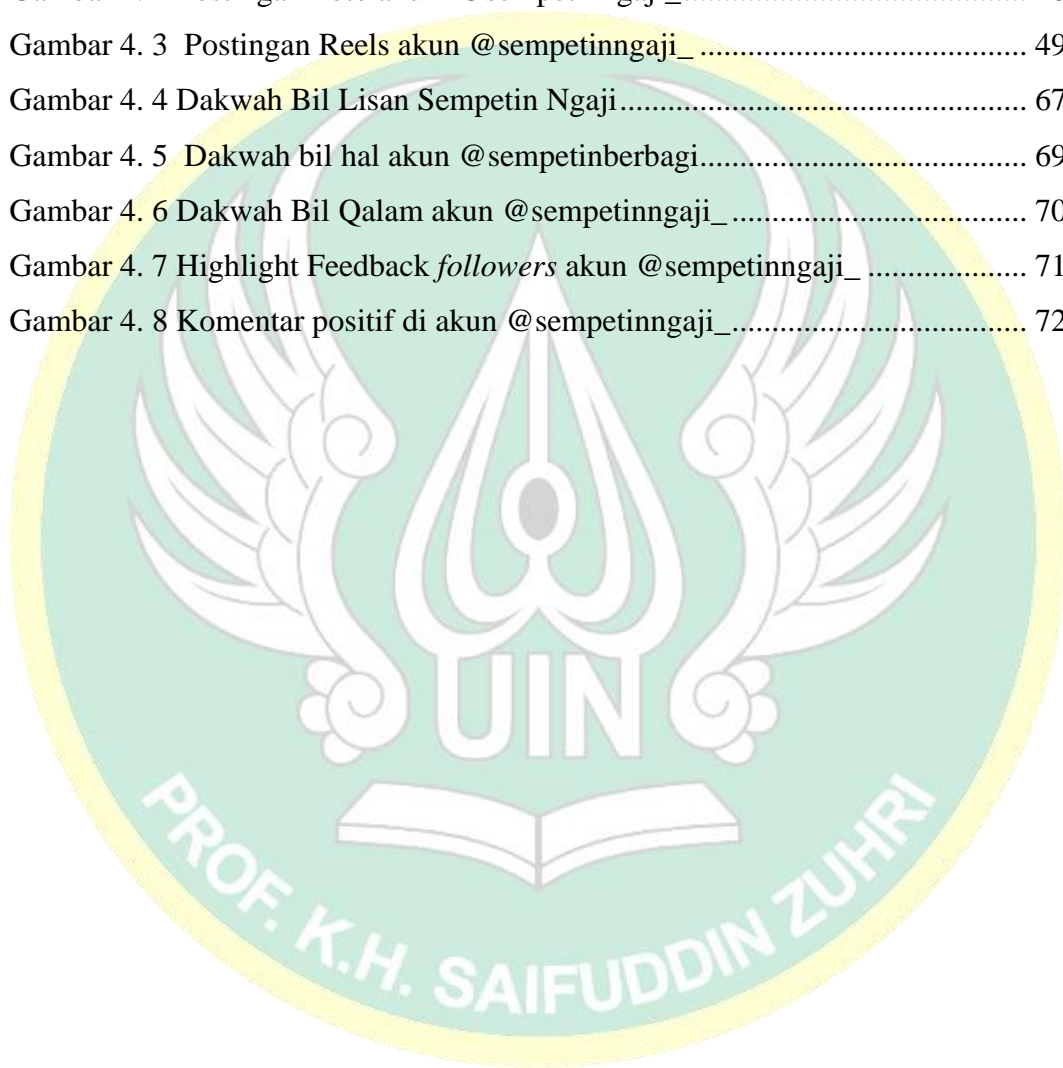
G. Sistematika Penulisan	16
BAB II	17
KAJIAN TEORI	17
A. Strategi Dakwah	17
1. Strategi.....	17
2. Dakwah.....	20
B. Dakwah Melalui Media Sosial Instagram.....	30
C. Motivasi Membaca Al-Qur'an.....	35
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	39
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	39
C. Jenis Data	40
D. Metode Pengumpulan Data.....	40
E. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV	44
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	44
A. Profil Akun Instagram @sempetinngaji_.....	44
B. Visi dan Misi Akun Instagram @sempetinggaji_.....	46
C. Struktur Kepengurusan Sempetin Ngaji.....	46
D. Program dan Kegiatan Sempetin Ngaji	47
E. Isi Konten Instagram Akun @sempetinngaji_	47
F. Strategi Dakwah Akun @Sempetinngaji	49
G. Peningkatan Motivasi Membaca Qur'an <i>Followers</i> Melalui Instagram.....	65
BAB VI.....	73

PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media sosial teratas di Indonesia (data We Are Social).....	5
Gambar 1. 2 Tampilan akun @sempetinngaji_.....	7
Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram @sempetinngaji_	44
Gambar 4. 2 Postingan Foto akun @sempetinngaji_.....	48
Gambar 4. 3 Postingan Reels akun @sempetinngaji_	49
Gambar 4. 4 Dakwah Bil Lisan Sempetin Ngaji.....	67
Gambar 4. 5 Dakwah bil hal akun @sempetinberbagi.....	69
Gambar 4. 6 Dakwah Bil Qalam akun @sempetinngaji_	70
Gambar 4. 7 Highlight Feedback <i>followers</i> akun @sempetinngaji_	71
Gambar 4. 8 Komentar positif di akun @sempetinngaji_.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Struktur Kepengurusan Sempetin Ngaji	46
Tabel 4. 2 Strategi Sentimentil Pada Postingan Akun @sempetinngaji_	51
Tabel 4. 3 Strategi Rasional Pada Postingan Akun @sempetinngaji_.....	56
Tabel 4. 4 Strategi Indrawi Pada Postingan Akun @sempetinngaji_	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama merupakan suatu sistem keyakinan yang dipercayai oleh sekelompok manusia dengan cara berinteraksi dengan Tuhan.¹ Setiap agama memiliki caranya masing-masing dalam mengajarkan keyakinannya, tergantung dari seberapa baik agama tersebut dalam menyebarkan dan menyampaikan ajarannya, salah satunya adalah dengan berdakwah. Dalam Islam, dakwah adalah hal yang cukup penting dan mendasar. Tanpa dakwah, umat manusia sulit untuk memahami dan menerima nilai-nilai ideal dalam ajaran Islam.

Islam telah menjadi agama universal yang dapat diterima dengan mudah di seluruh penjuru dunia, tidak hanya di Timur Tengah tetapi juga di negara – negara Asia, seperti Amerika, Australia, Eropa, dan Afrika, dikarenakan beragamnya bentuk dakwah dalam islam.² Hal tersebut disebabkan rutinitas dakwah yang dijalankan oleh individu umat Islam sebagai seorang *Da'i*. Dakwah di era sekarang haruslah interaktif, karena di era ini dakwah telah dihadapkan dengan berbagai problematika salah satunya yakni, modernisasi. Modernisasi seringkali dikaitkan dengan perubahan sosial di masyarakat, berupa perubahan penting dalam hal berpikir dan berperilaku.³ Pengetahuan modern akan terus berkembang dan menuntut para aktivis keagamaan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi semaksimal mungkin.⁴

¹ Marhaeni Saleh, *Fislafat Agama Dalam Ruang Lingkupnya*, Sulesana, Vol. 6 No. 1 (2012), Hal. 84

² Hemlan Elhany, *Dakwah Islam Di Era Globalisasi Perspektif Bimbingan Penyuluhan Islam*, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 01 No. 02, (2019), Hal. 298

³ Asnawati Matondang, *Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat*, Jurnal Wahana Inovasi, Vol. 8 No. 2, (2019), Hal. 188

⁴ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Kencana, 2018), Hal. 32

Pendakwah sebagai penerang dan pembimbing harus tidak terbatas baik dari segi ruang dan waktu. Pendakwah atau *da'i* harus menciptakan inovasi kreatif agar kegiatan dakwah tidak terhenti dengan segala problematika.⁵ Dakwah merupakan tugas bagi tiap umat muslim di seluruh belahan bumi. Kewajiban sederhana untuk menyampaikan pesan dari Rasulullah SAW sebagaimana yang telah ditegaskan oleh Rasulullah SAW⁶ “*Ballighu ‘anni walau ayah.*” (HR. Bukhari). Artinya, “sampaikanlah dariku meski hanya satu ayat.”⁷ Oleh karena itu, siapapun yang merasa terpanggil untuk melakukan penyebaran nilai-nilai Islam dapat melakukan dakwah dengan kemampuan yang seminimal mungkin. Namun dengan semakin berkembangnya masyarakat dan tuntutan yang makin beragam, dakwah tidak dapat lagi dijalankan hanya dengan cara tradisional. Kini dakwah menjadi sebuah profesi yang menuntut pengetahuan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), pengalaman (*experience*) dan manajemen yang handal.⁸

Dakwah merupakan aktivitas untuk mengajak orang lain buat mencapai suatu tujuan. Hal ini memerlukan kiat-kiat spesifik supaya bisa diterima secara efektif serta efisien.⁹ Kegiatan dakwah sendiri dianggap menjadi upaya yang menyediakan solusi islami atas berbagai permasalahan kehidupan yang meliputi setiap aspek, seperti sosial, ekonomi, budaya, hukum, politik, ilmu pengetahuan, teknologi, dan lain-lain, maka pesan dakwah harus dapat tersampaikan dengan baik melalui metode dan strategi yang tepat, cocok, dan relevan sesuai dengan situasi yang ada di tengah masyarakat. Dakwah dapat dikatakan berhasil apabila mampu mengatasi

⁵ Muhammad Zaenal Muttaqin, *Strategi Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi*, Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI), Vol. 3, No. 1, Hal. 43-48

⁶ Jundah Sulaiman dan Mansya Aji Putra, *Manajemen Dakwah Menurut Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 8 (2020), Hal. 95

⁷ <https://www.risalahislam.com/2023/05/makna-hadits-sampaikan-dariku-walau.html> diakses pada tanggal 28 oktober 2023

⁸ <https://islamic-education.uui.ac.id/dakwah-profesi-dan-da'i-profesional/> diakses pada tanggal 28 oktober 2023

⁹ Nisa, N. K., Qalban, A. A., & Saputro, D. R., *Modification of Da'wah Through the Art Performance of Ki Dalang Ulin Nuha*. Jurnal for Homiletic Studies, Vol 17, No. 2 (2023), 243-264

permasalahan aktual yang sedang dihadapi masyarakat dengan cara yang nyata dan relevan.¹⁰

Indonesia sendiri khususnya ketika mendengar kata dakwah yang langsung terbesit di pikiran masyarakat umum bahwasanya penyampaian ceramah yang biasa dijalankan oleh seorang *da'i* atau pendakwah di atas mimbar. Kendati demikian, pandangan ini tentu saja tidak salah, mengingat aktivitas ceramah juga salah satu fungsi kecil dari dakwah. Pada tingkatan teoritik dan praktiknya, dakwah memiliki artian yang sangat luas.¹¹ Dakwah bisa dilakukan tidak hanya dengan ceramah, *bi al-lisan*, tetapi juga bisa melalui tulisan, *bi al-kitabah*, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, sikap dan perilaku alias keteladanan (*akhlaq al-karimah*), serta dapat pula dilakukan dengan *jihad fi sabilillah* bila syarat-syaratnya terpenuhi. Strategi dakwah mencakup pilihan dan implementasi metode, penggunaan media, serta mempertimbangkan potensi *da'i* dan *mad'u*, memastikan sasaran yang tepat dan efektif sesuai dengan kebutuhan.

Media dakwah dan media komunikasi memiliki keterkaitan yang erat, karena keduanya digunakan untuk menjangkau sasaran audiens yang dapat berupa individu, massa, atau golongan tertentu. Terdapat berbagai jenis media, baik massa maupun non massa yang dapat digunakan dalam proses penyampaian dakwah sesuai dengan jumlah sarannya.¹² Era teknologi yang terus berkembang, memunculkan jenis media massa baru yang disebut *new media*, seperti *blog*, *website*, *video streaming*, *social media* dan media lainnya yang memungkinkan penggunanya dapat berpartisipasi aktif dalam pembuatan dan penyebaran informasi dengan mudah.

¹⁰ Zulkarnaini, *Dakwah Islam Di Era Modern*, Jurnal Risalah, Vol. 26, No. 3 (2015), Hal. 151

¹¹ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Kencana, 2018), Hal. 38

¹² Onong Uchajana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986), Hal. 12.

Era Society 5.0 ditanda'i dengan perubahan paradigma. Saat ini teknologi tidak hanya dipergunakan menjadi alat saja, namun sudah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan di hidup keseharian, dengan terintegrasinya dunia fisik dan dunia digital. Konsep utama era ini adalah pemanfaatan teknologi modern namun tetap memposisikan manusia sebagai komponen utama, sehingga menghasilkan kemajuan teknologi yang dapat mengurangi kesenjangan sosial.¹³ Perkembangan teknologi yang terjadi menciptakan teori baru dalam bidang komunikasi, yang dikenal sebagai teori new media. Teori ini mengacu pada perkembangan teknologi komunikasi dan media baru serta dampaknya terhadap praktik komunikasi dan teori komunikasi yang telah ada sebelumnya. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Marshall McLuhan, yang mengungkapkan bahwasanya "*The Medium is the message*," yang mengindikasikan bahwa sifat suatu media atau cara kita berkomunikasi memiliki pengaruh yang lebih besar daripada pesan konkret yang dibawanya.¹⁴

Konvergensi media juga memainkan peran penting dalam transformasi ini, dengan mengubah semua elemen informasi menjadi bentuk digital dan menghapus batasan antara berbagai jenis media. Sebagai contoh konkret dalam hal ini ialah penggunaan media sosial pada anak-anak dan remaja untuk interaksi sosial yang luas, melebihi sekadar komunikasi sosial, serta kemudahan penggunaan dan akses yang semakin mudah.¹⁵ Media sosial juga menjadi wujud pengolah dan penyebarluasan informasi yang fleksibel, yang dapat dilakukan pemanfaatannya oleh pengguna tanpa adanya segmentasi atau batasan dalam berbagai kelompok sosial, ekonomi, politik, maupun perbedaan status masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya internet dengan pesat, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap

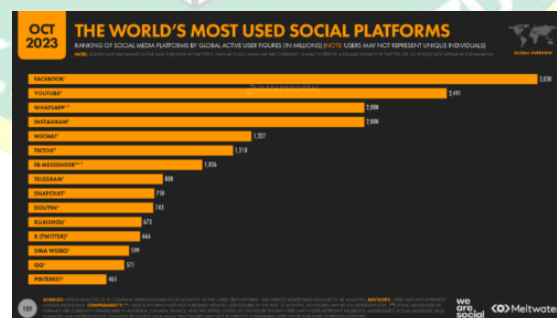
¹³ Suherman dkk, *Industry 4.0 vs Society 5.0*, (Banyumas: CV. Pena Persada, 2020), Hal. 23

¹⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2008), Hal. 220

¹⁵ Dian Nurvita. S dan Abdul basit, *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*, PERSEPSI: Communication Journal, Vol. 3 No. 1 (2020) Hal. 23-36

tahunnya, populasi usia produktif (16 - 64 tahun) semakin banyak menghabiskan waktu di media sosial. Pada tahun 2013, rata-rata orang menghabiskan 1 jam 37 menit, atau 97 menit, per hari di media sosial. Namun, pada tahun 2022, populasi global menghabiskan rata-rata 2 jam 31 menit di media sosial, yang merupakan durasi terlama dalam satu dekade terakhir. Nilai ini meningkat 3 menit dibandingkan tahun sebelumnya. Media sosial mendominasi aktivitas online yang dilakukan pengguna internet. Empat dari sepuluh menit yang digunakan saat online biasanya dihabiskan di media sosial. Tidak hanya secara global, Indonesia juga mengalami peningkatan penggunaan media sosial. Pada tahun 2023, 60,4% dari total populasi telah menggunakan media sosial, dan diperkirakan akan terus meningkat menjadi 81,82% pada tahun 2026.¹⁶

Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang populer dan mendunia, khususnya di kalangan muda. Dengan fokus pada gambar dan video, Instagram memungkinkan pengguna untuk membagikan konten visual dengan pengikut mereka atau publik secara luas.¹⁷ Pengguna dapat mengakses Instagram melalui aplikasi seluler atau situs web. Berbagai fitur disediakan, berbagi foto dan video, Pesan langsung, Instagram *Stories*, *IGTV*, siaran langsung, *explore*, penggunaan *hashtag* dan sejumlah fitur lainnya yang memfasilitasi interaksi dan koneksi online antar pengguna.¹⁸



Gambar 1. 1 Media sosial teratas di Indonesia (data We Are Social)
(Sumber : Data Wearesocial.com)

¹⁶ <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> diakses pada 28 januari 2024

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012)

Berdasarkan data yang bersumber dari Wearesocial.com (2023), Instagram menduduki peringkat keempat dalam perolehan pengguna aktif setelah WhatsApp dengan kisaran umur 16 – 64 tahun. *Platform* ini nyatanya telah menjadi kebutuhan pokok setiap individu, karena memenuhi kebutuhan atas pendidikan, hiburan, berita, informasi, serta akses cepat terhadap pengetahuan global.¹⁹ Instagram juga menjadi sarana penting bagi para pelaku dakwah untuk menyampaikan ajaran agama, di mana mereka dapat mengemas konsep dakwah secara kreatif melalui *platform* ini untuk memberikan edukasi, motivasi, dan memengaruhi perilaku audiens dakwah mereka, yang merupakan pengguna aktif media sosial.

