

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dinamika sosial masyarakat. Salah satu wujud nyata dari perkembangan ini adalah hadirnya media sosial, yang berperan sebagai wadah interaktif bagi pengguna dalam menyampaikan informasi, menyalurkan kreativitas, serta membangun komunikasi secara luas tanpa dibatasi oleh dimensi ruang dan waktu. Sebagai bagian dari sistem informasi, media sosial dibangun berdasarkan dengan serangkaian teknologi internet, alat komunikasi, dan komputasi sosial. Selain itu, media sosial lahir dengan pemikiran tentang bagaimana informasi dibuat, diakses, dan dibagikan kepada publik.¹

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan pengguna media sosial, berbagai dampak mulai terlihat dalam kehidupan masyarakat, seperti adanya dampak positif dan negatif. Media sosial memberikan dampak positif bagi masyarakat, antara lain menjadi wadah bagi masyarakat untuk menuangkan kreativitas melalui konten visual dan tulisan serta berbagi pemikiran atau pendapat kepada khalayak luas tanpa adanya batasan. Sedangkan dampak negatif yakni, kecanduan internet sehingga dapat mengurangi interaksi terhadap lingkungan sekitar sehingga mengakibatkan

¹ Maxim Wolf, Julian Sims, and Huadong Yang, "Social Media? What Social Media?," *Association for Information Systems (AIS)*, March 20, 2018.

individu lebih tertutup atau lebih suka untuk menyendiri.²

Generasi Z adalah sekelompok individu yang tumbuh dan berkembang di era kemajuan teknologi internet. Berdasarkan data statistik, pengguna internet terbesar didominasi oleh kelompok Generasi ini. Mereka dikenal aktif dalam memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk berbagai hal keperluan mereka seperti mencari informasi hingga berinteraksi lewat media sosial sehingga waktu yang mereka habiskan di dunia digital lebih banyak dibandingkan dengan aktivitas lain seperti menonton televisi, dan lain sebagainya.³

Menurut survei data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, penggunaan internet terbanyak berasal dari kalangan Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) sebanyak 34,4% jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Generasi Milenial (kelahiran tahun 1981-1996) sebanyak 30,62%. Menurut data laporan survei *Digital News Report* (DNR) tahun 2023, semakin meningkatnya kemajuan teknologi internet dapat mengakibatkan kalangan muda terkhusus Generasi Z mulai meninggalkan media konvensional dan beralih ke media sosial. Informasi yang disajikan dalam media sosial dinilai jauh lebih menarik secara visual, serta memiliki penyampaian yang singkat namun informatif. Fenomena inilah yang mampu mengubah pola konsumsi informasi Generasi Z.⁴

Tingginya penggunaan media sosial serta perubahan pola konsumsi

²“Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (February 28, 2023): 810, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>.

³ Muhammad Yudi Fitriyadi et al., “PENGARUH DUNIA IT TERHADAP PERILAKU REMAJA GENERASI Z” 1 (2023).

⁴ Florentina Krisan Putri, S Rouli Manalu, and Joyo Nur Suryanto Gono, “POLA KONSUMSI INFORMASI MELALUI MEDIA DI KALANGAN GENERASI Z (Studi terhadap SMAN 4, SMAN 9, SMA Mardisiswa, dan SMA Al-Azhar 14 di Kota Semarang),” n.d.

informasi pada Generasi Z menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana mencari informasi, hiburan, dan interaksi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi, bisnis, dan penyebaran dakwah. Dengan jangkauan yang luas dan perkembangan yang pesat, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Namun, keberhasilan dakwah melalui media sosial sangat bergantung pada cara pengemasan konten visual yang menarik, relevansi pembahasan, serta kemampuan menyesuaikan diri dengan tren kekinian agar pesan dakwah dapat diterima dan dipahami oleh audiens secara optimal.⁵

Berdasarkan hasil studi pada *Wearesocial.com* 2023, Indonesia adalah negara terbanyak keempat di dunia dengan total jumlah pengguna Instagram terbanyak yaitu 89,15 juta pengguna.⁶ Dengan jumlah pengguna yang besar dan terus meningkat, Instagram memiliki potensi signifikan dalam mendukung efektivitas dakwah digital, khususnya dalam menjangkau kalangan muda atau Generasi Z. Platform ini menyediakan berbagai fitur seperti *feed*, *reels* (video singkat), *stories*, dan IGTV yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara kreatif dan variatif. Keberagaman fitur tersebut memberikan fleksibilitas bagi pendakwah untuk menyesuaikan bentuk dakwah dengan minat serta kebutuhan audiens. Oleh karena itu, berdakwah melalui Instagram tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik pesan keagamaan, tetapi juga memungkinkan penyesuaian dengan tren sosial yang terus berkembang. Untuk memaksimalkan jangkauan, para pendakwah perlu memahami karakteristik audiens serta menguasai

⁵ Wahyuni, Cut Sri, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah.", *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.3 (2022).

