

Aktualisasi Media Dakwah Instagram @santribatang

Mochamad Aris Yusuf¹, Fikriyatul Islami Mujahidah²

^{1,2} Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia
Email: arissanz53@gmail.com

ABSTRACT

Da'wah messages can be broadcast through works called graphic design, as stated that graphic design is a form of visual communication that uses pictures along with sentences containing messages or characters in an informative and effective manner. This foundation is practiced by @santribatang conveying messages through Instagram social media. The purpose of this research is to find out how the da'wah built by the @santribatang account uses graphic design. The method used in this study is descriptive qualitative with the position of the researcher as the key instrument. The results obtained in this article indicate that the da'wah built by the Batang students uses the da'wah method which refers to Surah An-Nahl verse 125. Bil-hikmah with gentle delivery is far from being provocative. Wal mauizatul hasanah namely with advice, guidance and motivating learning to mad'u. Wa Jadilhum Bi al-Lati Hiya Ahsan with peaceful narrative content, but did not receive a response from mad'u namely the practice of discussion. It can be seen that the santri of Batang have implemented it well, but the lack of response from mad'u has the potential to cause misunderstandings. In fact, the effort to cheer mad'u is very important to note.

Keyword: *Da'wah; Graphic Design; Batang Santri; Instagram*

ABSTRAK

Pesan Dakwah dapat ditayangkan melalui karya yang bernama desain grafis, sebagaimana pernyataan bahwa desain grafis ialah bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar beserta kalimat mengandung pesan atau karakter secara informatif dan efektif. Landasan tersebut dipraktekkan oleh @santribatang menyampaikan pesan melalui media sosial Instagram. Tujuan dalam penelitain ini untuk mengetahui bagaimana dakwah yang dibangun oleh akun @santribatang dengan penggunaan desain grafis. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan posisi peneliti sebagai intrumen kunci. Hasil yang diperoleh dalam artikel ini menunjukkan bahwa dakwah yang dibangun oleh santri batang, memakai metode dakwah yang merujuk surat an-Nahl ayat 125. *Bil-hikmah* dengan penyampain lemah lembut, jauh dari sifat profokasi. *Wal mauizatul hasanah* yakni dengan nasehat, bimbingan serta pembelajaran yang memotivasi kepada mad'u. *Wa Jadilhum Bi al-Lati Hiya Ahsan* dengan konten narasi damai, namun tidak mendapat respon dari mad'u yakni praktik diskusi. Hal tersebut terlihat bahwa santri batang telah menerapkannya dengan baik, namun minimnya respon pada mad'u, sehingga berpotensi dapat menimbulkan.

Kata Kunci: Dakwah; Desain Grafis; Santri Batang; Instagram

PENDAHULUAN

Kegiatan dakwah tidak terlepas dari diseminasi, secara sederhana kegiatan dakwah adalah kegiatan diseminasi, yaitu proses penyampaian pesan dari sumber pengirim informasi kepada penerima pesan melalui media, dengan tujuan melakukan atau memengaruhi penerima dari pesan. Perbedaan dari komunikasi adalah bahwa isi pesan dalam dakwah bersumber dari pesan Al-Qur'an dan As-Sunnah yang menjadi dasar umat Islam.

Jadi kegiatan dakwah merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi, tetapi sebaliknya tidak semua kegiatan komunikasi merupakan kegiatan dakwah. Media dakwah yang dapat digunakan untuk kegiatan dakwah adalah media komunikasi. Media lisan, tertulis, audio, visual atau audiovisual digunakan dalam dakwah. Namun, untuk menghilangkan stigma tersebut, dakwah bisa dilakukan melalui penggunaan media komunikasi visual yakni desain grafis.

Desain grafis merupakan komponen yang mampu membuat suatu karya menjadi menarik, dapat dijadikan sebagai komunikasi sebuah penyampaian pesan. Desain grafis ada keterkaitan dengan seni, maka di era modern ini banyak diterapkan oleh media sosial sebagai suatu pesan dakwah. Tujuannya untuk menarik khalayak dengan keindahan yang telah dibikin oleh desainer.

Kondisi sekarang, desain grafis banyak digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan moral, yang dikemas dengan nama *quotes*, berisi kalimat-kalimat mutiara dan ajaran Islam. Sebagaimana yang dilakukan dalam media Instagram dengan nama akun @santribatang sebagai *cyberda'wah*.