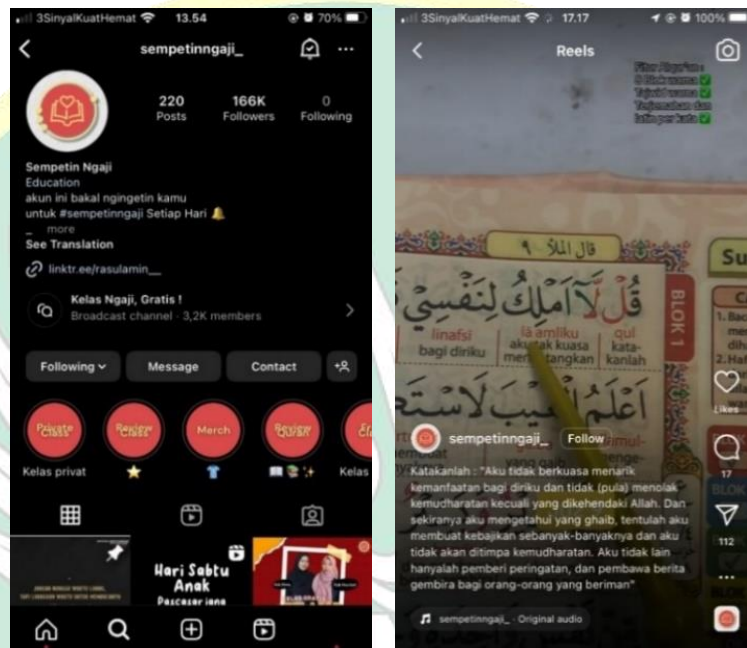
Salah satu akun Instagram yang memiliki fokus unggahan mengenai ajaran agama Islam adalah @sempetinngaji_, Awal mula akun ini berasal dari inisiatif seorang Guru ngaji yang mengalami kendala gerak untuk mengajar pada saat pandemi Covid-19. @sempetinngaji_ didirikan oleh Ustadz Abdul Rasul Amin, seorang Ustadz muda asal Makassar, Sulawesi Selatan. Ia bekerja sama dengan beberapa temannya yang memiliki tujuan serupa untuk membentuk sebuah komunitas mengaji online. Komunitas ini, yang disebut Sempetin Ngaji, berdiri sejak tahun 2021.

Sempetin Ngaji berperan aktif dalam masyarakat dengan berbagai kegiatan positif yang diadakan melalui akun Instagram mereka. Komunitas ini mengajak semua lapisan masyarakat untuk menghabiskan waktu guna mempelajari Al-Qur'an. Melalui postingan konten membaca Al-Qur'an yang sejalan atas aturan bacaan Tajwid, mereka memberikan evaluasi terhadap pelafalan para pengikut akun ini. Selain itu, akun ini juga menyediakan konsultasi mengenai hukum-hukum bacaan Tajwid yang mungkin sulit dipahami melalui fitur direct message.

Sempetin Ngaji juga memberikan opsi kelas belajar mengaji, baik yang bersifat gratis maupun berbayar (private). Kelas mengaji gratis

¹⁹ Irene Mardiatul Laily dkk, *Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0*, Jurnal Manaddhomah, Vol. 3, Issue. 2, Hal. 160-174

biasanya diselenggarakan dalam bentuk forum, di mana siapa pun dapat bergabung menggunakan link registrasi yang dibagikan oleh Ustadz. Forum ini biasanya dipimpin oleh salah satu Ustadz dari komunitas Sempetin Ngaji. Sementara itu, kelas mengaji berbayar atau private menyediakan pembelajaran khusus satu murid dengan seorang mentor yang telah berkompeten di bidangnya.



Gambar 1. 2 Tampilan akun @sempetinngaji_

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Akun @sempetinngaji_ secara rutin membagikan konten yang membahas berbagai aspek Al-Qur'an, termasuk tata cara membaca yang benar, hukum bacaan dalam Al-Qur'an, serta makna yang dikandung pada surah-surah sebagai bagian dari upaya menyebarkan pesan dakwahnya. Tidak hanya terbatas pada materi seputar Al-Qur'an, akun ini juga sering memuat konten motivasi mengenai keutamaan mempelajari ilmu agama. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman terhadap ajaran Islam, khususnya Al-Qur'an. Konten yang diunggah memiliki durasi sekitar 60 detik dan disajikan dalam berbagai format.

Selain dari postingan reguler, akun @sempetinningaji_ juga sering melakukan siaran langsung menggunakan fitur live Instagram, di mana para ustadz dan ustadzah turut berpartisipasi. Pada tanggal 3 Oktober 2023, akun ini telah mengunggah 220 postingan dan memiliki 166.000 pengikut di Instagram. Pengikut akun ini berasal dari beragam kelompok usia dan latar belakang, termasuk orang tua, remaja, dan anak-anak, baik laki-laki ataupun perempuan.²⁰

Melalui media sosial Instagram, Sempetin Ngaji berusaha mengajak dan mengingatkan kalangan muda agar lebih akrab, mendalam, dan bersemangat dalam mempelajari Al-Qur'an. Mereka mengajak pengikutnya untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan positif. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian terhadap akun Instagram @sempetinningaji_ dengan judul **“Strategi Dakwah Akun Instagram @sempetinningaji_ dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Qur'an Terhadap Followersnya”**.

²⁰ <https://www.instagram.com/sempetinningaji/> / diakses pada tanggal 3 oktober 2023.

B. Penegasan istilah

1. Strategi

Strategi mengacu pada rencana yang teliti tentang apa yang harus dilakukan guna memenuhi capaian tujuan tertentu. Menurut Morissan, strategi merupakan suatu program umum yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dalam menjalankan misinya.²¹ Sedangkan Menurut Imam Mulyana dalam bukunya, strategi bisa didefinisikan mengacu pada kombinasi antara seni dan ilmu dalam memanfaatkan lingkungan, sumber daya, dan kemampuan dengan cara yang efektif untuk mencapai tujuan yang paling optimal. Terdapat empat komponen utama dalam strategi, yaitu tujuan, lingkungan, sumber daya, dan kemampuan.²²

Dalam bahasa Arab, dakwah memiliki asal dari kata "*da'a*", "*yad'u*", "*da'wan*", dan "*dua'a*", yang artinya permintaan, memanggil, permohonan, seruan, dan mengajak. "*Tabligh*", "*amr ma'ruf dan nahi munkar*", "*mau'idzhoh hasanah*", "*tabsyir*", "*indzhar*", "*washiyah*", "*tarbiyah*", "*ta'lim*", dan "*khotbah*" adalah istilah lain yang sering diartikan sama. Sebagaimana dikutip oleh Syamuddin AB, Nasarudin Latif mendefinisikan dakwah sebagai setiap tindakan dengan lisan ataupun tulisan yang mendorong, mengajak, serta menyeru orang lain untuk memiliki iman serta taat pada Allah SWT sejalan atas garis-garis syariat, akidah, dan akhlak islamiyah.²³ Dakwah didefinisikan mengacu pada usaha yang dijalankan oleh individu maupun masyarakat untuk meningkatkan kualitas dan kesempurnaan suatu hal.²⁴

Pengertian di atas dapat ditarik simpulan bahwasanya metode, taktik, trik, manuver, atau prosedur yang digunakan individu untuk

²¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008). Hal. 136

²² Imam Mulyana, *Mengupas Konsep Strategi.(Teori dan Praktik)*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992). Hal. 32

²³ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016). Hal. 9

²⁴ Abdul Basit, *Fislafat Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hal.44

mencapai keberhasilan suatu program yang direncanakan, dalam hal ini yang dimaksudkan program ialah kegiatan berdakwah. Seorang *da'i* (komunikator) menggunakan teknik-teknik khusus ini untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan pengetahuan dan pertimbangan terhadap target dakwahnya.

2. Instagram

Dalam konteks media sosial pada *smartphone*, Instagram mengacu pada salah satu aplikasi media sosial yang dipergunakan dalam membagikan foto serta video. Bambang Dwi Atmoko dalam bukunya berjudul "*Instagram Handbook*" menjelaskan bahwa, Instagram ialah aplikasi media sosial untuk *smartphone* yang mempunyai fitur yang serupa dengan Twitter, namun berbeda dalam hal pengambilan dan berbagi foto. Instagram juga dapat memotivasi penggunaannya untuk lebih kreatif karena fitur-fiturnya yang dapat mempercantik dan mengartikan foto menjadi lebih baik.²⁵

3. Motivasi

Motivasi memiliki asal dari kata "motif" yang merujuk kepada kekuatan internal seseorang yang mendorongnya untuk bertindak atau berperilaku. Meskipun motif itu sendiri tidak bisa diamati langsung, tetapi bisa dilihat dari tindakan atau perilaku yang muncul sebagai hasil dari dorongan atau rangsangan yang terdapat dalam diri individu tersebut.

Motivasi adalah usaha yang disadari dalam memengaruhi perangai individu agar hatinya lebih tergerak untuk mencapai sebuah tujuan atau hasil tertentu. Menurut pengertiannya, motivasi merupakan faktor dalam diri individu yang membangkitkan, mengarahkan, dan mengatur perilakunya untuk mencapai perilaku yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, motivasi merupakan daya

²⁵ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), Hal. 10.

penggerak dalam diri seseorang untuk berusaha mencapai tujuan yang diinginkannya.²⁶

4. Al-Qur'an

Al-Qur'an sendiri mempunyai kedudukan sebagai pedoman hidup manusia. Al-Qur'an adalah kitab suci dan petunjuk yang diturunkan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW dengan perantaraan malaikat Jibril, dan mempunyai nilai sebagai ibadah bagi setiap orang yang mengamalkannya. Kehadiran Al-Qur'an mencakup nilai yang cukup esensial dan bermanfaat dikarenakan ajaran-ajaran global yang dikandung di dalamnya selalu diinterpretasikan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan yang semakin kompleks.

Banyak para pemikir dan ilmuwan yang meneliti Al-Qur'an, baik secara langsung maupun hanya mengutip beberapa ayat, sehingga Al-Qur'an menjadi sumber ajaran Islam yang kuat dan prinsip-prinsip moral serta kewajiban lainnya yang memiliki tata cara tertentu untuk dilaksanakan. Di samping itu, Al-Qur'an memegang peran penting menjadi sumber pengetahuan serta motivasi yang berharga bagi umat manusia, memberikan bantuan dalam memenuhi keperluan mereka serta mengatasi berbagai rintangan yang dihadapi.²⁷

C. Batasan dan Rumusan Masalah

Batasan pada penelitian ini yakni menganalisis strategi dakwah yang dilakukan oleh akun instagram @sempetinngaji_. Dari pemaparan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang dirumuskan pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi dakwah yang dilakukan akun Instagram @sempetingaji_ dalam meningkatkan motivasi membaca Qur'an terhadap *followersnya*?

²⁶ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)

²⁷ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Banyumas: Amerta Media)

D. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai, yakni untuk menggambarkan bagaimana strategi dakwah yang digunakan akun instagram @sempetingaji_ dalam meningkatkan motivasi membaca Qur'an terhadap *followersnya*.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini harapannya bisa memberi manfaat yang meliputi;

1) Secara Teoritis

Penelitian ini harapannya bisa berguna sebagai penambah wawasan keilmuan tentang media baru dalam berdakwah bagi mahasiswa atau masyarakat secara umum.

2) Secara praktis

- a) Bagi peneliti, temuan penelitian ini harapannya bisa digunakan sebagai referensi dan informasi penting dalam studi mengenai strategi dakwah.
- b) Bagi pembaca, temuan penelitian ini harapannya bisa menjadi referensi dan masukan baru dalam pengembangan strategi dakwah melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi para pelaku dakwah agar dalam pelaksanaan dakwah nya dapat terlaksana secara efektif dan mudah diterima khalayak luas.
- c) Bagi peneliti selanjutnya, temuan penelitian ini harapannya bisa dipergunakan sebagai acuan penelitian-penelitian serupa serta memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah melalui media sosial.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini dibuat untuk menghindari kemiripan atau plagiarisme dengan karya penelitian lain yang relevan, beberapa skripsi dan jurnal yang memiliki relevansi pada judul skripsi yang sedang di susun dijadikan sumber referensi bagi peneliti dalam menyusun skripsi. Skripsi yang berkaitan pada penelitian ini antara lain:

Pertama, penelitian yang dijalankan oleh Wulan Ayu Anggraini yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Rumah Quran Askaf Melalui Media Instagram”. Hasil dari penelitian ini menggambarkan strategi komunikasi dakwah rumah qur’an askaf mengacu pada lima bentuk dakwah, yaitu dakwah Ammah, dakwah bit-Tawdin, dakwah Fardiyah, dakwah bil-Lisan, dakwah bil Haal. Dalam kelima bentuk dakwah yang digunakan pada akun instagram @askafbersinergi dan @erqi_askaf, dapat diketahui maksud dan tujuannya adalah untuk mengajak dan mengingatkan khalayak untuk senantiasa mengerjakan perbuatan-perbuatan yang baik, sebagaimana yang telah diajarkan dalam agama Islam.²⁸ Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti strategi komunikasi dakwah dengan menganalisis media dakwahnya. Dan menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh *da’i* dalam menyampaikan dakwahnya. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang diteliti.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Umroh Tussakinah berjudul “Strategi Dakwah Komunitas Satu Hari Satu Juz (ODOJ) Di Banyumas Untuk Meningkatkan Insentif untuk Membaca Al-Qur'an”. Studi ini menunjukkan bagaimana strategi Komunitas One Day One Juz (ODOJ) dikemas dalam program kegiatan.diantaranya yaitu, pemberian motivasi dan laporan tilawah melalui grup whatsapp, KalQulu (kajian Al-Qur’an ala Ustadz), NGAOS (Ngaji *on the street*), Kharung (khataman di gunung), GOES (*go to school*), RAWITH (*ramadhan with ODOJ*). Dalam bentuk

²⁸ Wulan Ayu Anggraini, “Strategi Komunikasi Dakwah Rumah Quran Askaf Melalui Media Instagram”. Skripsi: 2022, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah)

program kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *One Day One Juz* ini, dapat diketahui maksud dan tujuannya adalah untuk memotivasi dan merangsang dari luar dirinya untuk tetap istiqomah membaca Al-Qur'an dengan mengajak pengurus dan anggotanya mengikuti kegiatan-kegiatan ODOJ Banyumas.²⁹ Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti strategi dakwah dalam sebuah komunitas untuk meningkatkan sebuah motivasi. Dan perbedaannya pada subjek penelitian saya yang dilakukan pada penggunaan media dakwah sebagai sarana penyampaian materi dakwah komunitas tersebut.

Ketiga, Haris Maulidin berjudul “Strategi Dakwah Ustaz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Media Sosial Instagram”. Penelitian ini menemukan bahwa dakwah media ustadz Hanan Attaki sangat terkait dengan mobilitas lintasan media sosial yang besar. Dalam dakwahnya, dia menyampaikan pesan yang mendorong para jemaah dan pengguna media sosial untuk lebih banyak berintrospeksi. Tema yang dipilih lebih berkaitan dengan masalah Tauhid. Dakwah Ustadz Hanan Attaki menjadi kreatif karena manfaat media sosial karena pesannya dapat dibagikan dan diulang. Adapun kekurangannya dakwah media sosial tidak mudah terverifikasi kebenarannya, disebabkan dengan mudahnya audien atau oknum menambahkan tafsiran makna lebih jauh tanpa menanyakan kebenarannya kepada Ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya karena keduanya meneliti strategi dakwah melalui media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Charismanto, “Strategi Dakwah Digital Di Era Mileniel (Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib

²⁹ Umroh Tussakinah, “*Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Di Banyumas Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Al-Qur'an*”. Skripsi: 2019, (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Husein Ja'far Al Hadar".³⁰ Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang digunakan oleh Habib Husein didasarkan pada strategi yang diuraikan dalam QS. An-Nahl; 125, yaitu dakwah bil hikmah (dakwah yang disertai hikmah), bil mauidhah al hasanah (dakwah yang baik), dan mujjadi al ahsan (komunikasi yang baik). Selain itu, ia juga menerapkan enam proses yang disarankan oleh Prof. Arifin Andi Pate, yaitu menyiapkan materi *Da'i*, membentengi lembaga, memahami khalayak, menyusun strategi pesan, menentukan cara, dan memilih media yang digunakan. Lebih lanjut, pendekatan yang diterapkannya dapat diklasifikasikan sebagai kombinasi dari taktik dakwah emosional dan logis. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti strategi dakwah, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Wildan Syahril Hasani yang berjudul "Strategi Komunikasi Masjid Dalam Diseminasi Konten Wakaf Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Wakafsalman.Itb)".³¹ Hasil dari penelitian ini yaitu menggambarkan bahwa konten yang diterapkan pada akun Instagram @wakafsalman.itb, dapat ditemukan bahwa Wakaf Salman ITB menjadikan instagram sebagai media utama karena memiliki berbagai macam fitur yang dapat mendukung diseminasi konten wakaf. Dalam kontennya memiliki maksud dan tujuan agar akun @wakafsalman.itb dapat menyebarkan konten wakaf kepada khalayak, dalam bentuk pesan yang edukatif, informatif, dan persuasif yang disusun mengikuti tren supaya apesan wakaf tetap relevan sesuai dengan perkembangan zaman. Persamaan dengan penelitian ini yaitu kesamaan pada media yang dianalisis, adapun perbedaan terletak pada subjek yang diteliti.

³⁰ Charismanto, "Strategi Dakwah Digital Di Era Mileniel (Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar)", Tesis: 2022, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga)

³¹ Wildan Syahril Hasani, "Strategi Komunikasi Masjid Dalam Diseminasi Konten Wakaf Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Wakafsalman.Itb)", Skripsi: 2023, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati)

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembagian pembahasan dalam penulisan skripsi, peneliti menggunakan sistematika penelitian yang mencakup lima bab. Berikut merupakan sistematika penulisan yang penulis gunakan:

- BAB I** Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB II** Kajian Teori, membahas mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana peneliti menjelaskan tentang strategi dakwah, pengertian dakwah melalui media sosial, strategi dakwah media sosial serta teori yang terkait dengan penelitian ini.
- BAB III** Metode penelitian, menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik dalam pengumpulan data serta bagaimana teknik analisis data.
- BAB IV** Pembahasan, meliputi penyajian data dan analisis data strategi komunikasi dakwah pada sosial media instagram @sempetinngaji_ dan penjabaran hasil wawancara yang telah dilakukan.
- BAB V** Penutup, memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang dilaksanakan, dan saran serta penutup.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Dakwah

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi, kata ini memiliki asal dari bahasa Yunani yang artinya “seni sang jendral” atau “kapal sang jendral”. Pada istilah ini mengandung makna yang merujuk pada pengaturan taktis dalam menghadapi situasi kompetitif dan cara bermain yang disusun untuk mengalahkan lawan. Dalam perkembangannya, istilah ini juga digunakan dalam "strategi bermain" untuk menggambarkan rencana tindakan dalam menghadapi dan mengatasi lawan.³² Untuk menentukan taktik yang tepat, komandan perlu memperhatikan strategi dengan cermat dan hati-hati. Hal ini penting agar gerakan yang dijalankan bisa berjalan lancar, dan sesuai dengan harapan. Strategi adalah pertimbangan-pertimbangan matang yang harus dipertimbangkan dalam menentukan taktik.