⁶ Diyanto, Yatno Tri, Widodo Urip, "Peran dan Dampak Media Sosial Instagram bagi Komunitas Ruang Edit", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5.6 (2024).

cara penggunaan media sosial agar pesan dakwah dapat tersebar secara luas dan mudah dipahami.

Salah satu pendakwah aktif yang menggunakan Instagram adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Beliau mampu mengimplementasikan strategi dakwah yang cerdas melalui platform ini dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan pola perilaku dan preferensi komunikasi Generasi Z yang cenderung lebih terhubung dengan dunia digital, termasuk media sosial seperti Instagram. Oleh karena itu, beliau memilih aktif menggunakan platform ini sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam dakwahnya, Habib Husein Ja'far Al-Hadar dikenal memiliki ciri khas tersendiri yang menjadikannya berbeda dengan pendakwah lainnya seperti, pembawaan yang humoris, menggunakan pakaian yang lebih modern, serta gaya bahasa santai yang akrab dengan Generasi Z. Hal inilah yang mampu menjadikan beliau terkenal dan banyak diminati Generasi Z.⁷

Berdasarkan beberapa fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Terhadap Generasi Z di Platform Instagram @husein_hadar”.

B. Rumusan masalah/fokus penelitian

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar terhadap Generasi Z di platform instagram @husein_hadar?

⁷ Anisa Fradayanti Nugraha, Wildan Yahya, and Asep Ahmad Sidiq, “Dakwah Transformatif Habib Ja'far pada Podcast LogIn,” *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 5, no. 1 (February 3, 2025): 73–80, <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v5i1.17177>.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah apa saja yang digunakan Habib Husein Ja'far Al-Hadar terhadap Generasi Z di platform Instagram @ husein_hadar.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi penelitian ini adalah:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tolak ukur seseorang dalam berdakwah terutama dalam memanfaatkan media sosial.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan pendakwah mengenai bagaimana pengaruh bahasa dan visual konten terhadap perilaku *mad'u*.
3. Sebagai bahan perbandingan dan evaluasi dengan beberapa penelitian lainnya.
4. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua mahasiswa/i komunikasi dan penyiaran Islam.

E. Definisi Istilah

1. Strategi dakwah

Strategi merupakan suatu cara atau langkah-langkah terstruktur yang dibuat oleh individu atau sekelompok individu untuk mencapai tujuan tertentu.⁸

Dalam kegiatan dakwah, strategi digunakan sebagai pedoman bagi pendakwah sebelum melakukan proses dakwah yang mencakup pemilihan pendekatan-pendekatan berdasarkan dengan karakteristik objek dakwah, sarana media dakwah yang digunakan, serta isi materi dan tema yang akan disampaikan.

⁸ Nur Latifah and Dosen Tetap STID Mustafa Ibrahim Al-Ishlahuddiny Kediri Lombok Barat, "Strategi Dakwah Islam Di Era Digital," n.d. Vol 4. No.1 November 2023

Sedangkan dakwah merupakan suatu kegiatan keagamaan yang memiliki tujuan untuk mengajak, memanggil, dan menyeru individu maupun sekelompok individu agar mengikuti ajaran yang benar sebagaimana ditetapkan oleh Allah SWT untuk mewujudkan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran.⁹ kegiatan dakwah tidak hanya bersifat seremonial, tetapi dakwah juga harus mampu beradaptasi terhadap dinamika perkembangan teknologi, agar pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan dengan efektif dan dipahami oleh masyarakat.

Pada penelitian ini meninjau bagaimana strategi dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar terhadap Generasi Z berdasarkan strategi dakwah (sentimental, rasional dan indrawi), jenis konten dakwah, dan keefektifan dakwah yang digunakan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar pada akun Instagram miliknya @husein_hadar.

