

ABSTRAK

Nurussyifa, 210104010166, *Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Terhadap Generasi Z di Platform Instagram @husein_hadar*, Pembimbing: (1) Syaipul Hadi, S. IP., MA, Pembimbing: (2) Risqiatul Hasanah, M. Sos. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2025.

Kata kunci: Strategi Dakwah, Habib Husein Ja'far, Generasi Z, Instagram

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pikir Generasi Z, khususnya dalam kecenderungan mereka mengakses media sosial. Generasi ini sangat terhubung dengan media sosial dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pencarian informasi. Kecenderungan tersebut menjadikan mereka lebih menyukai konten yang disajikan secara visual dan menarik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*literature study*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi mendalam terhadap konten dakwah di akun Instagram @husein_hadar, wawancara dengan para pengikut akun tersebut, serta dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori strategi dakwah Muhammad Ali Al-Bayanuni, yang meliputi tiga pendekatan: strategi dakwah sentimental (*al-manhaj al-'athifi*), rasional (*al-manhaj al-'aqli*), dan indrawi (*al-manhaj al-hissi*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habib Husein Ja'far Al-Hadar berhasil memanfaatkan ketiga strategi dakwah tersebut secara efektif dalam menjangkau dan menarik perhatian Generasi Z. Strategi dakwah sentimental terlihat dari kemampuannya menyentuh perasaan dan empati audiens. Strategi dakwah rasional ditunjukkan melalui penyampaian pesan-pesan dakwah dengan pendekatan logis dan argumentatif yang sesuai dengan pola pikir kritis Generasi Z. Sementara itu, strategi dakwah indrawi diterapkan melalui pemanfaatan fitur-fitur visual dan audio visual di Instagram, seperti video pendek (*reels*), gambar (*feed*), desain grafis, dan narasi kreatif. Tingkat efektivitas dakwah di era digital sangat bergantung pada kemampuan pendakwah dalam beradaptasi dengan lingkungan digital, memahami karakteristik *mad'u* (objek dakwah), serta mampu mengemas pesan-pesan dakwah dalam bentuk menarik dan relevan bagi generasi ini.