Pada prinsipnya, strategi melibatkan pembuatan dan pengawasan rencana guna memenuhi capaian tujuan tertentu.³³ Tetapi, dalam rangka mencapai tujuannya, strategi tidak hanya difungsikan menjadi petunjuk saja, melainkan petunjuk bagaimana taktik operasionalnya yang berarti pendekatan yang dilakukan bisa berbeda beda tiap waktunya yang menyesuaikan situasi dan kondisi. Strategi mengacu pada suatu rencana yang terencana dengan baik untuk mencapai tujuan atau target tertentu. Tanpa strategi, target atau sasaran sulit untuk dicapai karena seluruh perbuatan atau

³² Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014). Hal. 80.

³³ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986).

kegiatan tidak dapat dipisahkan dari strategi, terutama dalam hal berkomunikasi dengan target.³⁴

Secara keseluruhan, strategi dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan yang dirancang untuk mencapai hasil yang optimal dengan menggunakan metode atau pendekatan tertentu. Proses perencanaan ini dilakukan oleh individu dan kelompok, dan dirancang sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

b. Tujuan Strategi

Strategi bertujuan untuk menguraikan misi dengan lebih signifikan. Jika dilihat pada aspek komunikasi, strategi komunikasi mencakup berbagai tujuan signifikan. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burneet dalam buku berjudul “*Techniques for Effective Communication*” sebagaimana dikutip Onong Uchjana Effendy bahwa terdapat tiga tujuan penting dari strategi komunikasi yang harus dipahami, yaitu:

- a) *To secure understanding* : Menjamin bahwasanya bahwa penerima pesan dapat memahami dengan jelas pesan yang disampaikan oleh pengirim.
- b) *To establish acceptance* : Memberi pemahaman kepada komunikan terkait isi pesan yang disampaikan.
- c) *To motivate action* : Memberi motivasi pada penerima pesan untuk mengambil tindakan yang sesuai dengan pesan yang telah mereka terima dan pahami.

³⁴ Raffudin dan Djaliel Abdul Maman, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997). Hal. 77.

c. Tahapan Strategi

Fred R. David mengungkapkan pada proses strategi terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui, tahapan-tahapan diantaranya yaitu:

1. Perumusan Strategi

Beberapa hal yang termasuk dalam perumusan strategi yakni, analisis SWOT. Penting melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada. Lalu termasuk juga penetapan visi, misi, tujuan, sasaran, serta penetapan strategi sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan. Pada konteks ini penulis dapat mengerti bahwasanya pada proses strategi, perencanaan awal penting bagi seseorang atau kelompok untuk menentukan langkah agar tujuan yang diharapkan bisa dicapai dengan optimal.

2. Implementasi Strategi

Pada tahap ini merupakan tahap penerapan strategi yang telah dirumuskan dilangkah sebelumnya. Melaksanakan strategi yang telah dipilih dengan mengalokasikan sumber daya dan merancang program-program kerja. Penerapan strategi membutuhkan kedisiplinan, komitmen, dan pengorbanan.³⁵

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi mengacu pada tahapan akhir dalam proses strategi. Melakukan evaluasi terhadap hasil implementasi strategi dan melakukan tindakan kontrol jika diperlukan untuk memperbaiki kinerja organisasi. Evaluasi

³⁵ Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), Hal, 7

strategi dibutuhkan karena keberhasilan yang dicapai saat ini tidak menjamin keberhasilan di masa depan.³⁶

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, Dakwah artinya “seruan”, “panggilan”, atau “ajakan”. Kata dakwah memiliki asal dari bahasa Arab dalam bentuk *Masdar*. Sedangkan dakwah dalam bentuk *fi'il* atau kata kerja berarti “menyeru”, “memanggil”, atau “mengajak”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dakwah adalah upaya menyebarkan keyakinan agama serta mendorong pertumbuhannya di dalam masyarakat.³⁷ Ini mencakup ajakan untuk mengadopsi, mempelajari, dan menerapkan ajaran agama. Sedangkan menurut definisinya, dakwah adalah upaya yang dilakukan dengan ikhlas melalui ucapan, tulisan, tingkah laku, atau perbuatan untuk mengajak manusia menaati perintah Allah serta menjauhi larangannya.

Dalam Al-Qur'an, istilah "dakwah" merujuk kepada upaya mendorong pencarian kebenaran, walaupun hal tersebut dapat membawa risiko pribadi. Istilah ini digunakan lebih dari 100 kali, baik dalam bentuk kata kerja (*fi'il*) maupun kata benda (*masdar*). Di dalam Al-Qur'an, "dakwah" digunakan 46 kali sebagai ajakan untuk menyampaikan pesan, 39 kali untuk mengajak orang memeluk Islam dan beramal shaleh, dan 7 kali sebagai peringatan tentang bahaya jalan ke neraka atau keterlibatan dalam perbuatan jahat. Selain itu, terdapat ayat-ayat lain yang menjelaskan konsep dakwah dalam berbagai situasi.³⁸

³⁶ *Ibid*, Hal. 7

³⁷ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dakwah> diakses pada tanggal 3 oktober 2023

³⁸ Yusuf Yunan, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006), Hal. 17

Dakwah dalam islam adalah upaya untuk menyebarkan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain dengan maksud memberikan pemahaman, penjelasan, atau penyebaran ajaran Islam. Dakwah bertujuan untuk mengajak orang agar memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Sesuai dengan beberapa definisi tersebut, dakwah dapat dipahami sebagai usaha yang sengaja dan sukarela untuk mengajak serta menginspirasi orang lain agar melakukan perbuatan baik, dengan maksud untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap ajaran agama, tanpa memakai kekuatan, sesuai perintah Allah SWT dan ajaran Rasalullah SAW.

b. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam berdakwah juga perlu memperhatikan unsur-unsur yang tidak bisa ditinggalkan, karena semua unsur saling berhubungan. Kegiatan dakwah akan berhasil jika unsur-unsur berikut saling melengkapi, apabila unsur-unsur tersebut hadir dan saling melengkapi maka kegiatan dakwah akan semakin efektif dan berhasil mencapai tujuannya. unsur-unsur tersebut diantaranya:

a) Tujuan Dakwah (*Muqashid al-Dakwah*)

Menurut Wahidin Saputra, dakwah meliputi tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan langsungnya adalah memberikan pengetahuan dan mengakarkan pengabdian yang mendalam kepada Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari individu. Ini bertujuan untuk membentuk individu yang berakhlak mulia, keluarga yang kokoh, masyarakat yang tangguh, dan pada akhirnya, berkontribusi pada pembangunan negara yang sejahtera.

Tujuan jangka panjangnya adalah mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, dan diridhoi Allah. Tujuan dakwahnya utamanya bertujuan untuk kemaslahatan umat Islam,

kemudian barulah memandang perdamaian dunia.³⁹ Hal ini membuktikan bahwa Islam adalah agama yang *rahmatan lil 'alamin*, yang memiliki tujuan untuk membentuk bangsa yang sejahtera di masa depan. Adapun tujuan yang ditinjau dari segi materi dakwah mencakup :⁴⁰

- 1) Tujuan akidah, membangun keyakinan yang kokoh di dalam diri setiap individu;
- 2) Tujuan akhlak, membentuk individu Muslim yang memiliki akhlak yang mulia dan baik; dan
- 3) Tujuan Hukum, menciptakan individu yang patuh pada hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

Tujuan akhir proses dakwah, baik secara umum maupun khusus, adalah mencapai tujuan akhir umat manusia, yaitu mencapai kebahagiaan duniawi dan abadi.

b) Subyek Dakwah (*Da'i*)

Subjek dakwah ialah seseorang ataupun sekelompok orang yang aktif melakukan dakwah kepada masyarakat, menjadi sumber gagasan, karena itu, pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh keahlian, kecerdasan, bakat, dan sikap individu yang menyampaikannya. Dakwah yang menyesuaikan terhadap pola hidup umat tidak akan kehilangan relevansinya, namun sebaliknya, pesannya akan sesuai dengan sasaran dakwah.

Untuk menjadi seorang pelaku dakwah pengetahuan agama saja belum cukup. Selain keterampilan yang telah disebutkan sebelumnya, seperti memiliki pengetahuan yang

³⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011), Hal. 59.

⁴⁰ Masyhur, Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al Amin Press, 1997), Hal. 24-25

luas, kemahiran berbahasa yang baik, dan kemampuan untuk merancang serta menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, teks khotbah yang disampaikan juga harus memiliki nuansa modern dan menarik. Hal ini bertujuan agar khotbah tidak terdengar monoton, dan mampu memberikan wawasan tentang realitas masyarakat saat ini.⁴¹

c) Objek Dakwah (*Mad'u*)

Objek atau Sasaran dakwah adalah masyarakat atau individu yang menjadi penerima pesan yang disampaikan subjek dakwah. Masyarakat dengan segala kompleksitasnya harus dikaji dan dianalisis secara mendalam sebelum dapat dijadikan sasaran upaya dakwah. Sebab dakwah dengan kehadiran anak-anak akan memiliki cara penyajian yang berbeda dibandingkan dengan remaja atau orang tua. Diasumsikan bahwa metode dakwah yang sesuai untuk suatu kelompok atau masyarakat belum tentu dapat diterapkan dengan berhasil pada kelompok atau masyarakat lain.

d) Materi Dakwah (*Maddah al-Dakwah*)

Materi atau Isi dakwah merujuk pada pesan atau informasi yang disampaikan oleh khatib kepada umat. Sumber materi dakwah mencakup Al-Qur'an dan Hadis sebagai kitab suci agama, serta kisah-kisah perjuangan Nabi dan pengetahuan umum. Materi dakwah dibagi menjadi tiga pokok bahasan utama: iman (aqidah), hukum (syariah), dan akhlak (akhlaq). Ini berisi rangkuman menyeluruh dari seluruh ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam praktiknya, materi disajikan secara proporsional sesuai kebutuhan sasaran dakwah.

⁴¹ M. Rosyid, dkk, *Pengantar Ilmu dakwah* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), Hal. 37

e) Metode Dakwah (*Thariqoh al-Dakwah*)

Metode dakwah disini mencakup cara-cara ataupun strategi yang perlu dipunyai oleh pelaku dakwah dalam menjalankan kegiatan dakwahnya. Penggunaan metode yang tepat berpengaruh terhadap hasil yang didapatkan, demikian juga dengan usaha dakwah.

Metode dakwah merujuk pada metode yang digunakan ilmu dakwah untuk mengembangkan teori atau metode dalam memahami objek kajian di bidang dakwah. Tujuan ilmu dakwah adalah mengembangkan sebanyak-banyaknya teori yang berkaitan dengan kegiatan dakwah Islam. Sebagaimana yang menjadi rujukan metode dakwah dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.⁴² Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

⁴² <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 20 November 2023

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa terdapat tiga macam metode dakwah, antara lain : ⁴³

1. *Bi al-Hikmah*, yaitu metode dakwah yang dimaknai dengan kebijaksanaan (tindakan yang baik dan tepat). Dakwah harus menggunakan cara yang bijaksana dan damai, dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah, tanpa menimbulkan gangguan. atau membebani jiwa yang hendak menerima pesan dakwah tersebut.
2. *Mau'idzah hasanah*, yaitu metode dakwah dengan Ucapan yang baik mengacu pada nasehat, petunjuk, atau ajaran yang dapat dipahami dengan mudah. Jika dakwah dilakukan dengan kata-kata yang baik maka akan menarik simpati sasaran dakwah dan menyentuh hati mereka untuk mengikuti dan menerima risalah dakwah.
3. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, metode dakwah *mujadalah* yakni metode yang digunakan cara bertukar pikiran dan Jika ada pertanyaan atau keberatan dari obyek dakwah (*mad'u*), maka dijawab dengan baik tanpa memberikan tekanan yang dapat memberatkan sasaran dakwah.

Namun pada konteks ini kita juga bisa menggunakan metode *Uswatun Khasanah*, yaitu metode dakwah yang dijalankan melalui pemberian contoh langsung kepada *mad'u* terkait kebaikan. Pada Al-Qur'an surah Al-Aḥzāb ayat 21. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

⁴³ Ibid, Hal. 41

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ
وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا^{٤٤}

Artinya :

“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah.”

c. Jenis-Jenis Dakwah

Dakwah memiliki beragam jenisnya, terdapat tiga jenis bentuk dakwah yang dikenal, yaitu:⁴⁴

- a) Dakwah Tulis (*Da'wah bi Al-Qalām*) yakni, Dakwah yang dilakukan melalui tulisan, seperti di surat kabar, majalah, buku, dan internet, mempunyai kelebihan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan media lisan dan tidak memerlukan waktu tertentu dalam kegiatannya. Contoh dakwah tertulis seperti Al-Qalam meliputi artikel tentang Islam, tanya jawab hukum Islam, kolom dakwah, kolom pendidikan agama, dan lain-lain.
- b) Dakwah Tindakan (*Da'wah bi Al-Hāl*) yakni, Dakwah yang dilakukan melalui tindakan nyata seperti keteladanan. Misalnya dari amal yang dapat dipersepsikan masyarakat sebagai objek dakwah. Nabi berdakwah bi Al-Hal dengan membangun masjid Al-Quba saat pertama kali tiba di Madinah dan menyatukan kaum Ansar dan Muhajirin.
- c) Dan Dakwah Lisan (*Da'wah bi Al-Lisan*) yakni, Dakwah yang dilakukan melalui ceramah, seperti khutbah, diskusi, nasehat, dan lain-lain. Misalnya metode ceramah yang

⁴⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah 2009) Hal. 11.

dilakukan oleh para khatib, seperti ceramah di lingkungan pengajian, khutbah jumat di masjid, atau ceramah pendidikan.

Pedoman dasar strategi dakwah atau dakwah yang bertumpu pada potensi manusia dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu *al-athifi*, *al-aqly*, dan *al-hissi*. Masing-masing jenis tersebut memiliki cara, kegunaan, dan kekhasan tersendiri. Setelah mengkhususkan ketiga metode ini, penting untuk mempertimbangkan pentingnya metode-metode ini dan penerapannya secara umum terhadap metode dakwah secara keseluruhan, serta hubungannya dengan metode dakwah lainnya. Strategi dakwah dikelompokkan berdasarkan kegunaan dan spesialisasinya ke dalam tiga bentuk.

Al Bayanuni dalam buku M. Ali Aziz membagi strategi dakwah dalam tiga macam, yaitu.⁴⁵

1. Strategi Sentimentil (*al manhaj al-a'thifi*)

Strategi ini menitikberatkan pada aspek emosional dalam menyampaikan pesan dakwah. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi perasaan dan pemikiran audiens melalui bimbingan yang penuh dampak, persuasi yang lembut, atau tawaran bantuan yang luas. Jadi, karena struktur dakwah itu tidak nampak kecuali kita mengumpulkan cara-caranya dan bagaimana penerapannya. Cara-cara yang paling penting dalam penggunaan strategi sentimentil ialah melalui metode *Mau'idzah hasanah* (nasehat yang baik), dalam bentuk khitobah, Mengingat nikmat Allah dan bersyukur atas nikmat tersebut, Bercerita yang mengesankan atau kisah-kisah lembut yang menginspirasi. Lalu melalui metode atau cara yang jelas, penuh kasih sayang, dalam hal ini dakwah dapat disampaikan dengan kalimat yang baik dan

⁴⁵ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004). Hal. 301

berpengaruh serta menginspirasi. Penggunaan strategi sentimental dapat disesuaikan dengan keadaan ditengah masyarakat saat ini.⁴⁶

2. Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi ini memfokuskan pada aspek rasionalitas dalam berpikir. Teknik ini mendorong penerima dakwah untuk terlibat dalam proses berpikir kritis, introspeksi, dan perolehan pengetahuan. Argumentasi logis, diskusi, serta penyajian fakta dan kejadian sejarah adalah teknik yang efektif dalam menerapkan strategi rasional. Penggunaan strategi rasional dapat diterapkan ketika *mad'u* berada dalam keadaan ingkar secara dzohir maupun terhadap orang-orang yang melampaui pemikiran/rasionalitasnya.

3. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi Indrawi memiliki dua definisi. Pertama, mengacu pada aturan dakwah yang berpusat pada panca indera dan didasarkan pada berbagai pengamatan dan eksperimen. Kedua, mencakup kumpulan metode dakwah yang berpusat pada panca indera dan didasarkan pada berbagai observasi dan eksperimen. Pendekatan ini bisa juga disebut dengan strategi ilmiah. Dimaknai sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang menitikberatkan pada panca indera dan bertumpu pada hasil penelitian dan eksperimen. Metode yang dikumpulkan dalam strategi ini mencakup praktik keagamaan dan bimbingan moral. Oleh karena itu, kaidah dakwah hanya tampak melalui kumpulan strategi yang sesuai.

⁴⁶ <https://www.fikriamiruddin.com/2018/11/strategi-dakwah-al-bayanuni-dalam-kitab.html>
diakses pada 25 Maret 2024

Strategi Indrawi mencakup berbagai pendekatan komunikasi, dengan fokus pada kemampuan individu untuk berinteraksi. Sebagian ulama mengandalkan strategi Indrawi, sementara sebagian lagi menganggapnya murni (berdasarkan nalar dan fakta, bukan pendapat ulama). Pendekatan murni dipandang sebagai bagian dari kaidah dakwah, dan tidak ada strategi lain kecuali strategi Indrawi. Strategi ini bertujuan untuk memperkuat beberapa strategi yang digunakan oleh para ulama. Strategi Indrawi melibatkan aspek hati, akal, dan panca indera.⁴⁷

Al-Bayanuni menguraikan strategi dan metode secara kompleks dan terperinci yang harus diketahui seorang *da'i* sebelum terlibat aktif dengan *mad'u*. Tanpa pengetahuan mengenai strategi dan metode dakwah, maka dakwah yang disampaikan akan kurang efektif dalam menyampaikan pesannya dan mungkin terkesan tidak tepat sasaran, melenceng jauh dari target yang harus dicapai dalam dakwah tersebut. Strategi atau metode dakwah meliputi strategi pemilihan dan penerapan metode, penggunaan media atau sarana, serta mempertimbangkan potensi baik yang dimiliki oleh *da'i* maupun *mad'u*, memastikan tepat sasaran dan efektif sesuai kebutuhan.

Berdasarkan pengertian di atas, Strategi Dakwah ialah perencanaan atau langkah-langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu mendorong manusia untuk melakukan perbuatan baik dan menghindari perbuatan buruk, baik melalui lisan maupun tindakan, dengan kesadaran dan perencanaan sistematis. Dakwah sejatinya bertujuan untuk memberikan pengaruh positif kepada orang lain agar berubah menjadi lebih baik, merupakan suatu perbuatan atau perilaku yang sangat mulia, karena tidak hanya bermanfaat bagi individu *da'i* tetapi juga berdampak terhadap orang lain maupun kehidupan umat secara luas.