2. Habib Husein Ja'far Al-Hadar

Habib Husein Ja'far Al-Hadar merupakan salah satu pendakwah yang memiliki garis keturunan Nabi Muhammad SAW, beliau lahir pada tanggal 21 Juni 1988 di Bondowoso, Jawa Timur. Beliau juga dikenal sebagai sosok Habib yang dekat dengan kalangan anak muda karena metode dakwah yang kontekstual dan komunikatif. Habib Husein Ja'far Al-Hadar kerap tampil dengan gaya berpakaian yang modern serta menggunakan bahasa yang ringan dan santai dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Selain itu, beliau sering

⁹ Exsan Adde Adde, "Strategi Dakwah Kultural Di Indonesia," *Dakwatul Islam* 7, no. 1 (2022): 59–76, <https://doi.org/10.46781/dakwatulislam.v7i1.573>.

membawakan topik dengan isu-isu kekinian, sehingga memudahkan pesan tersebut dapat diterima oleh Generasi Z. Selain itu, Habib Husein Ja'far Al-Hadar juga menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap pesatnya perkembangan teknologi dengan perkembangan teknologi melalui media sosial sebagai sarana dakwah, guna jangkauan audiens yang lebih luas.¹⁰

3. Generasi Z

Generasi Z yang dikenal juga sebagai *Post-Millennials* merupakan kelompok Generasi yang muncul setelah Generasi Milenial. Meskipun kedua Generasi ini memiliki kemampuan yang sama terhadap teknologi, namun Generasi Z cenderung lebih menonjol karena Generasi Z lahir dan tumbuh dari dampak kemajuan teknologi digital. Oleh karena itu, teknologi digital menjadi elemen yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Berdasarkan beberapa penelitian, banyak terdapat pandangan terkait dengan tahun kemunculan Generasi Z, sehingga belum dapat dipastikan mengenai awal tahun kemunculan Generasi Z ini. Namun, menurut Dimock (2019) Generasi Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012.¹¹

Generasi Z juga sering disebut sebagai *digital natives* karena terbiasa menggunakan media digital dalam setiap aspek kehidupannya. Mereka juga dikenal sebagai karakteristik yang memiliki sikap yang cepat beradaptasi

¹⁰ Reza Pahlevi, "Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)* 1, no. 2 (2023): 141–51.

¹¹ Christian Dreyer and Hana Stojanová, "How Entrepreneurial Is German Generation Z vs. Generation Y? A Literature Review," *Procedia Computer Science* 217 (2023): 155–64, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.211>.

terhadap teknologi, memiliki sifat mandiri, kreatif dan juga sangat terbuka terhadap masalah-masalah sosial.¹²

berdasarkan karakteristik tersebut, para pendakwah mulai menyesuaikan metode dakwahnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, khususnya dalam upaya menjangkau audiens yang lebih luas, terutama terhadap Generasi Z. Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajiannya pada para pengikut akun Instagram @husein_hadar dengan rentang usia 20 hingga 25 tahun.

4. Platform Instagram @husein_hadar

Instagram merupakan salah satu platform media sosial milik Perusahaan Burbn, inc yang resmi diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010. Menurut Rahman, Instagram merupakan media jejaring sosial yang berguna untuk mempermudah semua orang untuk bertukar gambar dan video. Sedangkan menurut Atmoko, Instagram merupakan platform media baru yang menyediakan wadah untuk berinteraksi melalui sebuah gambar. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya Instagram adalah platform media sosial dengan jejaring internet yang bertujuan untuk memberikan kemudahan seseorang untuk bertukar gambar maupun video.¹³ Seiring dengan perkembangan teknologi, Instagram kerap melakukan pembaharuan dengan menambahkan

¹² Fadilla Awalia and Zulkarnaini Zulkarnaini, "Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital," *Jurnal Teknologi dan Sains Modern* 2, no. 1 (February 28, 2025): 15–25, <https://doi.org/10.69930/jtsm.v2i1.251>.

¹³ Rina Astriani and Sendi Eka Nanda, "THE EFFECT OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON FOLLOWERS' INFORMATION REQUIREMENTS IN FOLLOWING ACCOUNTS @FOLKATIVE," *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 1, no. 1 (April 23, 2022): 01–09, <https://doi.org/10.56127/jushpen.v1i1.83>.

fitur-fitur yang menjadikannya tetap eksis sebagai media sosial. Pada tahun 2013, Instagram menambah fitur *Stories* yang bertujuan untuk membagikan gambar atau video kepada pengikutnya dengan durasi waktu 24 jam.

Selain itu, Instagram juga menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyampaian pesan secara interaktif, seperti memungkinkan penggunanya untuk membagikan video lebih dari 60 detik yaitu melalui Instagram TV (IGTV), Interaksi dengan mengirimkan pesan personal melalui *Direct Message* (DM), dan lainnya.¹⁴ Dalam penelitian ini fokus kajian pada konten dakwah yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui akun Instagram @husein_hadar, khususnya pada unggahan *Feed* (Gambar) dan *Reels* (Video Pendek).