Maka, dapat disebut dakwah sebagai bagian penting dalam kehidupan beragama sekaligus partisipasi dalam media sosial, khususnya di kalangan dakwah siber yang aktif berkecimpung di bidang keagamaan sebagai dakwah. Di sisi lain, kelompok ini merupakan

generasi yang tidak bisa hidup tanpa media sosial. Untuk itu, santri batang ialah kelompok yang aktif dalam penggunaan media sosial. Berusaha menjadikan Instagram khususnya sebagai bagian dari upaya mencapai aktualisasi diri dan pemenuhan dakwah di ruang virtual (Nashrillah MG, 2018).

Keterlibatan komunitas Santri Batang di Instagram tidak hanya menunjukkan dirinya sebagai grup yang terlibat langsung di media sosial, tetapi juga berupaya menjadikan partisipasi dalam bidang dakwah sebagai bagian dari ekspresi di akun Insatagram @santribatang dalam berbagai bentuk untuk mengikuti perkembangan di Insatgram. Sehingga, tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dakwah yang dibangun oleh akun @santribatang dengan penggunaan desain grafis.

Sejauh ini ditemukan penelitian serupa yang ditulis oleh Muhammad Barmawi (2016) *Aktualisasi Dakwah Islam (Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah)*, penelitian ini menela'ah tentang formulasi dakwah Rasulullah yang dijadikan sebagai ujung tombak melestarikan agama (Barmawi, 2017). Metode dalam penelitian tersebut memakai content analysis sebagai alat menganalisis data. Dalam penelitian ini memperoleh tiga klasifikasi; pertama terminologi dakwah, kedua mekanisme dakwah, dan ketiga mengaktualisasikan dakwah.

Berikutnya ditulis oleh Ari Wibowo (2020) *Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Grafis Komunikasi Visual*, penelitian tersebut mengkaji tentang konsep digitalisasi dakwah berbasis desain komunikasi visual (Wibowo, 2020). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini, menggunakan studi literatur untuk memperjelas konsep desain dan kaitannya dengan dakwah. Penelitian ini menghasilkan tiga bentuk komunikasi digital berbasis komunikasi

visual yang digunakan oleh media sosial, yakni poster, kartun, dan video bernuansa dakwah.

Selanjutnya ditemukan penelitian pada objek yang sama, ditulis oleh Mochamad Aris Yusuf (2022) dengan judul *Integrasi, Komunikasi Komunitas Santri Batang dalam Pencegahan Intoleransi Beragama*, metode yang disampaikan pada penelitian ini, menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian tindakan jenis *grounded theory* dengan analisis Max Werber. Temuan dalam penelitian tersebut, bahwa upaya pencegahan intoleransi beragama yang dilakukan oleh santri batang, yakni jarum hipodermik, komunikasi persuasif dan *cyber security of da'wah* (Yusuf, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode berarti penggunaan secara sengaja, sebagai pedoman bagi penulis untuk melakukan penelitian. Metode penelitian memainkan peran penting dalam mengumpulkan data, penyelesaian pertanyaan dalam rumusan masalah, menganalisis, dan menafsirkan data. Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan bentuk penelitian kualitatif yaitu hasil penelitian tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya. Tujuan penelitian kualitatif ini adalah untuk mengungkapkan gejala holistik secara keseluruhan dan kontekstual dengan mengumpulkan data-data alamiah dan memanfaatkan peneliti sebagai pemain kunci utama dalam penelitiannya. Penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk kegiatan dengan mengamati, mengamati, mencari, dan menggali data atau informasi ilmiah, serta memiliki ciri rasionalitas, sistem, objektivitas, dan realitas (V. Wiratna Sujarweni, 2014).

Jenis Penelitian deskriptif kualitatif tersebut, merupakan upaya untuk menguraikan dan melakukan analisis yang dapat memberikan makna secara

maksimal terhadap objek. Metode penelitian ini didasarkan pada landasan filsafat *postpositivisme*, meneliti pada objek yang alamiah (*WALISONGO Institutional Repository*, n.d.). Objek sekunder dalam penelitian ini adalah akun instagram @santribatang, sedangkan objek primer dalam artikel ini berupa jurnal ilmiah, website, dan buku. Adapun teknik pengumpulan data, melalui dokumentasi dan studi literatur pada artikel-artikel relevan yang ditentukan oleh penulis dalam kaitannya dengan instagram @santribatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Santri Batang

Letak geografis Santri Batang berada di Pondok Pesantren Al-Insaf, kelurahan Karangasem Utara, Kabupaten Batang. Santri Batang hadir sejak permasalahan sosial, keagamaan dan media menampilkan isu-isu hoax, degradasi moral, serta radikalisme pada tahun 2016, namun disisi lain terjalin juga antara sosok guru atau Kyai, Habib dan murid serta diperdalam dengan terjadinya Kota Pekalongan sebagai tuan rumah pada Konferensi Bela Negara (M. N. Afad, 2020).