⁴⁷ <https://www.fikriamiruddin.com/2018/11/strategi-dakwah-al-bayanuni-dalam-kitab.html>
diakses pada 25 Maret 2024

Adanya kajian keislaman tentang ilmu dakwah, diharapkan kegiatan atau aktifitas dakwah ini dapat terlaksana secara efektif dan maksimal, tepat sasaran pada target yang dituju. Oleh karena itu, aktifitas atau kegiatan berdakwah ini tidak dapat dilakukan dengan asal-asalan dan apa adanya. Sebaliknya, hal tersebut harus benar-benar dikonsepsi, dipersiapkan, dan direncanakan secara menyeluruh. Selain itu, pemahaman mengenai langkah-langkah metode atau strategis perlu dipelajari dan dipertimbangkan. Dengan kata lain merancang strategi dalam berdakwah mencakup pertimbangan terhadap kondisi serta situasi yang akan dihadapi dimasa mendatang guna mencapai efektivitas atau tujuan yang diinginkan.

B. Dakwah Melalui Media Sosial Instagram

Dakwah dan media komunikasi memiliki keterkaitan yang erat, karena keduanya digunakan untuk menjangkau sasaran dakwah yang dapat berupa individu, massa, atau golongan tertentu. Terdapat berbagai jenis media, baik massa maupun non massa yang dapat digunakan dalam proses penyampaian dakwah sesuai dengan jumlah sasarannya.⁴⁸ Dalam era teknologi yang terus berkembang, muncul jenis media massa baru yang disebut *new media*, seperti *blog*, *website*, *video streaming*, *social media* dan media lainnya yang memungkinkan penggunaannya dapat berpartisipasi aktif dalam pembuatan dan penyebaran informasi dengan mudah kemana pun.

Media sosial adalah bentuk media baru atau perkembangan dari adanya internet. Sekarang ini, media sosial telah menjadi fenomena yang merajalela dan meresap dalam kehidupan sehari-hari.⁴⁹ Media sosial merujuk pada *platform-platform* berbasis internet yang memfasilitasi partisipasi, pertukaran informasi, dan pembuatan konten oleh pengguna. Jenis *platform* ini mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi, serta dunia virtual. Dengan menggunakan teknologi internet, media sosial

⁴⁸ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986), Hal. 12.

⁴⁹ Eko Sumadi, *DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL : Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi*, At-Tabsyir : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2016, Hal 174.

dirancang untuk mempermudah interaksi sosial yang interaktif dan mengubah cara penyebaran informasi dari media broadcast monologik ke media sosial dialogue, sehingga komunikasi menjadi dialog interaktif yang lebih efektif.

Media sosial mencakup beragam jenis media, termasuk forum online, blog, wiki, podcast, gambar atau foto, video, dan bookmark sosial. Selama era revolusi media sosial, *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya telah menjadi sangat populer untuk berkomunikasi baik dengan individu maupun kelompok. Sebagian besar orang khususnya anak-anak hingga remaja, kebanyakan dari mereka terhubung ke media sosial supaya dapat terhubung dengan teman-teman sebaya mereka. Media sosial digunakan untuk interaksi sosial yang lebih luas, lebih dari pada sekedar komunikasi sosial.⁵⁰

Kemudahan penggunaan dan aksesibilitas *platform* media sosial memungkinkan siapa pun dengan mudah memanfaatkannya untuk mencari, memperoleh, dan memanfaatkan berbagai bentuk informasi dalam ranah komunikasi bebas. Media sosial sebagai media yang fleksibel dalam mengolah dan menyebarkan informasi, dapat digunakan oleh penggunanya tanpa adanya segmentasi atau hambatan baik dari segi status sosial, ekonomi, politik, maupun status kemasyarakatan. Perkembangan media sosial telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat untuk mengakses informasi. Salah satu yang sangat populer saat ini adalah Instagram.

Sebagai *platform* media sosial populer di Indonesia, Instagram diciptakan dengan sedemikian rupa untuk memfasilitasi tampilan konten berupa foto dan video yang disertai dengan deskripsi. Mengutip data survei dari *We are Social*, Instagram menempati posisi ke 4 media sosial paling

⁵⁰ Dian Nurvita. S dan Abdul basit, *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*, PERSEPSI: Communication Journal, Vol. 3 No. 1 (2020) Hal. 23-36

aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia setelah WhatsApp.⁵¹ Selain itu, Instagram juga amat populer di kalangan remaja masa kini. Instagram bisa digunakan sebagai sarana dakwah dengan target audiens remaja hingga dewasa, karena di sana kita bisa membagikan pesan-pesan dakwah melalui foto atau video. Dengan cara ini, para pengikut kita bisa melihat dan mendengarkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui Instagram.

Kevin Systrom dan Mike Krieger mendirikan Instagram dan meluncurkannya pada bulan Oktober tahun 2010. Mulanya, aplikasi ini hanya dapat digunakan oleh pengguna *iOS*, namun kemudian dikembangkan untuk *platform* Android dan *Windows Phone*. *Instagram* tumbuh pesat dan menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling populer di seluruh dunia. Pada tahun 2012, Facebook membeli Instagram seharga sekitar \$1 miliar. Instagram terbilang media sosial yang sangat sukses karena dalam peluncurannya tidak memanfaatkan iklan, hanya dengan mengandalkan *viral marketing* akan tetapi berhasil menarik 25 ribu pengguna di hari pertama. Aplikasi ini sangat digemari banyak kalangan mulai dari dewasa, remaja hingga anak-anak sekalipun.⁵² Sejak saat itu, Instagram terus berkembang dengan menambahkan berbagai fitur baru seperti *Stories*, *IGTV*, dan alat berbagi kreatif lainnya.

Dalam teori komunikasi yang disebut Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa dan disampaikan kepada khalayak luas atau masyarakat umum. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa memiliki karakteristik yang umum, tidak hanya ditujukan kepada satu orang atau beberapa orang, dan tidak memiliki karakteristik pribadi. Komunikasi massa memiliki karakteristik

⁵¹ <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia> di akses pada 9 oktober 2023

⁵² <https://buzzup.id/sejarah-instagram/> diakses pada 7 oktober 2023

seperti komunikator yang terlembaga, pesan yang disampaikan memiliki sifat yang umum, dan proses penyebaran pesan berlangsung cepat dan luas.

Dalam komunikasi massa, pesan dapat disampaikan melalui berbagai jenis media, seperti surat kabar, internet, radio, televisi, buku, majalah, dan lain-lain. Komunikator dalam komunikasi massa dapat bekerja dalam suatu organisasi dan mengirimkan pesan kepada khalayak luas secara konsisten dalam jangka waktu tertentu, misalnya mingguan atau bulanan.⁵³

Adapun Fitur-Fitur yang tersedia pada Instagram;

- a. *Home Page* : *Home Page* adalah halaman utama dari *platform* Instagram yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna.
- b. Berbagi Foto dan Video : Fitur utama Instagram adalah kemampuan untuk mengunggah foto dan video ke akun pengguna.
- c. *Stories* : *Stories* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto atau video pendek yang akan hilang dalam waktu 24 jam setelah diunggah. Instagram *Stories* diluncurkan pada Agustus 2016. Instagram *Stories* memungkinkan pengguna mengambil foto, menambahkan efek, dan membagikannya di feed dan Instagram *Stories* mereka. Fitur ini sangat populer dan digunakan untuk berbagai tujuan kreatif.
- d. *Reels*, adalah video pendek dengan orientasi layar vertikal berdurasi maksimal 3 menit, yang dapat diedit seperti penambahan filter, efek, teks, atau suara, sebelum di upload di Instagram.
- e. *Direct Messaging* : Pengguna dapat mengirimkan pesan pribadi kepada orang lain melalui fitur *Direct Messaging* (DM). Selain itu, terdapat fitur permintaan jika akun-akun tersebut tidak saling mem-follow.

⁵³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), Hal. 71

- f. *Explore* : *Explore* adalah tempat di mana pengguna dapat menemukan konten populer dan akun-akun yang mungkin menarik bagi mereka berdasarkan minat mereka.
- g. *Hashtags* : Pengguna dapat menambahkan *hashtag* ke postingan mereka untuk memungkinkan orang lain menemukan konten mereka berdasarkan kategori atau topik tertentu.
- h. *Live Video* : *Instagram* memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung (*live*) di mana mereka dapat berinteraksi dengan pengikut mereka secara *real-time*.
- i. Fitur Kreatif : *Instagram* menyediakan berbagai alat kreatif seperti filter, *sticker*, dan teks yang dapat ditambahkan ke foto dan video.
- j. Interaksi Sosial : Sebagai layanan jejaring sosial, *Instagram* menyediakan fitur like dan komentar pada setiap foto atau video yang diunggah. Caranya dengan mengklik ikon gelembung komentar di bawah foto, lalu menuliskan pesan dan pendapat tentang konten tersebut pada kotak yang tersedia, dan terakhir mengklik tombol kirim atau kirim.
- k. *Caption* : *Caption* pada *instagram* berfungsi layaknya deskripsi, pada fitur ini lah pengguna dapat memberikan penjelasan sepatah dua kata mengenai konten yang diunggah.
- l. *Location* : Fitur ini dapat menampilkan lokasi pengguna saat mengambil foto ataupun video.

Instagram terus berinovasi dan mengembangkan fitur-fitur baru untuk memenuhi kebutuhan penggunanya, menjadikannya salah satu *platform* media sosial yang sangat populer di seluruh dunia. Dari uraian tersebut dapat ditarik simpulan bahwasanya *Instagram* adalah aplikasi media sosial yang menjadikan orang bisa berinteraksi secara online dengan berbagi foto atau video yang diunggah melalui akun mereka dan menyebarkannya ke seluruh dunia. Selain itu, *Instagram* juga dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti bisnis dan sebagai media

dakwah, sama halnya yang dilakukan oleh Komunitas Sempetin Ngaji dalam akun Instagramnya yaitu @Sempetinngaji_.

C. Motivasi Membaca Al-Qur'an

1. Pengertian Motivasi

Istilah "motivasi" memiliki asal dari kata Latin "*movore*" yang berarti tindakan menggerakkan atau memberikan dorongan untuk bergerak. Dalam bahasa Inggris, kata "motivasi" berasal dari istilah "*motive*", yang merujuk pada kekuatan atau alasan yang mendorong. Dalam bahasa Indonesia, motivasi memiliki asal dari kata "motif" yang mengacu pada kekuatan intrinsik individu yang mendorongnya untuk menjalankan suatu tindakan.⁵⁴

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), motivasi dapat diartikan sebagai dorongan yang timbul, baik sadar maupun tidak sadar, dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Selain itu, motivasi juga dapat berupa upaya yang mendorong individu atau kelompok untuk melakukan suatu tindakan untuk mencapai kepuasan atau tujuan yang diinginkan.⁵⁵

Dalam beberapa pendapat pakar, motivasi dapat didefinisikan sebagai berikut:⁵⁶

- a. Abraham Maslow menyampaikan pendapatnya bahwa Motivasi, yakni sesuatu yang bersifat konstan (tetap) dan tidak berubah-ubah serta memiliki kompleksitas yang tinggi. Hal ini umumnya menjadi ciri khas pada setiap aktivitas organisme.
- b. Fredrick J. Mc Donal mendefinisikan Motivasi sebagai transformasi energi dalam individu yang dicirikan oleh emosi dan respons untuk mencapai sebuah target.

⁵⁴ Muhfizar, dkk., *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021). Hal. 117.

⁵⁵ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/motivasi> diakses pada 9 oktober 2023

⁵⁶ Muhfizar, dkk., *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021). Hal. 118

- c. A.W Bernard memiliki pandangan bahwasanya Motivasi adalah fenomena yang terlibat dalam menginspirasi tindakan menuju tujuan tertentu yang sebelumnya kurang aktif atau tidak ada tindakan menuju tujuan-tujuan tersebut. Motivasi melibatkan upaya untuk meningkatkan maupun mengarahkan pergerakan menuju pencapaian tujuan tertentu.
- d. T. Hani Handoko juga mengemukakan pendapatnya mengenai motivasi, bahwa Motivasi adalah kondisi individu yang mendorong keinginan untuk melaksanakan aktivitas khusus demi mencapai suatu tujuan.
- e. A.A. Anwar Prabu Mangkunegara mengemukakan pendapat bahwa Motivasi ialah suatu kondisi yang mempengaruhi untuk memunculkan, mengarahkan, dan menjaga perilaku yang berkaitan dengan lingkungan kerja.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli, motivasi dapat disimpulkan sebagai dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan demi tercapainya tujuan. Proses psikologis ini menjelaskan perilaku seseorang, yang pada dasarnya adalah orientasi pada tujuan. Perilaku seseorang dirancang untuk mencapai tujuan, dan untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan interaksi dari beberapa unsur.

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan, yang dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan seperti keinginan, tingkah laku, tujuan, dan umpan balik. Dalam kaitannya dengan tingkah laku, motivasi dapat dikategorikan menjadi dua jenis: pertama, seseorang akan termotivasi jika dapat mempertahankan rasa senangnya, dan kedua, jika seseorang yakin

mampu menghadapi tantangan, maka biasanya orang tersebut akan terdorong untuk melakukan kegiatan tersebut.⁵⁷

2. Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan wahyu dari Allah SWT yang diturunkan kepada Rasul-Nya, Nabi Muhammad SA melalui malaikat Jibril AS, dan dianggap sebagai ibadah bagi yang membacanya.⁵⁸ Al-Qur'an diturunkan Allah kepada umat manusia sebagai pedoman dalam berbagai aspek kehidupan. Kedudukan Al-Qur'an sebagai pedoman hidup ummat islam, menjadikan Al-Qur'an untuk senantiasa dipelajari, dipahami, serta diamalkan didalam kehidupan sehari-hari.

Al-Qur'an secara harfiah berarti "bacaan sempurna", yang merupakan bacaan yang sempurna bagi umat Islam. Untuk membaca Al-Qur'an, terdapat aturan tertentu.⁵⁹ Ini melibatkan pengenalan huruf-huruf, pemahaman dimensi seperti pendek, panjang, dan tebalnya, serta studi dan pengajaran tentang ketentuan makharijul huruf dengan cermat dan sungguh-sungguh. Mempelajari Al-Qur'an membutuhkan usaha untuk mengembangkan keterampilan membaca, menerjemahkan, dan memahami isinya, yang mencakup aturan dan petunjuk yang terkandung di dalamnya. Ketika seseorang dengan sungguh-sungguh memahami dan mengajarkan Al-Qur'an, mereka akan merasakan manfaatnya, seperti kedamaian, ketenangan hati dan pikiran, serta potensi syafaat di akhirat. Hal tersebut menjadikan ummat islam dianjurkan untuk mempelajari Al-Qur'an sebaiknya sedini mungkin.

Membaca Al-Qur'an memiliki keutamaan yang luar biasa, berupa nilai-nilai kebaikan bagi para ummat yang mau belajar dan memahaminya, dalam riwayat hadits Rasulullah bersabda yang artinya, "*Siapa yang membaca satu huruf dari Kitab Allah (Al-Qur`an)*

⁵⁷ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), Hal. 4

⁵⁸ Muhammad Yasir dan Ade Jamaruddin, *Studi Al-Qur'an*, (Pekanbaru: Asa Ria (CV. Asa Riau), 2016), Hal. 9

⁵⁹ Ibid.

maka baginya satu pahala kebaikan, dan satu pahala kebaikan akan dilipatgandakan menjadi sepuluh kali lipat, aku tidak mengatakan bahwa alif lām mīm itu satu huruf, akan tetapi alif satu huruf, lām satu huruf, dan mīm satu huruf.” (HR. Tirmizi)⁶⁰

Dengan mengacu pada pandangan beberapa pakar di atas mengenai makna motivasi, dapat ditarik simpulan bahwasanya motivasi mengacu pada dorongan internal yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan demi mencapai suatu tujuan. Sementara itu, Motivasi membaca Al-Qur'an adalah dorongan atau keinginan dalam diri individu untuk membaca, memahami, dan mengamalkan isi Al-Qur'an. Motivasi ini bisa berasal dari berbagai faktor, termasuk keyakinan, keagamaan, keinginan untuk mendapatkan petunjuk dan bimbingan dari Al-Qur'an, serta tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Motivasi membaca Al-Qur'an dapat bervariasi dari individu ke individu. Beberapa mungkin merasa terinspirasi untuk membaca setiap hari sebagai bagian dari praktik agama mereka, sementara yang lain memotivasi diri mereka untuk membaca Al-Qur'an saat mereka mencari petunjuk atau solusi untuk masalah dalam hidup mereka. Motivasi ini juga dapat muncul dari lingkungan, seperti keluarga atau komunitas yang mendukung dan mendorong membaca Al-Qur'an. Pentingnya motivasi membaca Al-Qur'an, yakni membantu individu untuk mendalami ajaran Islam, memperkuat iman, dan memperbaiki kualitas hidup spiritual mereka. Ini adalah praktik penting dalam Islam dan dapat memberikan manfaat yang mendalam bagi individu yang melakukannya.

⁶⁰ <https://hadeethenc.com/id/browse/hadith/6275> diakses pada tanggal 5 oktober 2023.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, dimana peneliti memberikan gambaran terhadap subjek dan objek penelitian dan mengelola serta menganalisis data secara kualitatif. Metode penelitian digunakan sebagai suatu strategi untuk memudahkan peneliti dalam merencanakan, mengelola dan mencapai tujuan secara akurat, faktual, dan sistematis terkait fakta dan sifat-sifat dari objek penelitian. Selain itu juga bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisa, dan menginterpretasikan. Pada penelitian jenis ini akan terlihat gambaran yang terjadi mengenai suatu fenomena sosial. Dalam hal ini ialah pendeskripsian mengenai strategi dakwah yang dilakukan pada akun @sempetinnngaji_.

B. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Dalam melaksanakan sebuah penelitian, tentunya diperlukan sebuah objek dan subjek penelitian. Menurut Sugiyono, objek penelitian dapat diartikan sebagai subjek penyelidikan yang dapat berupa orang, benda, atau kegiatan. Objek penelitian ini dipilih oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel tertentu yang ingin dipelajari dan dianalisis guna membentuk kesimpulan.⁶¹ Penulis menentukan bahwa yang akan menjadi objek pada penelitian ini yaitu Strategi dakwah pada akun Instagram @sempetinnngaji_.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2018)

2. Subjek Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie, subjek adalah suatu bagian atau anggota dalam suatu sampel.⁶² Subyek penelitian adalah pihak yang dijadikan sumber informasi atau data dari suatu penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah konten instagram pada akun @sempetinngaji_ periode periode Februari 2023 – Februari 2024.