F. Penelitian terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengkaji beberapa karya ilmiah yang relevan dengan topik yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun ringkasan dari penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

1	Nama dan Judul Skripsi	Krisna Mukti tahun 2022, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul " <i>Strategi Dakwah Habib Ja'far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube Noice</i> ".
	Hasil	Penelitian ini mengungkap strategi dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar berdasarkan teori strategi dakwah Al-

¹⁴ Danijela Stojanović et al., "An Approach to Using Instagram in Secondary Education," *University of Bucharest, Faculty of Mathematics and Informatics*, 2019, 249.

		Bayanuni. Fokus utama kontennya adalah pada toleransi antar umat beragama guna membentuk cara pandang yang terbuka dan saling menghargai keberagaman agama di Indonesia.
	Persamaan	Persamaan dengan penelitian penulis yakni memiliki objek yang sama yaitu strategi dakwah yang telah dilakukan Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Selain itu, pada penelitian ini juga penggunaan teori dari perspektif Muhammad Ali Al-Bayanuni dengan menekankan tiga strategi dakwah yang mencakup sentimental, strategi dakwah rasional, dan strategi dakwah indrawi.
	Perbedaan	Perbedaan dengan penulis teliti yakni dari segi jenis platform media sosial yang digunakan, peneliti menggunakan platform Instagram yaitu pada akun miliknya @husein_hadar. Sedangkan penelitian ini menggunakan Youtube pada channel NOICE. ¹⁵
2	Nama dan Judul Skripsi	Aziz Setya Nurrohman tahun 2021, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Dengan judul <i>"Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis"</i> .
	Hasil	Penelitian ini membahas strategi dakwah yang digunakan oleh Habib Husein dalam program <i>Kultum Pemuda Tersesat</i> di kanal Youtube Jeda Nulis. Pemilihan platform Youtube didasarkan pada tingginya intensitas penggunaan platform tersebut oleh masyarakat serta efektivitas algoritmanya dalam memperluas jangkauan dakwah.
	Persamaan	Persamaan dengan penulis teliti yakni memiliki objek yang sama mengenai strategi dakwah media digital oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar.
	Perbedaan	Perbedaan dalam penelitian ini yakni, penelitian ini meneliti strategi media digital pada platform Youtube konten jeda nulis <i>"Kultum Pemuda Tersesat"</i> . Sedangkan peneliti ini meneliti strategi dakwah Habib

¹⁵ Krisna Mukti, *"Strategi Dakwah Habib Ja'far Dalam Praktik Toleransi Beragama di Youtube Noice"*, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

		Husein Ja'far Al-Hadar pada Platform Instagram. ¹⁶
3	Nama dan Judul Skripsi	Silvia Jesika Amanda tahun 2024, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU “Strategi Dakwah Angger Syafela Putra di Akun Instagram @angger_sy”.
	Hasil	Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Ustaz Angger Syafela Putra memanfaatkan platform Instagram untuk berdakwah kepada generasi muda. Ia menerapkan strategi dakwah rasional, sentimental, dan takziyah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman keagamaan para pengikutnya
	Persamaan	Persamaan dengan penulis teliti terletak pada objek penelitian yaitu bagaimana strategi dakwah yang dilakukan agar menarik simpatik terkhusus kalangan anak muda agar dapat memahami dan menerapkan pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan platform Instagram.
	Perbedaan	Perbedaan dengan penulis teliti adalah terletak pada subjeknya. Pada penelitian ini meneliti Ustad Angger Syafela Putra sedangkan penulis meneliti Habib Husein Ja'far Al-Hadar. ¹⁷

¹⁶ Aziz Setya Nurrohman, “Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube Jeda Nulis”, (Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021)

¹⁷ Silvia Jesika Amanda, “Strategi Dakwah Angger Syafela Putra di Akun Instagram @angger_sy”, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2024)

G. Sistematika Penulisan

Berdasarkan pedoman karya ilmiah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi tahun 2022, Penelitian jenis kualitatif memiliki sistematika penulisan diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN, yakni Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Istilah, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI, yakni Dakwah Era Digital, Habib Husein Ja'far Al-Hadar, Generasi Z dan Karakteristiknya, Instagram Sebagai Media Dakwah dan Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, yakni Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subjek dan Objek penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan Sumber data, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, dan Pengecekan Keabsahan Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yakni Profil Habib Husein Ja'far Al-hadar, Gambaran Akun Instagram @husein_hadar, Sajian Data, Strategi Dakwah Sentimental (*al-manhaj al-athifi*), Strategi Dakwah Rasional (*al-manhaj al-aqli*), Strategi Dakwah Indrawi (*al-manhaj al-hissi*), dan Efektivitas Dakwah terhadap Generasi Z di Instagram @husein_hadar.

BAB V PENUTUP, yakni Simpulan dan Saran.