C. Jenis Data

Dua sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari lokasi tertentu. Istilah ini juga sering disebut sebagai data baru atau asli.⁶³ Dalam penelitian ini sumber data primer meliputi transkrip hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Umumnya, informasi ini diperoleh dari perpustakaan, penelitian terdahulu seperti buku, jurnal, atau internet. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari profil akun Sempetin Ngaji.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sekumpulan fakta dan data yang tersimpan. Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan dokumentasi data sebelumnya. Detailnya, bahan dokumenter dibagi atas berbagai jenis, yaitu flasdisk dan data di server, catatan harian atau buku, surat-surat pribadi, otobiografi, klipping, dokumen

⁶² Sekaran dkk, Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017)

⁶³ Iqbal M. Hasan. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004). Hal. 19.

pemerintah atau swasta, data dari *website* dan lain-lain. Penulis menggunakan unggahan pada akun @sempetinningaji_ periode Februari 2023 – Februari 2024 untuk dijadikan sebagai bahan data yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah interaksi dialogis yang disengaja yang dilakukan dengan tujuan tertentu, melibatkan dua partisipan: pewawancara yang bertanya dan orang yang diwawancarai yang memberikan tanggapan. Wawancara penelitian dibagi menjadi dua jenis utama: terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah dialog yang sistematis dengan menggunakan panduan wawancara tertulis yang berisi serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya untuk diajukan kepada responden. Wawancara terstruktur mengikuti alur pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya tanpa kemungkinan perubahan, sementara wawancara tidak terstruktur memberikan fleksibilitas dan keterbukaan yang lebih besar karena tidak ada panduan yang telah ditetapkan.⁶⁴

Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Oleh karena itu, penulis membuat alat penelitian berupa pertanyaan tertulis. Selain itu, penulis menerapkan pedoman wawancara tidak terstruktur, di mana dia menggunakan satu atau dua pertanyaan utama yang timbul secara spontan selama proses penelitian. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi tambahan yang mungkin belum disadari oleh penulis sebelumnya.

Proses wawancara ini dilakukan guna mengetahui bagaimana strategi dakwah akun instagram @sempetinningaji_. Untuk keperluan dalam proses pemecahan masalah, peneliti melakukan wawancara dengan *founder* komunitas Sempetin Ngaji sekaligus pengagas akun

⁶⁴ Ibid.

instagram @sempetinngaji_, yakni Abdul Rasul Amin secara online melalui WhatsApp dan *Zoom Meeting*.

3. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan informasi yang digunakan untuk menarik kesimpulan. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengamati beberapa postingan akun Instagram @sempetinngaji_ pada bulan Februari 2023 hingga Februari 2024.

4. Studi Kepustakaan

Demi meningkatkan kualitas dan keselarasan penelitian ini dengan tujuannya, peneliti berusaha dengan keras untuk mengumpulkan referensi yang komprehensif melalui buku, jurnal, literatur, penelitian terdahulu, dan juga mengutip data-data dari sumber lain seperti internet yang sangat mendukung penelitian serta memperoleh pengetahuan tentang masalah yang diteliti, untuk melengkapi data yang sudah ada yang kemudian di tuangkan kedalam kerangka pemikiran secara teoritis.

E. Metode Analisis Data

Setelah data yang diperlukan untuk penelitian terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan proses analisis data. Data yang diperoleh akan menjalani analisis deskriptif yang mencakup pengorganisasian dan pelaporan data. Setelah itu, data akan diurutkan berdasarkan topik diskusi dan pada akhirnya akan digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan. Proses analisis data melibatkan langkah-langkah:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data lapangan yang telah tercatat, dilakukan pada tahap pengumpulan data dengan tujuan memisahkan informasi yang relevan.⁶⁵ Teknik reduksi data digunakan dalam penelitian untuk mempermudah

⁶⁵ Ibid, Hal. 165

pemilihan dan penggunaan data, dimana hasilnya berupa informasi atau media visual yang akan dipilah menjadi data penting dan pendukung.

2. Penyajian data

Langkah selanjutnya menampilkan data yang sudah melalui proses reduksi. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dalam bentuk deskripsi singkat, bagan, korelasi antar kategori, dan sejenisnya. *Narrative text* merupakan teks yang sering digunakan untuk menyajikan data penelitian kualitatif.⁶⁶ Dalam penelitian ini menggunakan teks naratif berupa uraian singkat yang mudah untuk dipahami. Sehingga setelah dikumpulkan, diolah, dan dibedakan sesuai porsinya kemudian dipersiapkan untuk dipaparkan.

3. Penarikan kesimpulan

Tahap ketiga dalam penelitian data kualitatif melibatkan membuat kesimpulan dan memverifikasi hasilnya, dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan sejak awal. Proses analisis yang sistematis diperlukan untuk mengembangkan teori dan membuat kesimpulan secara berangsur-angsur.

⁶⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta, 2018). Hal. 341

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Profil Akun Instagram @sempetinngaji_



Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram @sempetinngaji_

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Memiliki *tagline* “*bantu kamu lebih dekat dengan Qur’an*”. Kalimat tersebut adalah kutipan yang dapat kita lihat pada bio Instagram Akun Sempetin Ngaji. Sedikit gambaran mengenai apa itu Sempetin Ngaji, Sempetin Ngaji merupakan salah satu akun dakwah Instagram yang dibuat atas dasar inisiatif Ustadz Abdul Rasul Amin, seorang Imam Muda Masjid Amerika asal Makassar, Sulawesi Selatan yang mengalami terbatasnya ruang gerak untuk mengajar saat Pandemi Covid-19 2021 lalu. Ustadz Rasul merasa gelisah dan memutar otak untuk mencari jalan keluar lain agar tetap bisa mengajarkan mengaji walaupun dari rumah saja, hingga terciptalah akun @sempetinngaji_ ini.

Ustadz Rasul sendiri yang pada mulanya terjun ke sosial media dengan memanfaatkan fitur live Instagram untuk mencari target partisipan, yang awalnya lima orang hingga saat ini bisa mencapai ratusan hingga ribuan. Meskipun pada awalnya Ustadz Rasul merupakan sosok yang pemalu, tapi jiwa mengajar yang sangat kuat mendorong Ustadz Rasul mengabaikan rasa malunya untuk mengajar mengaji di sosial media. Akun ini dibuat dengan nama akun @sempetinngaji_ dengan harapan adanya akun ini dapat mengajak para pengguna media

sosial, khususnya instagram untuk bisa lebih mengenal, lebih dekat dan lebih semangat dalam mempelajari Al-Qur'an.⁶⁷

Sempetin Ngaji adalah sebuah komunitas yang berkomitmen dalam memfasilitasi dan mendorong kegiatan belajar ngaji bersama. Platform Sempetin Ngaji menggabungkan teknologi dan nilai-nilai keagamaan untuk memberikan pengalaman belajar ngaji yang menyenangkan, interaktif, dan terjangkau bagi anggotanya. Komunitas ini aktif dalam memberikan pelajaran membaca Al-Qur'an melalui kelas gratis dan berbayar, serta menyediakan mentor pribadi bagi setiap individu.⁶⁸

Instagram @sempetinningaji_ mulai aktif mengunggah konten untuk pertama kalinya di bulan Agustus 2021 lalu. Sejak dibuatnya akun sempetin ngaji di Instagram hingga saat ini telah mengunggah 237 konten dakwah mengenai pembelajaran Al-Qur'an dan hukum-hukum tajwid sebagai bagian dari upaya menyebarkan pesan dakwahnya yang terdiri dari konten baik postingan *feeds* maupun instagram *reels*. Hingga saat ini akun @sempetinningaji_ telah memiliki 236.000 pengikut di instagram. Setiap konten yang diunggah di Instagram rata-rata memiliki ribuan sampai jutaan viewers.

Pesan yang paling dominan dalam akun @sempetinningaji_ yakni mengajak *followers* nya untuk sempatkan mengaji di setiap hari nya, pesan tersebut juga disematkan dalam *bio* instagram @sempetinningaji_.⁶⁹ Sebagaimana hadits Rasulullah SAW "*Bacalah Al-Qur`ān, karena dia akan datang pada hari kiamat memberikan syafaat kepada para pembacanya.*"⁷⁰ Nabi SAW menganjurkan umatnya untuk membaca Al-Qur'an. Karena kelak jika datangnya hari kiamat Allah nantinya Al-Qur'an akan menjadi penolong bagi mereka yang membacanya dengan

⁶⁷ Abdul Rasul Amin, *Founder Sempetin Ngaji*, Wawancara Online, 1 Februari 2024

⁶⁸ <https://sempetinningaji.com/> diakses pada tanggal 10 Januari 2024

⁶⁹ <https://www.instagram.com/sempetinningaji/> diakses pada tanggal 28 Januari 2024

⁷⁰ <https://hadeethenc.com/id/browse/hadith/5383/> diakses pada tanggal 28 Januari 2024

tekun, mengabdikan diri pada kitab suci tersebut, serta taat terhadap segala perintah dan larangannya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan sebagai media dalam berdakwah dengan tingginya pengguna *platform* tersebut, serta fitur-fitur yang beragam sehingga dapat menarik target dakwah di Instagram. Namun dibalik itu semua, tantangan yang harus dihadapi juga tidaklah mudah, salah satu tantangan dalam berdakwah di Instagram yakni memastikan konten-konten tersebut tetap sesuai dengan ajaran agama dan tidak terpengaruh oleh konten negatif di *platform* tersebut.

B. Visi dan Misi Akun Instagram @sempetinggaji_

a. Visi Akun Instagram @sempetinggaji_

Untuk menjadi wasilah bagi siapa saja yang ingin lebih mengenal dan mempelajari lebih dalam tentang Al-Qur'an.⁷¹

b. Misi Akun Instagram @sempetinggaji_

Memfasilitasi dan mendorong kegiatan mengaji online secara bersama-sama.⁷²

C. Struktur Kepengurusan Sempetin Ngaji

Tabel 4. 1 Struktur Kepengurusan Sempetin Ngaji

No.	Nama	Jabatan
1.	Ustadz Abdul Rasul Amin	<i>Founder</i> Sempetin Ngaji
2.	Ustadz Farhan Makmur	Mentor Sempetin Ngaji
3.	Ustadzah Hasmiyati	Mentor Sempetin Ngaji
4.	Ustadz Yusril Tendeng	Mentor Sempetin Ngaji
5.	Ustadz Zainul	Mentor Sempetin Ngaji

(Sumber : Sempetinngaji.com)

⁷¹ <https://sempetinngaji.com/> diakses pada tanggal 10 Januari 2024

⁷² <https://sempetinngaji.com/> diakses pada tanggal 10 Januari 2024

D. Program dan Kegiatan Sempetin Ngaji

a. Free Class @sempetinngaji_

Program Free Class @sempetinngaji_ merupakan program ngaji mingguan yang diadakan setiap hari kamis malam yang dapat diakses oleh siapapun secara gratis melalui zoom meeting atau *google meet*. Program Free Class ini telah berjalan kurang lebih 2 tahun, dengan antusiasme yang tinggi dari para peserta mengaji online Sempetin Ngaji. Dalam kelas tersebut biasanya akan dipimpin oleh seorang Ustadz atau Pengurus Sempetin Ngaji sebagai pengisi materi. Dengan durasi waktu setengah sampai satu jam.

b. Class Special Ramadhan

Program tadarrus Qur'an bersama Ustadz @sempetinngaji_ setiap pagi di bulan Ramadhan. Tidak banyak adanya perbedaan dengan program Free Class Sempetin Ngaji, Class Special Ramadhan dilakukan pada bulan ramadhan setiap harinya setelah waktu sholat subuh yang dapat diakses oleh siapapun melalui *zoom meeting* dan *google meet*. Program ini juga sesekali menghadirkan atau berkolaborasi dengan beberapa influencer yang mumpuni di bidang tersebut.

E. Isi Konten Instagram Akun @sempetinngaji_

Konten dalam akun @sempetinngaji_ memiliki 2 bentuk yaitu berupa postingan foto dan video instagram atau *reels*. Konten yang terposting di akun instagram tersebut biasanya berisi video pembelajaran Al-Qur'an singkat berdurasi 30 sampai 60 detik. Tidak hanya video pembelajaran, pada akun instagram ini juga terdapat konten informasi, ajakan, dan pengingat (*remainder*), seperti ajakan untuk mengikuti kelas belajar mengaji, postingan mengenai hari besar islam, dan lain-lain. Keseluruhan konten instagram akun @sempetinngaji_ di

dominasi oleh *reels* pembelajaran Al-Qur'an yang merupakan tujuan utama dari akun tersebut.⁷³

a. Foto

Akun Instagram Sempetin Ngaji tergolong unik apabila dibandingkan dengan akun dakwah lainnya, keunikan sendiri dapat dilihat dari segi desain visual, typografi, dan penggunaan kata yang menarik sehingga pesan dakwah didalamnya tidak terkesan monoton.



Gambar 4. 2 Postingan Foto akun @sempetinngaji_

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

b. Video

Akun Instagram Sempetin Ngaji juga memiliki unggahan dalam bentuk video *reels* yang banyak diminati oleh pengguna instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti pada 2 Februari 2024, jumlah views pada beberapa unggahan di akun tersebut mencapai lebih dari 1 juta *views*.

⁷³ <https://www.instagram.com/sempetinngaji/> / diakses pada tanggal 28 Januari 2024



Gambar 4. 3 Postingan Reels akun @sempetinningaji_

(Sumber : Akun Instagram @sempetinningaji_)

F. Strategi Dakwah Akun @Sempetinningaji_

Dakwah dan komunikasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bagi umat muslim, dakwah merupakan kewajiban yang bertujuan untuk mengajak sesama muslim lainnya menuju kepada kebaikan. Berbagai cara dan metode dapat digunakan untuk berdakwah, tergantung pada tujuan dan sasaran dakwah yang ingin dicapai. Kesan dakwah formal saat ini tidak lagi menjadi patokan bagi para *da'i*. Berdakwah tidak harus dilakukan melalui ceramah, pidato, atau khutbah di atas mimbar, tetapi juga dapat dilakukan dengan obrolan santai dengan *mad'u* yang menjadi sasaran dakwah.

Menjalankan tugas dakwah adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh setiap individu Muslim yang telah mencapai usia dewasa dan memiliki akal sehat, baik itu laki-laki maupun perempuan, semuanya memiliki kewajiban untuk melakukan dakwah. Setiap individu umat Islam dianggap sebagai mata rantai dalam mata rantai tugas Nabi Muhammad SAW untuk menyampaikan dakwah. Melalui akun Instagram @sempetinningaji_, para pengurus komunitas Sempetin Ngaji menerapkan strategi dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah kepada sasaran dakwah mereka.

Strategi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @sempetinngaji_ adalah dengan menyajikan konten pembelajaran, informasi, ajakan, dan motivasi seputar fadhilah Al-Qur'an melalui foto dan video berdurasi 30 sampai 60 detik. Konten dakwah yang terposting dalam akun @sempetinngaji menerapkan strategi dakwah sentimentil, rasional dan indrawi. Dalam bab ini akan diuraikan dengan detail berbagai strategi dakwah yang dikenali dari hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis. Tema yang dibahas disini akan menjelaskan hasil observasi penulis terhadap akun instagram @sempetinngaji_ dalam menerapkan ketiga strategi dakwah tersebut melalui Instagram. Penulis akan coba menjabarkan tiga strategi dakwah tersebut.

1) Strategi Sentimentil

Strategi sentimentil adalah strategi dakwah yang berfokus pada aspek emosional dan mempengaruhi hati serta batin *mad'u* dengan nasihat yang penuh kesan, memanggil penuh kelembutan, atau memberikan pelayanan yang sungguh-sungguh.⁷⁴ Strategi ini dapat diaplikasikan melalui ceramah-ceramah atau konten dakwah yang diunggah di media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada media sosial tersebut.


Para *Da'i* memanfaatkan beragamnya fitur di Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah mereka ke target sasaran dakwahnya. Sempetin Ngaji memilih Instagram sebagai media dalam berdakwah, karena Instagram dapat menjangkau lebih banyak kalangan anak muda, hal tersebut selaras dengan visi dan misi dari Sempetin Ngaji. Tujuannya agar para *followersnya* dapat menerima ilmu dan meningkatkan motivasi belajar Qur'an.

⁷⁴ M. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004). Hlm. 301

Tabel 4. 2 Strategi Sentimentil Pada Postingan Akun @sempetinngaji_

No	Foto	Keterangan
1.		<p>Tanggal Unggah : 30 Januari 2024</p> <p>Like : 98</p> <p>Komentar : 1</p> <p>Keterangan : Postingan foto yang berisikan tentang fadhilah Qur'an dengan tema "Empat janji Allah di dalam Al-Qur'an", dalam postingan ini memiliki 8 slide foto, pada setiap slide fotonya berisikan terjemahan ayat yang <i>relevan</i> dengan tema konten tersebut.</p> <p>Fitur: Sempetin ngaji memanfaatkan fitur slide foto untuk menampilkan beberapa foto dalam satu postingan, hal ini dapat memudahkan pengguna untuk mengunggah konten yang lebih komprehensif dan menarik, seperti foto-foto yang terkait dengan satu tema tertentu. Setiap foto yang dipilih dapat diatur secara berurutan dan dapat diberikan keterangan atau kesan yang sesuai.</p> <p>Lalu sempetin ngaji juga memanfaatkan fitur <i>caption</i></p>

		<p>instagram untuk menambahkan teks singkat atau keterangan pada postingan tersebut, hal ini bertujuan untuk menjelaskan pesan yang ditampilkan dalam konten tersebut.</p> <p>Dalam postingan ini tidak ada interaksi dari antara pemegang akun sempetin ngaji dengan audiens dalam kolom komentar.</p>
2.	 <p>The screenshot shows an Instagram Reel interface. On the left, a video of a man with dark hair speaking. On the right, a list of comments from users like 'ama_bayram', 'deyy_ummahisyam', 'utamyutamy90260', and 'nenengparsa'. The post is dated 3 Maret 2023.</p>	<p>Tanggal Unggah : 3 Maret 2023 Viewers : 40 ribu Like : (tidak terlihat) Komentar : 28 Keterangan : Postingan Instagram Reels yang berisikan doa Sayyidul Istighfar, dalam konten ini Ustadz Rasul menjelaskan melalui video mengenai fadhilah dan keutamaan dari doa tersebut.</p> <p>Fitur : Dalam postingan reels ini sempetin ngaji memanfaatkan fitur musik sebagai <i>backsound</i> dari video tersebut. fitur ini berguna membuat konten reels lebih menarik dan interaktif.</p> <p>Sempetin Ngaji juga menggunakan fitur teks dalam</p>

		<p>konten reels tersebut sehingga memudahkan audiens untuk menangkap poin penting yang ingin disampaikan di dalam konten tersebut.</p> <p>Pada postingan ini Sempetin Ngaji mengaktifkan fitur sembunyikan like, fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyembunyikan jumlah like pada konten mereka. Ini adalah fitur yang dapat diaktifkan oleh pengguna sendiri, dan akan menghilangkan jumlah like yang terlihat pada konten mereka.</p> <p>Dalam postingan ini tidak ada interaksi dari antara pemegang akun sempetin ngaji dengan audiens dalam kolom komentar.</p>
--	---	--

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Akun Sempetin Ngaji memiliki beberapa segmentasi konten, berupa informasi, ajakan, pengingat (*reminder*), dan materi pembelajaran. Strategi dakwah sentimentil akun @sempetinngaji_ memfokuskan pada aspek hati dan perasaan atau batin mitra dakwah dengan memberikan pemahaman tentang pembelajaran Al-Qur'an melalui dalil fadhilah Al-Qur'an dan doa-doa yang mengandung keutamaan yang luar biasa.

Konten dakwah yang termasuk dalam strategi sentimentil dalam postingan akun Sempetin Ngaji salah satunya yakni, konten mengenai fadhilah Al-Qur'an dengan tema 4 janji Allah di dalam

Al-Qur'an dan konten keutamaan Sayyidul Istighfar. Dalam konten tersebut menampilkan beberapa terjemahan ayat Al-Qur'an pada *captionnya* diberikan penjelasan tentang keistimewaan Al-Qur'an dengan pengemasan kalimat lemah lembut dan terkesan tidak menggurui.

Caption tersebut menjelaskan bahwa dengan senantiasa membacanya, setiap persoalan akan kita temui jawabannya, setiap kegelisahan akan kita dapatkan ketenangan didalamnya, setiap kehilangan dapat kita temukan dan sempurnakan dengan ayat-ayat didalam Al-Qur'an. Hal ini sebagai pengingat terhadap *followers* atau target dakwah yang membaca dan melihatnya agar hatinya tergerak untuk mengingat nikmat yang Allah SWT berikan ketika kita mempelajari dan mengamalkan Al-Qur'an.

Karena dengan mendengarkan bacaan Al-Qur'an saja sudah memberikan rahmat, maka apalagi jika kita membacanya sendiri. Penyampaian pesan-pesan dakwah dengan menggunakan *mau'idzah hasanah* (pengajaran yang baik) dan kalimat lemah lembut untuk mengingat dan mensyukuri nikmat-nikmat yang telah Allah SWT berikan kepada kita.⁷⁵ Strategi ini dapat digunakan dalam berbagai keadaan dan dalam ranah apapun. Keunggulan dari strategi sentimental dilihat dari kelembutan gaya penyampaian dan pemilihan materi yang membuat *mad'u* terkesan sehingga pengaruh dan kesan dakwah dapat dengan mudah diterima oleh sasaran dakwah. Selain itu, transformasi pengaruh dakwah yang cepat, mengikuti perubahan perasaan dan emosional.⁷⁶

⁷⁵ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanouni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2021), Hal. 216

⁷⁶ Ibid, Hal. 218

Kewajiban melaksanakan dakwah melalui ceramah dan nasehat untuk menyentuh emosi dan jiwa mitra dakwah terdapat dalam hadits berikut, Rasulullah SAW bersabda:⁷⁷

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ
فَلْيَسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

Artinya: "Siapa di antara kalian melihat suatu kemungkaran, hendaklah ia mencegahnya dengan tangan. Jika dengan tangan tidak mampu, maka dengan lisannya. Jika dengan lisan tidak mampu, maka dengan hatinya, dan yang demikian itu adalah iman yang paling lemah." (HR. Muslim)

Hadits yang dimaksud mendorong umat Islam untuk melakukan dakwah sesuai dengan kapasitasnya. Jika seorang muslim mempunyai kekuasaan, maka diperintahkan untuk memanfaatkan kekuasaan tersebut dalam melaksanakan dakwah. Jika mereka hanya mampu berdakwah melalui pengaruhnya, maka mereka diperintahkan untuk menggunakan pengaruh tersebut untuk menyebarkan dakwah. Bahkan, jika kekuatan dan pengaruh tidak mencukupi, disarankan untuk berdakwah dengan hati atau mendoakan dakwah tersebut.

2) Strategi Rasional

Berdasarkan pengertiannya strategi rasional dapat didefinisikan menjadi dua bagian. *Pertama*, strategi dakwah yang berfokus pada aspek akal pikiran memungkinkan sasaran dakwah untuk senantiasa berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran atas apa yang dilihat ataupun dibaca. *Kedua*, Strategi ini menggunakan metode seperti penggunaan hukum logika, diskusi,

⁷⁷ <https://hadeethenc.com/id/browse/hadith/65001> diakses pada tanggal 15 Maret 2024

atau penampilan contoh dan bukti sejarah untuk mempengaruhi.⁷⁸ Keunggulan strategi rasional yang berbeda dengan strategi lainnya yakni, strategi ini bersandar terhadap rasionalitas, membunkan orang-orang dengan masuk akal, dapat mengubah cara berpikir atau berpandangan orang dengan cara rasional.⁷⁹

Tabel 4. 3 Strategi Rasional Pada Postingan Akun @sempetinngaji_

No	Foto	Keterangan
1.		<p>Keterangan : Repost Instastory <i>followers</i> akun @sempetinngaji_ yang mengikuti kegiatan kelas belajar mengaji gratis. Fitur repost Instastory ini memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan <i>story</i> yang dibuat oleh <i>followers</i> ke dalam cerita akun Sempetin Ngaji.</p> <p>Untuk menggunakan fitur ini, pengguna harus membuka fitur <i>story</i> milik teman yang menanda'i akun mereka, klik opsi 'Tambahkan ke Cerita Anda' atau '<i>Add This to Your Story</i>' yang ada dibagian bawah.</p> <p>Kemudian, pengguna akan dialihkan ke Instagram <i>Story</i> dari akun mereka sendiri setelah mengetuk <i>Story</i> yang di-repost oleh teman yang telah ditanda'i. Pengguna dapat melakukan pengeditan dan penambahan keterangan seperti emoji, stiker, teks,</p>

⁷⁸ M. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004). Hlm. 301

⁷⁹ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanouni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2021), Hlm. 218

		<p>GIF, dan bahkan musik latar. Selain itu, pengguna juga diberikan opsi untuk memilih 'Cerita Anda' jika ingin membagikannya kepada semua pengikut atau teman dekat.</p>
2.	 <p>The screenshot shows an Instagram Reel post. The video shows a person in a red shirt kneeling in prayer on a patterned rug in a mosque. The caption is in Indonesian and discusses the importance of prayer. The post has 131,000 views, 5,533 likes, and 21 comments. The user's name is 'rasulamin dan fandingtravel' and the post is dated January 13, 2024.</p>	<p>Unggah : 13 Januari 2024 Viewers : 131 ribu Like : 5.533 Komentar : 21</p> <p>Keterangan : Postingan Instagram reels mengenai konten motivasi dengan kisah Nabi Musa sebagai contoh.</p> <p>Fitur : Dalam postingan reels ini sempetin ngaji memanfaatkan fitur musik sebagai <i>backsound</i> dari video tersebut. fitur ini berguna membuat konten reels lebih menarik dan interaktif. Sempetin Ngaji juga menggunakan fitur teks dalam konten reels tersebut sehingga memudahkan audiens untuk menangkap poin penting yang ingin disampaikan di dalam konten tersebut.</p> <p>Dalam postingan tersebut juga memanfaatkan fitur <i>caption</i> instagram untuk menambahkan teks singkat atau keterangan pada postingan tersebut, <i>caption</i> juga dapat membuat konten menjadi lebih jelas, mudah dipahami, dan tujuan pun akan tersampaikan dengan lebih tepat.</p>

	<p>Dalam postingan ini tidak ada interaksi dari antara pemegang akun sempetin ngaji dengan audiens dalam kolom komentar.</p>
--	--

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Penerapan strategi rasional dengan mengunggah konten berupa *repost* postingan *followers* yang menungghah kegiatan pada saat kelas belajar mengaji berlangsung. Dengan mengunggah kegiatan tersebut melalui fitur Instagram *story* bertujuan agar dilihat oleh pengguna Instagram lainnya sehingga menarik perhatian *mad'u* dan menumbuhkan rasa ketertarikan lebih dalam lagi mempelajari tentang Al-Qur'an.

Selain itu adapun konten yang berisi kisah teladan nabi Musa yang dapat dijadikan contoh dan motivasi. Dalam konten tersebut dijelaskan tentang kisah nabi Musa yang dikejar oleh pasukan fir'aun, namun keyakinan nabi Musa lebih besar atas pertolongan Allah yang selalu ada. Dari kisah tersebut Ustadz Abdul Rasul Amin ingin mengubah pemikiran mengenai kecemasan, keraguan, ketakutan mengenai sesuatu yang ingin kita gapai. Dengan menyampaikan kisah tersebut beliau menyisipkan pesan untuk apapun yang ingin kita gapai, hilangkan rasa cemas dan keraguan, cukup dengan percaya kepada Allah SWT yang Maha mendengar dan lagi Maha melihat. Kedalaman pengaruhnya pada diri obyek dakwah, dan keteguhan pemikiran yang tersampaikan, karena tidaklah mudah untuk mengubah sebuah kepercayaan dan pemikiran seseorang.⁸⁰

⁸⁰ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanouni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2021), Hal. 223

Menceritakan kisah-kisah rasional untuk dijadikan pembelajaran. Pada Surah Yusuf ayat 111, Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:⁸¹

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولَى الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا
يُفْتَرَى وَلَكِن تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ
وَوَهْدَى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

Artinya : *“Sungguh, pada kisah mereka benar-benar terdapat pelajaran bagi orang-orang yang berakal sehat. (Al-Qur'an) bukanlah cerita yang dibuat-buat, melainkan merupakan pembenar (kitab-kitab) yang sebelumnya, memerinci segala sesuatu, sebagai petunjuk, dan rahmat bagi kaum yang beriman.”*

Dalam kandungan surah tersebut, Allah SWT menegaskan kembali pada akhir Surah Yusuf bahwa kisah para nabi dan rasul, termasuk kisah Nabi Yusuf, berisi pelajaran yang harus dipahami dan dihayati manusia. Kisah-kisah dalam Al-Qur'an bukan hanya cerita atau dongeng, tetapi membenarkan isi kitab-kitab sebelumnya seperti Taurat, Zabur, dan Injil yang menjelaskan prinsip-prinsip nilai untuk mencapai kebahagiaan dan sebagai petunjuk menuju jalan lurus dan rahmat bagi orang-orang beriman.

Al-Qur'an adalah petunjuk bagi mereka yang membacanya dengan kesadaran penuh dan yang ingin mempelajari isinya. Al-Qur'an akan mengarahkan mereka ke jalan yang benar dan membawa mereka kepada kebahagiaan dunia dan akhirat. Selain itu, Al-Qur'an juga adalah rahmat bagi orang-orang yang beriman, yaitu mereka yang membenarkan, mempercayai, dan mengamalkan

⁸¹ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/12?from=109&to=111> diakses pada 30 Mei 2024

isinya. Iman itu adalah ucapan yang dibenarkan oleh hati dan dibuktikan dengan amal perbuatan.

3) Strategi Indrawi

Strategi Indrawi merupakan strategi yang diartikan sebagai dakwah yang berfokus pada pengalaman indrawi dan didukung oleh penelitian serta uji coba.⁸² Pancaindra digunakan untuk mengirimkan sebuah metode kepada banyak penerima. Metode pembelajaran yang sesuai dengan strategi ini adalah dengan memperhatikan objek dakwah bagaimana menyesuaikan pekerjaan dan profesinya. Strategi ini mencakup praktik-praktik seperti ketaatan beragama, kejujuran, tolong menolong membantu sesama, dan beramal.

Tabel 4. 4 Strategi Indrawi Pada Postingan Akun @sempetinnngaji_

No	Foto	Keterangan
1.		<p>Unggah : 3 Agustus 2023</p> <p>Like : 235</p> <p>Komentar : 5</p> <p>Keterangan : Beberapa konten berkonsep sama, yakni berupa pamflet informasi ajakan untuk mengikuti kelas belajar mengaji gratis. Sempetin ngaji memberikan informasi secara jelas mengenai waktu pelaksanaan, pengisi materi dan aplikasi konferensi yang digunakan.</p> <p>Fitur : Dalam postingan tersebut memanfaatkan fitur <i>caption</i> instagram</p>

⁸² M. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004). Hlm. 301

		<p>untuk menambahkan teks singkat atau keterangan pada postingan tersebut, fitur <i>caption</i> dapat meningkatkan keterbacaan konten dengan cara membuatnya lebih jelas dan mudah dipahami.</p> <p>Dalam postingan ini tidak ada interaksi dari antara pemegang akun sempetin ngaji dengan audiens dalam kolom komentar.</p>
2.		<p>Unggah : 6 Agustus 2023</p> <p>Viewers : 26,2 ribu</p> <p>Like : (tidak terlihat)</p> <p>Komentar : 13</p> <p>Keterangan : Postingan Instagram reels yang berisikan potongan surah Abasa ayat 33-42, dalam konten tersebut tidak hanya mengajarkan mengenai tata cara pembacaan ayat, tapi juga mengajak <i>followers</i> untuk membuka kembali Al-Qur'an dan memahami terjemahan dari ayat tersebut.</p> <p>Fitur : Dalam postingan reels ini sempetin ngaji memanfaatkan fitur teks dalam konten reels tersebut sehingga memudahkan audiens untuk menangkap poin penting yang ingin disampaikan di dalam konten tersebut. Lalu sempetin ngaji juga memanfaatkan fitur <i>caption</i> instagram untuk menambahkan teks</p>

	<p>singkat atau keterangan pada postingan tersebut, hal ini bertujuan untuk menjelaskan pesan yang ditampilkan dalam konten tersebut.</p> <p>Pada postingan ini Sempetin Ngaji mengaktifkan fitur sembunyikan like, fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyembunyikan jumlah like pada konten mereka. Ini adalah fitur yang dapat diaktifkan oleh pengguna sendiri, dan akan menghilangkan jumlah like yang terlihat pada konten mereka.</p> <p>Dalam postingan ini terlihat adanya sedikit interaksi dari antara pemegang akun sempetin ngaji dengan audiens dalam kolom komentar.</p>
--	---

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Penerapan strategi Indrawi dari akun @sempetinngaji_ dengan membuat konten ajakan kepada para *followers*-nya untuk mengikuti kelas belajar mengaji gratis yang merupakan salah satu program dari Sempetin Ngaji ditemani oleh pematery yakni ustadz dan ustazah Sempetin Ngaji. Strategi ini menarik panca indra untuk mengenali hal-hal yang bersifat indrawi agar bisa masuk pada penerimaan dakwah. Metode pembelajaran secara praktik, dengan cara mad'u menyaksikan langsung dan mempraktikkannya, sebagaimana Rasulullah SAW mengajarkan bagaimana cara shalat dan haji. kelebihan strategi ini memberikan pengaruh yang lebih cepat

pada seseorang, karena metode dakwah ini berbasis pada unsur-unsur indrawi yang biasanya mudah diterima.⁸³

Dalam konten program kelas belajar mengaji ini dilengkapi dengan foto para ustadz dan ustadzah serta tanggal dan waktu pelaksanaan. Tujuan dibuat konten tersebut antara lain mengajak *followers* Sempetin Ngaji agar termotivasi dan tergerak agar selalu menyempatkan diri untuk bergabung dalam program kelas belajar mengaji gratis Sempetin Ngaji. Program ini merupakan kelas belajar mengaji mingguan yang diadakan oleh Sempetin Ngaji, dalam kegiatan tersebut peserta terdapat sesi belajar dan *sharing session* dengan pemateri yang profesional dan usia yang milenial sehingga pembahasannya dapat berkaitan dengan target dakwah. Setelah sesi belajar biasanya peserta kelas belajar megaji akan diminta untuk mencoba melafalkan bacaannya di tengah forum, peserta kelas belajar mengaji juga diperbolehkan untuk berdiskusi baik membahas mengenai pembelajaran Al-Qur'an ataupun diluar pembahasan Al-Qur'an di akhir kelas. Selain itu, didapati juga pemanfaatan fitur Instagram berupa penambahan teks pada video reels yang di unggah.

Sempetin Ngaji membuka kelas pembelajaran secara online dengan memanfaatkan *platform* lain yakni *Zoom Meeting* dan *Group Chat WhatsApp*, Sempetin Ngaji memiliki berbagai kelas mulai dari tingkatan pemula sampai kelas tahfiz. Program kelas belajar mengaji ini seperti halnya pengajian Al-Qur'an tetapi dilakukan secara daring, program ini merupakan salah satu bentuk dakwah dari Sempetin Ngaji yang berhubungan langsung dengan pengikutnya, sehingga menimbulkan komunikasi dua arah atau lebih. Dengan adanya kelas belajar mengaji siapapun boleh berpartisipasi dan

⁸³ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanouni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2021), Hal. 224

pengikutnya semakin bersemangat dalam mempelajari Al-Qur'an, semakin mahir dalam membaca dan juga rajin dalam melakukan muraja'ah atau menghafal Al-Qur'an dari program belajar mengaji yang diadakan oleh Sempetin Ngaji.

Keutamaan untuk (dakwah) lalu mengamalkannya terdapat pada hadits, Rasulullah SAW bersabda:⁸⁴

لَا حَسَدَ إِلَّا فِي اثْنَتَيْنِ رَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ مَالًا فَسُلِّطَ عَلَىٰ هَلَكَتِهِ فِي الْحَقِّ، وَرَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ الْحِكْمَةَ، فَهُوَ يَقْضِي بِهَا وَيُعَلِّمُهَا

Artinya : “Tidak boleh hasad (iri) kecuali pada dua hal; yaitu seseorang yang telah Allah karuniakan nikmat harta yang melimpah padanya kemudian harta itu ia gunakan dan habiskan untuk kebaikan, dan seseorang yang Allah berikan ilmu padanya, lalu ia amalkan dan dia gunakan untuk mengajari manusia”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Islam adalah agama yang mengajarkan ilmu dan akal, sebelum mencapai tujuan kehidupan, Islam memerintahkan pengikutnya untuk menjadi orang yang berilmu, berakal, sehat, faham, memiliki pemikiran yang cerah, memiliki pandangan yang tegas, dapat mengendalikan segala urusan sebelum mengerjakannya, dan dapat membanding sesuatu dengan perbandingan. Hal ini dilakukan untuk memastikan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan kewajiban dalam keperluan perbuatan.

Sejak awal *founder* Sempetin Ngaji yakni Ustadz Abdul Rasul Amin mencoba secara rutin untuk mengunggah konten dakwah berisikan tentang video pembelajaran Al-Qur'an pada Instagram Sempetin Ngaji. Ustadz Abdul Rasul Amin secara

⁸⁴ <https://sunnah.com/bukhari:73> diakses pada tanggal 15 Maret 2024

konsisten membuat konten belajar mengaji, sehingga pengikut instagram akun Sempetin Ngaji semakin bertambah banyak. Dalam strategi ini, terkandung nilai ajakan kepada *followers*-nya untuk lebih mengenal dan mempelajari lebih dalam tentang Al-Qur'an. Ajakan-ajakan melalui postingan kelas belajar mengaji gratis yang dilihat cukup mengikuti tren yang sedang populer di sosial media sehingga menarik banyak sasaran target dakwah.⁸⁵

G. Peningkatan Motivasi Membaca Qur'an *Followers* Melalui Instagram

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda dan memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat. Selain itu, Instagram juga dapat berperan sebagai sarana untuk melakukan dakwah. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika media sosial, terutama Instagram, menjadi sangat penting dalam upaya dakwah di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh *Founder* Sempetin Ngaji. Akun Instagram @sempetinningaji_ bertujuan untuk memberikan dorongan kepada pengikutnya agar dapat belajar mengaji kapanpun dan dimanapun, dengan menyajikan konten-konten unik yang mengikuti tren di media sosial, serta menggunakan komunikasi yang efektif dan bahasa yang mudah dipahami. Melalui inisiatif penggunaan *platform* media sosial, peningkatan motivasi dalam membaca Al-Qur'an bagi para pengikutnya dapat ditingkatkan.

Konsep motivasi yang berhubungan dengan tingkah laku seseorang dapat diklasifikasikan menjadi dua yakni, Pertama, seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan jika ia merasa senang terhadapnya dan dapat mempertahankan rasa senang tersebut. Kedua, seseorang akan terdorong untuk melakukan suatu kegiatan jika ia

⁸⁵ Abdul Rasul Amin, *Founder* Sempetin Ngaji, Wawancara Online, 1 Februari 2024

merasa yakin mampu menghadapi tantangan yang ada.⁸⁶ Motivasi dalam pengertian lain dapat diartikan sebagai dorongan dari dalam maupun dari luar untuk merubah keadaan menuju keadaan yang diinginkan, serta usaha untuk mencapai tujuan.

Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk melakukan perubahan dalam perilaku atau aktivitasnya. Tujuannya adalah: (a) untuk mendorong manusia melakukan aktivitas berdasarkan pemenuhan kebutuhan, di mana motivasi menjadi pendorong utama dari setiap kebutuhan yang ingin dipenuhi, (b) menentukan arah tujuan yang ingin dicapai, dan (c) menentukan tindakan yang harus dilakukan. Adapun yang menjadikan indikator motivasi sebagai berikut: (1) adanya hasrat dan keinginan untuk melakukan kegiatan, (2) adanya dorongan dan kebutuhan melakukan kegiatan, (3) adanya harapan dan cita-cita, (4) penghargaan dan penghormatan atas diri, (5) adanya lingkungan yang baik, dan (6) adanya kegiatan yang menarik.⁸⁷

Metode dakwah konvensional tetap relevan bagi pengikut Instagram @sempetinngaji_ dalam meningkatkan motivasi mereka melalui pembelajaran Al-Qur'an. Sempetin Ngaji selalu menyesuaikan dakwahnya dengan tren di media sosial, karena targetnya adalah kalangan anak muda yang aktif di *platform* tersebut. Untuk memudahkan pemahaman, Sempetin Ngaji menyajikan materi dakwah secara sederhana dan mudah dipahami. Materi yang disampaikan juga disesuaikan dengan target dakwah, yaitu anak muda, dengan menghadirkan pemateri yang handal dan berusia milenial.⁸⁸

Penggunaan pendekatan interaktif dalam program kelas belajar mengaji merupakan strategi dakwah yang bertujuan untuk mendekatkan

⁸⁶ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), Hal.7

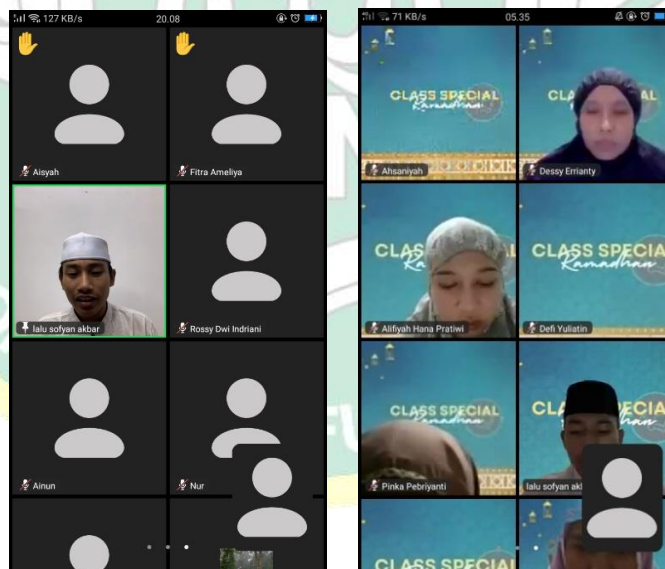
⁸⁷ Ibid. Hal. 8

⁸⁸ Abdul Rasul Amin, *Founder Sempetin Ngaji*, Wawancara Online, 1 Februari 2024

diri dengan para pengikut dan memenuhi kebutuhan mereka. Program ini dirancang dengan pendekatan personalisasi agar para pengikut dapat lebih mudah memahami Al-Qur'an. Melalui metode ini, Sempetin Ngaji dapat meningkatkan motivasi para pengikut agar lebih rajin membaca dan mempelajari Al-Qur'an.⁸⁹ Adapun metode yang dikembangkan oleh Sempetin Ngaji dalam berdakwah antara lain:

1. Dakwah Lisan (*Da'wah bi Al-Lisan*)

Dakwah Bil-Lisan adalah bentuk dakwah yang disampaikan secara langsung melalui ucapan, sehingga terjadi komunikasi langsung antara penyebar dakwah dan penerima pesan dakwah. Dakwah melalui ucapan akan lebih efektif jika disampaikan dalam konteks hari ibadah seperti khutbah Jumat atau kajian agama yang dihadiri dengan metode dialog dengan hadirin serta menggunakan bahasa yang sesuai dengan kesukaan dan perilaku dari masyarakat.



Gambar 4. 4 Dakwah Bil Lisan Sempetin Ngaji

(Sumber : Observasi program kelas belajar mengaji gratis dan kelas special ramadhan)

⁸⁹ Abdul Rasul Amin, *Founder Sempetin Ngaji*, Wawancara Online, 1 Februari 2024

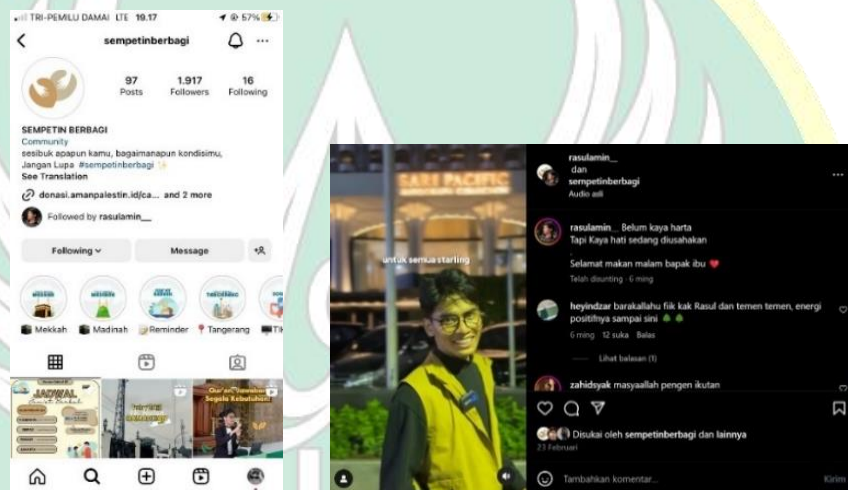
Selain aktif berdakwah melalui sosial media Instagram, Sempetin Ngaji juga membuka ruang diskusi baik melalui *group chat* WhatsApp maupun *Zoom meeting* selama kegiatan kelas belajar mengaji sedang berlangsung. Kelas tersebut biasanya akan di informasikan melalui Instagram atau *group chat* WhatsApp lengkap dengan *link room zoom* meeting yang akan digunakan. Sempetin Ngaji memanfaatkan fitur diskusi melalui kolom *chat*, para peserta dipersilahkan untuk mengirim pertanyaan dan berdiskusi melalui kolom *chat* tersebut.

Dalam ruang diskusi online tersebut peserta tidak hanya membahas tentang pembelajaran Al-Qur'an, tapi juga diadakan *sharing session* dari para pemateri. Pemateri Sempetin Ngaji juga biasanya akan memberikan kata penyemangat dan motivasi berdasarkan pengalaman mereka kepada peserta kelas belajar mengaji, atau memberikan dalil-dalil serta hadits-hadits terkait pembelajaran Al-Qur'an.

2. Dakwah Tindakan (*Da'wah bi Al-Hāl*)

Bentuk dakwah Sempetin Ngaji dalam hal ini yaitu, memberikan contoh secara langsung kepada pengikut Instagram nya dengan mengunggah ataupun memposting ulang kegiatan berbagi, berdonasi, sedekah, maupun bakti sosial dari akun Instagram Komunitas Sempetin Berbagi yang masih bagian dari Komunitas Sempetin Ngaji. Kegiatan dari akun Sempetin berbagi biasanya akan diposting ulang di akun Sempetin Ngaji menggunakan fitur *Instastory* atau fitur kolaborasi. Instagram Sempetin Ngaji dan Sempetin Berbagi berkolaborasi mengajak pengikutnya bersedekah, berdonasi atau menyisihkan sebagian hartanya untuk mereka yang membutuhkan.

Kegiatan lainnya juga berupa donasi Al-Qur'an di Mekah dan Madinah, Jum'at Berkah, Bakti sosial, donasi dan masih banyak kegiatan lainnya. Sama halnya dengan Sempetin Ngaji, Sempetin berbagi memiliki tagline yang mengajak pengikut instagram nya untuk berbuat kebaikan *“sesibuk apapun kamu, bagaimanapun kondisimu, jangan lupa #sempetinberbagi”*. Dalam hal ini, dakwah yang terjadi adalah dakwah bil-Haal, yaitu dakwah yang mengutamakan perbuatan nyata. Ini dilakukan dengan memberi pemahaman secara teori beserta contoh pengaplikasiannya.



Gambar 4. 5 Dakwah bil hal akun @sempetinberbagi

(Sumber : Akun Instagram @sempetinberbagi)

Latar belakang dakwah bil hal yang menarik adalah perintah Allah SWT dalam surah QS. Ar-Rad ayat 11, yang memerintahkan Rasulullah SAW untuk mengajak manusia kepada Allah dengan bil-hal, yaitu dengan cara-cara sebagaimana yang diturunkan Allah kepada beliau di dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Orang yang mendengarkan dakwah diharapkan mampu melaksanakan pemahaman atau nilai-nilai kebaikan yang telah dicontohkan. Dakwah bil hal dapat dilakukan oleh semua orang sesuai kemampuannya, yang merupakan tugas dan tanggungjawab setiap muslim.

3. Dakwah Tulis (*Da'wah bi Al-Qalām*)

Dakwah bil Qalam merupakan dakwah yang penyampaianya melalui tulisan di kitab, buku, majalah, internet, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah. metode dakwah ini bersifat tahan lama dan dapat disampaikan dari generasi ke generasi. Dengan seni tulisan yang bijaksana, dakwah bil qalam dapat menjangkau sasaran yang luas, melalui media tulisan yang efektif dan mampu menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang mudah dipahami.

Dalam hal ini, peneliti menemukan dakwah bil-Qalam yang terposting di akun instagram Sempetin Ngaji, yaitu dalam bentuk postingan foto berisi *quotes* islami maupun kata-kata motivasi dari ayat-ayat Al-Qur'an atau *caption* Instagram dikonten pembelajaran Al-Qur'an.



Gambar 4. 6 Dakwah Bil Qalam akun @sempetinngaji_

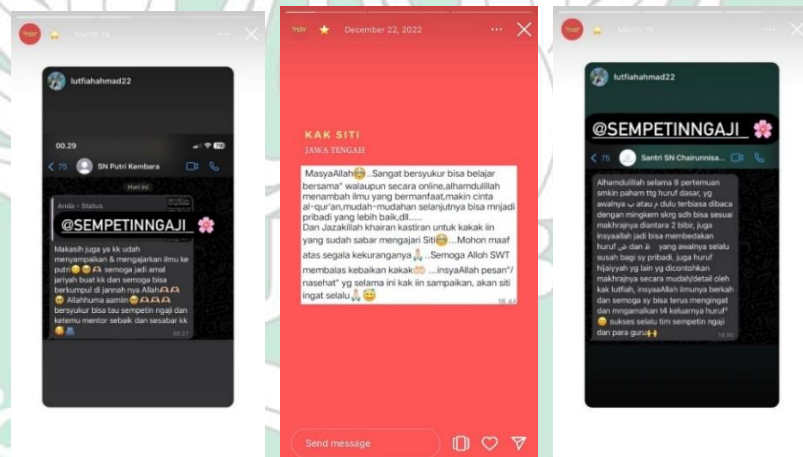
(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

4. Dakwah Bil-Hikmah

Dakwah bil Hikmah merupakan strategi dakwah yang sangat efektif dan efisien dalam menarik perhatian dan memperjelas ajaran Islam kepada umat. Ini adalah bentuk dakwah yang mencakup semua metode dakwah sebelumnya. Namun, dapat diinterpretasikan sebagai dakwah yang sesuai dengan tuntutan zaman, kebutuhan, atau

situasi dan kondisi, sehingga efektif. Strategi dakwah bil hikmah disampaikan dengan pendekatan komunikasi persuasif yang khusus, sehingga hati penerima dakwah dipengaruhi untuk melaksanakan ajaran-ajaran yang baik atas kemauannya sendiri.

Pengurus Sempetin Ngaji menerapkan strategi dakwah bil Hikmah dengan baik di sosial media. Mereka memperbarui dakwahnya di sosial media secara terus-menerus, membuat konsep-konsep baru pada setiap postingan atau konten di Instagramnya untuk selalu menarik perhatian pengikut mereka, yang artinya mereka selalu menciptakan sebuah konsep atau mengikuti tren yang sedang populer di sosial media. Ini merupakan upaya untuk menyampaikan ajaran yang efektif dan efisien kepada umat, yang dapat membantu mencapai tujuan dakwah secara optimal.



Gambar 4. 7 Highlight Feedback followers akun @sempetinngaji_ (Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa akun Sempetin Ngaji menggunakan strategi dakwah agar *followersnya* dapat termotivasi untuk belajar mengaji, konten-konten yang diposting dibuat sangat unik dan menarik, serta komunikasi yang dibangun juga baik dan mudah dipahami. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *followersnya* menerima ajaran yang disampaikan baik, karena komunikasi yang dibangun. Dilihat dari

feedback yang diberikan *followers* Sempetin Ngaji melalui *repost instastory*, komentar-komentar positif, dan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh sebagian pengikut akun Sempetin Ngaji.



Gambar 4. 8 Komentar positif di akun @sempetinngaji_

(Sumber : Akun Instagram @sempetinngaji_)

Strategi ini relevan karena menggunakan metode dakwah berbasis media sosial yang dapat menjangkau kalangan anak muda yang aktif menggunakan *platform* media sosial yang populer dan mudah diakses, masyarakat islam dapat memperoleh ilmu pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang Al-Qur'an, dan meningkatkan motivasi mereka dalam belajar mengaji. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah melalui media sosial, yang menyebarkan hikmah dari pembelajaran Al-Qur'an, meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers* Instagram @sempetinngaji_. Dengan menggunakan strategi yang sesuai, seperti memperhatikan keadaan yang sedang menjadi tren di sosial media dan memperhatikan kondisi dan keadaan target dakwah, maka dapat diperoleh hasil yang baik dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers*.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian strategi dakwah akun Instagram @sempetinngaji_ dalam meningkatkan motivasi membaca Qur'an terhadap *followersnya*, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penerapan strategi sentimental, untuk memberikan pemahaman mengenai pembelajaran Al-Qur'an dengan memfokuskan pada aspek hati melalui nasehat yang memanggil penuh kelembutan. Sempetin Ngaji membagikan konten dakwah berupa pengingat (*reminder*) mengenai fadhilah Al-Qur'an kepada *followersnya* agar hati mereka tergerak untuk mengingat nikmat yang Allah berikan ketika mempelajari dan mengamalkan Al-Qur'an. Konten tersebut berupa foto ataupun video berisikan terjemahan potongan ayat-ayat Qur'an yang *relevan*. Sempetin ngaji memanfaatkan fitur slide foto dan juga *caption* sebagai penunjang dakwah melalui media sosialnya.
2. Dalam penerapan strategi rasional, untuk memfokuskan target dakwah pada aspek akal pikiran. Sempetin Ngaji membagikan ulang postingan *followersnya* yang mengikuti program sempetin ngaji untuk dijadikan sebagai contoh dan motivasi bagi para pengikut lainnya. Sempetin Ngaji juga mengunggah konten yang berisi kisah teladan nabi yang dapat dijadikan contoh. Dengan penerapan strategi ini mendorong sasaran dakwah untuk berpikir, merenung, dan mengambil pelajaran atas apa yang dilihat ataupun dibaca. Sempetin ngaji memanfaatkan fitur *repost instastory* untuk membagikan *story* yang dibuat oleh *followers* ke dalam cerita akun Sempetin Ngaji.
3. Dalam penerapan strategi indrawi, Sempetin Ngaji membuat konten ajakan kepada para *followers-nya* untuk mengikuti kelas belajar mengaji gratis. Program kelas belajar mengaji ini seperti halnya pengajian Al-Qur'an tetapi dilakukan secara daring dengan

memanfaatkan *platform* lain yakni *Zoom Meeting* dan *Group Chat WhatsApp*, program ini merupakan salah satu bentuk dakwah dari Sempetin Ngaji yang berhubungan langsung dengan pengikutnya, sehingga menimbulkan komunikasi dua arah atau lebih.

Adapun metode dakwah yang digunakan oleh Sempetin Ngaji berdasarkan pada metode *Dakwah Bil Lisan*, *Dakwah Bil Hal*, *Dakwah Bil Qalam*, dan *Dakwah Bil Hikmah* dalam penerapannya pada konten dan program kegiatan yang diadakan oleh Sempetin Ngaji. Penggunaan metode tersebut guna menjangkau kalangan anak muda dan masyarakat luas yang aktif menggunakan *platform* media sosial Instagram, sehingga mereka dapat memperoleh ilmu pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang Al-Qur'an, serta meningkatkan motivasi mereka dalam belajar mengaji.

B. Saran

- a. Bagi parai *da'i*, hendaknya untuk menerapkan strategi dakwah yang beragam agar mampu menjangkau target dakwah secara menyeluruh. Strategi dakwah bertujuan untuk menegakkan kalimat Allah dengan cara yang lembut agar menggerakkan aspek hati, pikiran, dan pancaindra. Selain itu, para *da'i* hendaknya juga mulai mempertimbangkan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media dakwah dengan tetap mengimbangi dakwah aksi nyata, seperti kajian dan kegiatan sosial.
- b. Bagi Pengelola Akun @sempetinngaji_, hendaknya untuk terus meningkatkan kreativitasnya dalam berdakwah di media sosial baik pada isi konten visual maupun isi pesan agar dapat berkembang lagi dan semakin menarik perhatian pengikut Instagram serta masyarakat luas, Sempetin Ngaji juga dapat lebih interaktif lagi dengan *followers* dan kedepannya dapat di adakan penjadwalan posting guna menjaga *agagement* dari pengikut.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin. (2018). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Kencana.
- Adra'i, N. P. (2023). Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyasman00. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 131–138. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i2.3969>
- Al-Bayanuni, Abu Al- Fath (penulis); Maturi Irham (penerjemah); Muhammad Malik Supar (penerjemah); Artawijaya (penyunting). (2021). *Pengantar studi ilmu dakwah / Abu Al- Fath Al- Bayanuni ; penerjemah, Maturi Irham, Muhammad Malik Supar ; penyunting, Artawijaya*. Jakarta :: Pustaka Al-Kautsar,.
- Anggraeni, D., & Suprabowo, I. (2022). Strategi dakwah di masa pandemi: Studi pada Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah. *Islamic Communication Journal*, 7(1), 129–146. <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.1.10252>
- Anggraini, W. A. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Rumah Quran Askaf Melalui Media Instagram*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- B. Uno, H. (2007). *Teori Motivasi dan Pengukurannya* (Junwinanto (Ed.)). Bumi Aksara.
- Dwi Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Mediakita.
- Basit, A. (2005). *Wacana Dakwah Kontemporer* (A. Wachid (Ed.); revisi). Amerta Media.
- Charismanto. (2022). *Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial (Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar)*. UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta.

Effendy, O. U. (1986). *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.

Hasani, W. S. (2023). *Strategi Komunikasi Masjid Dalam Diseminasi Konten Wakaf Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @wakafsalman.itb)*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Hadeethenc.com. (2024, oktober - maret). Retrieved from Hadeethenc.com: <https://hadeethenc.com/>

Herdiansyah, H. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.

Howe, S. (2023). Social Media Statistics for Indonesia [Updated 2023]. *Meltwater*. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>

Islami, S., Meningkatkan, D., Pada, S., Komunikasi, M., & Penyiaran, D. A. N. (2019). *PESAN-PESAN DAKWAH AKUN INSTAGRAM*.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.).

Kertajaya, H. (2008). *Arti Komunitas*. Gramedia Pustaka Soenarno.

Kulsum, U., Subhan, A., & Darajat, D. M. (2021). Praktik Dakwah Online Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Khalidbasalamahofficial). *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 1(1), 40–65. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.21749>

Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160–174. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>

Mauludin, H. (2019). *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Mauludin, H. (2019). *DALAM MENSOSIALISASIKAN GERAKAN PEMUDA HIJRAH (SHIFT) MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM*.

Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (revisi, ce). Prenada Media Group.

Muhfizar. dkk. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. CV Media Sains Indonesia.

Mulyana, I. (1992). *Mengupas Konsep Strategi (Teori dan Praktik)*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Munir, Muhammad. Ilahi, W. (2023). *Manajemen dakwah* (cetakan ke). Kencana.

Muttaqin, M. Z. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1).

Najed, N. H. (2016). *Dakwah Efektif (Public Speaking)*. Lembah Harapan Press.

Nisa, N. K., Qalban, A. A., & Saputro, D. R. (2023). Modification of Da'wah Through the Art Performance of Ki Dalang Ulin Nuha. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 17(2), 243-264.

Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>

Qalban, A. A., Jauza, G. F., & Mukaromah, I. A. (2022). LITERASI DIGITAL DAN GEN-Z: PROTOTIPE KONSEP LITERASI MODERAT SEBAGAI MEDIA SMART DAKWAH. *Hujjah: Jurnal*

Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam, 6(1), 22-29.

Raffudin. (1997). *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Pustaka Setia.

Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121–133.
<https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>

Sadly, E. (2018). Pengaruh Sosial Media Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islamiyah Di Indonesia. *Wahana Inovasi*, 7(1), 22–28.

Suaidi, Sholeh. 2014. “ISLAM DAN MODERNISME”. *Islamuna: Jurnal Studi Islam* 1 (1). Pamekasan, Indonesia.
<https://doi.org/10.19105/islamuna.v1i1.558>.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah* (E. Kuswandi (Ed.); Cetakan pe). PT REMAJA ROSDAKARYA.

Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.

Sunnah.com. (2024, Maret). Retrieved from Sunnah.com:
<https://sunnah.com/bukhari:73>

Tussakinah, U. (2019a). *Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Di Banyumas Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Al- Qur'an Progam Study Bimbingan Konseling Islam*.

Tussakinah, U. (2019b). *Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Di Banyumas Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Al- Qur'an*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

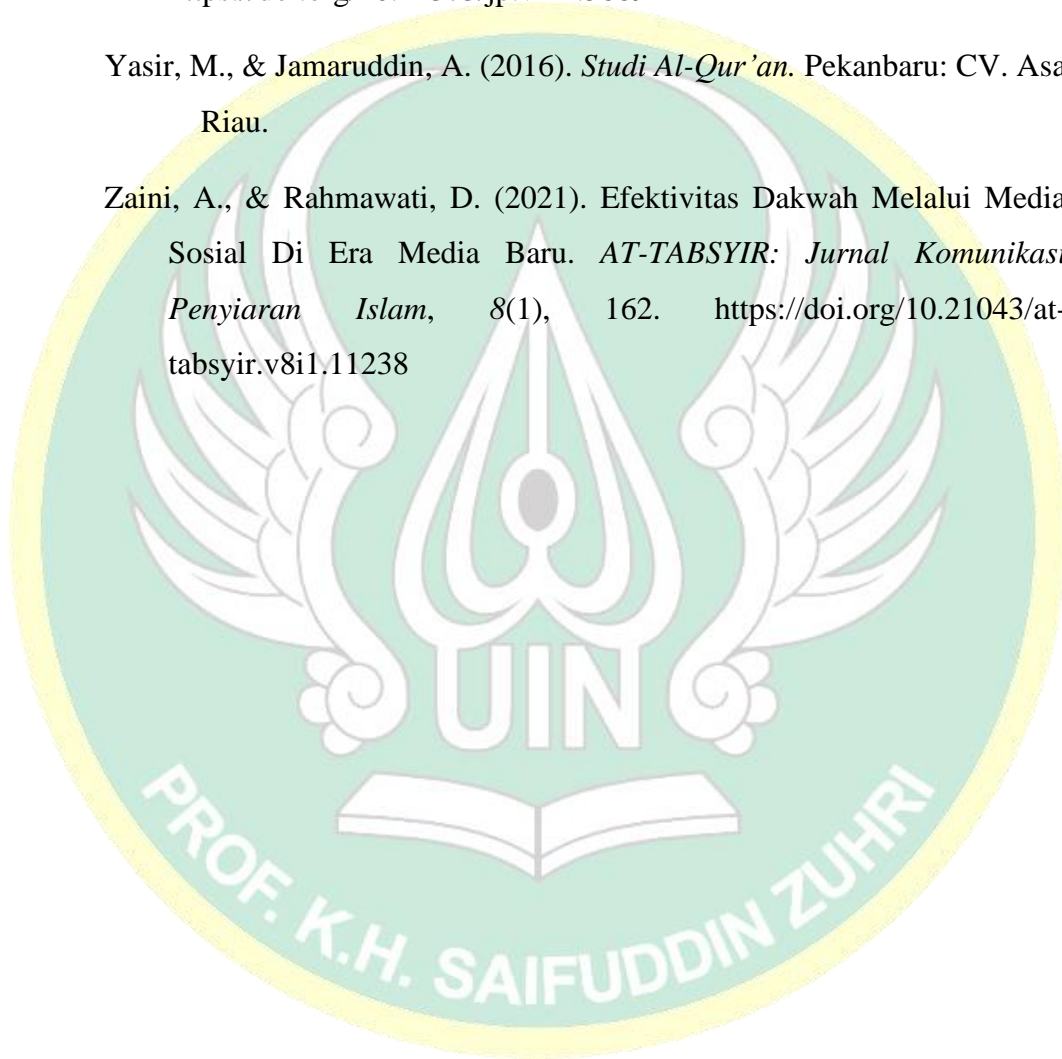
Wahab, N. A., Muhamad, N., & Ismail, M. S. (2019). Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini [Social Media As a Medium Dakwah Nowadays]. *International Social Science and Humanities Journal*,

2(1), 14–23.

Wahyuni, L. S. (2019). Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @sahabat_islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry). *Jurnal Peurawi*, 2(2), 56. <https://doi.org/10.22373/jp.v2i2.5889>

Yasir, M., & Jamaruddin, A. (2016). *Studi Al-Qur'an*. Pekanbaru: CV. Asa Riau.

Zaini, A., & Rahmawati, D. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 162. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>



LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Mengenai Strategi Dakwah Akun Instagram @Sempetinngaji_ Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Qur'an Terhadap *Followersnya*

Peneliti: Manthiq Widaty

A. Wawancara dengan Ustad Abdul Rasul Amin

1. Jelaskan secara singkat latar belakang terbentuknya akun dan Komunitas Sempetin Ngaji?
2. Apa saja kegiatan atau program yang diadakan Sempetinngaji?
3. Berapa jumlah anggota pengurus dan anggota Sempetinngaji yang saat ini aktif?
4. Sejak kapan strategi atau pendekatan dakwah tersebut dilakukan?
5. Apa kegiatan atau konten pertama yang diadakan oleh Sempetinngaji?
6. Bagaimana cara untuk mengetahui berhasilnya strategi atau pendekatan dakwah yang dilakukan oleh pengurus sempetinngaji?

B. Wawancara dengan *Followers* akun Instagram @sempetinngaji_

1. Apa kesibukan sehari-hari anda?
2. Dari mana anda mengetahui akun dan komunitas Sempetin Ngaji?
3. Bagaimana tanggapan anda mengenai akun instagram dan konten pembelajaran Qur'an pada akun sempetin ngaji?
4. Apakah anda memiliki kendala selama mengikuti kelas atau program kegiatan di Sempetin Ngaji?
5. Apakah kegiatan dari Sempetin Ngaji tersebut membantu anda dalam memberikan pemahaman mengenai Al-Qur'an dan memotivasi anda untuk terus mempelajari Al-Qur'an?

Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Abdul Rasul Amin

Jabatan : *Founder* Sempetin Ngaji

Waktu Wawancara : Kamis, 1 Februari 2024

Lokasi : Via Zoom Meeting

Pertanyaan : Jelaskan secara singkat latar belakang terbentuknya akun dan Komunitas Sempetin Ngaji?

Jawaban : Ide awal terbentuknya komunitas ini berawal dari terbatasnya gerak untuk mengajar ngaji di masa pandemi. Pada saat itu merasa gelisah hingga akhirnya memutar otak untuk mencari jalan keluar lain agar tetap bisa mengajar ngaji walaupun dari rumah saja, hingga terciptalah akun @sempetinngaji_ ini. Dengan memanfaatkan fitur live Instagram untuk mencari target partisipan, yang awalnya lima orang saja hingga saat ini bisa mencapai ratusan hingga ribuan partisipan.

Pertanyaan : Apa saja kegiatan atau program yang diadakan Sempetinngaji?

Jawaban : Program yang dibuka oleh Sempetin Ngaji yakni, Kelas Belajar Gratis dan Berbayar, Program One Day One Juz, dan Kelas Special Ramadhan.

Pertanyaan : Berapa jumlah anggota pengurus dan anggota Sempetinngaji yang saat ini aktif?

Jawaban : Untuk jumlah anggota internal 5 orang dan mentor atau pengajar berjumlah 15 orang.

Pertanyaan : Sejak kapan strategi atau pendekatan dakwah tersebut dilakukan?

Jawaban : Sejak 1 tahun yang lalu.

Pertanyaan : Apa kegiatan atau konten pertama yang diadakan oleh Sempetinngaji?

Jawaban : Konten awal yang diposting itu, video sederhana pelafalan bacaan perayat Qur'an.

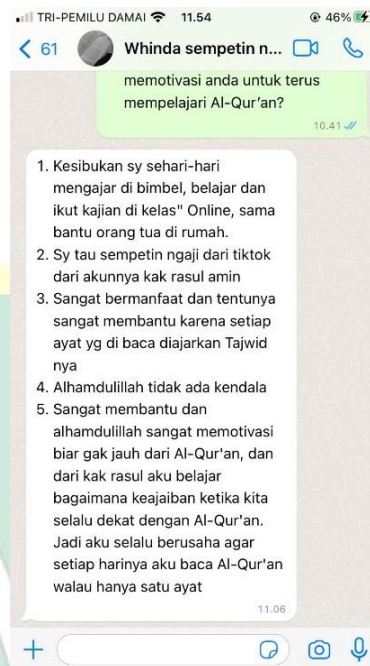
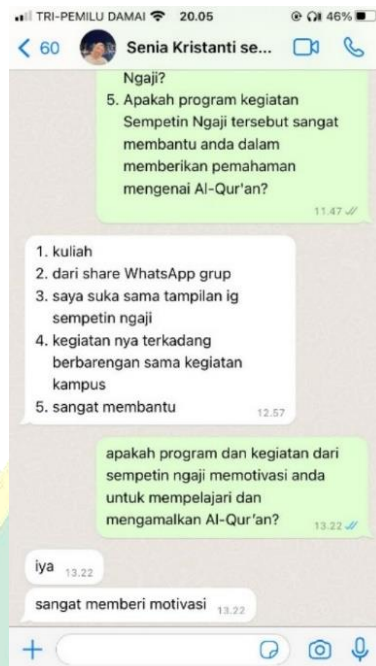
Pertanyaan : Bagaimana cara untuk mengetahui berhasilnya strategi atau pendekatan dakwah yang dilakukan oleh pengurus sempetinngaji?

Jawaban : Dengan cara membuat link google form untuk menyampaikan saran dan kritik, agar menjaga partisipannya untuk tetap konsisten.

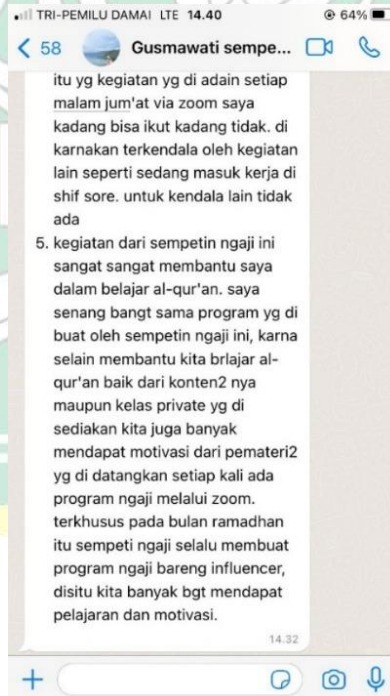
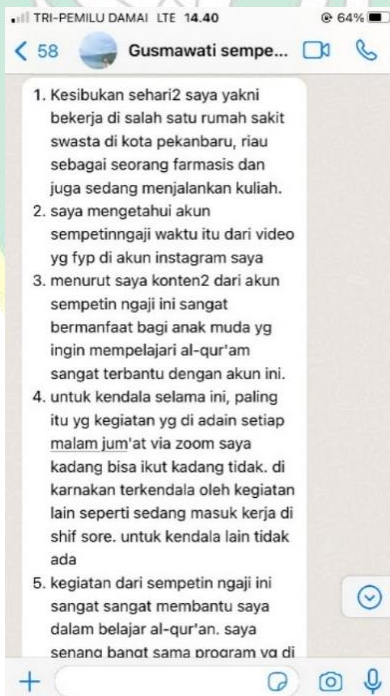


Dokumentasi Wawancara dengan Founder akun Sempetin Ngaji

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI



Dokumentasi Wawancara via Chat Whatsapp dengan followers akun Sempetin Ngaji



Dokumentasi Wawancara via Chat Whatsapp dengan Followers akun Sempetin Ngaji

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Manthiq Widaty
NIM : 2017102126
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Fakultas : Dakwah
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 September 2001
Alamat Lengkap : Cibuntu RT 03/05, Kec. Cibitung,
Kab. Bekasi

B. Riwayat Pendidikan

1. SMA/SMK/MA : SMA YAPINK Tambun Selatan
2. SMP/MTS : SMPN 1 Tambun Selatan
3. SD/MI : SDN Setiadarma 1 Tambun Selatan

C. Pengalaman Organisasi

1. Desamind Chapter Bogor
2. UKM Olahraga UIN SAIZU Purwokerto
3. Senat Mahasiswa UIN SAIZU Purwokerto
4. Self Development School