Melihat potensi media yang mampu berperan untuk mengimbangi acaman dan memecah belah negara, maka santri batang ini melakukan upaya dakwahnya dengan aksi bela Negara. Santri batang yang di cetuskan oleh pemuda yang bernama Jauhari Umar, Najmul Afad, Atina, Afif, Ghufron, Khafid, Naura dan Aris, memiliki visi dan misi (Ghufron, 2022).

Visi tersebut yakni; mewujudkan pemuda yang memiliki akhlaq karimah, berpendidikan, kreatif, toleransi, mandiri dan agamis. Sedangkan misi yang diemban oleh santri batang adalah sebagai berikut; menjadikan komunitas berbasis dakwah dalam sosial media dan dunia nyata, mengembangkan pendidikan santri kreatif, toleran, terampil dalam

mengamalkan ajaran Islam untuk kehidupan sehari-hari (Yusuf, 2022).

Selain itu ada aktivitas yang dilakukan oleh santri batang lewat perjumpaan-perjumpaan. Pertama, kopdar singkatan dari kopi darat, yakni pertemuan langsung dan mendiskusikan tentang media, seperti konten-konten yang hendak diproduksi sesuai nilai Islam dan disampaikan dengan gaya anak muda yang dapat menguatkan spirit menuju Islam Ramah.

Kedua, seminar adalah kegiatan santri batang yang memiliki tujuan untuk menyebarkan ilmu, berbagi pengalaman dan menambah jaringan relasi oleh pemuda-pemuda. Ketiga, antologi puisi ialah salah satu kegiatan santri batang dengan mengembangkan minat dan bakat kepada calon penulis untuk membuat karya-karya puisi. Keempat, kajian media merupakan ngaji yang berlangsung melalui media sosial, adalah trend musim covid-19, karena dakwah diterapkan sesuai pada perkembangan zamannya (N. Afad, 2022).

Desain Grafis dalam Dakwah

Desain grafis memiliki dua kata yakni desain dan grafis, kata desain diartikan sebagai proses atau perbuatan dengan mengatur segala sesuatu sebelum tindakan. Selanjtnya kata grafis dimaknai sebagai garis yang memiliki hubungan dengan percetakan. Maka desain grafis merupakan keterkaitan dengan cetak-mencetak yang berupa kalimat kata terbungkus gambar, angka-angka, grafik, hingga ilustrasi yang menampilkan keestetikkan dalam suatu karya (Oktavianti, 2020).

Desain grafis melalui pandangan kacamata komunikasi, termasuk dalam komunikasi visual yang memiliki hubungan dengan grafik, dua dimensi, dan statis. Sehingga seorang desainer memiliki keahlian tersebut dengan sengaja merancangnyanya untuk menjadi pusat informasi yang dapat dimengerti

oleh masyarakat. Jika informasi yang ditampilkan oleh desainer memiliki syarat dengan dakwah, maka hal itu juga disebut sebagai dakwah melalui papan informasi berupa desain grafis.

Dakwah memiliki kata *da'a*, *yad*, *u*, *da'watan* yang dimaknai dengan memanggil, mengajak dan menyeru. Sangat relevan jika dakwah adalah langkah strategis untuk mengubah keadaan suatu masyarakat mengarah yang lebih baik. Termasuk pada kondisi sekarang, dimana para pelaku dakwah melakukan upaya dakwahnya dengan berkembangnya teknologi, sehingga disebut era *cyber* (Muhaemin, 2017).

Namun, dakwah tidak lagi dimaknai sebagai kegiatan ceramah, khatib di mimbar ataupun di majelis saja. Dakwah harus mampu memberikan model yang ideal dan perlu menjawab berbagai perubahan zaman. Mengingat dakwah adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh umat Islam dan tidak pernah berhenti. Oleh karena itu, dilihat dari perkembangan teknologi komunikasi dan peradaban manusia, penggunaan internet sebagai media dakwah di era *cyber* ini merupakan hal yang penting dan mutlak, serta melengkapi media lain yang telah memberikan manfaat selama ini.

Para desainer merespon kondisi tersebut melalui pena yang dihadirkan dalam motivasi atau bernilai ajaran Islam, telah menyebarkan pesan-pesan dakwahnya di ruang virtual yang disebutnya adalah *qoutes*. *Quotes* merupakan kutipan kalimat teks atau pidato dituliskan secara pendek dan dicantumkan sumber untuk menunjukkan asal kalimat dari pencetus asli, dikemas dengan keindahan oleh pembuat desain yang kreatif mungkin, sehingga isi pesan tersebut akan mengena dan dapat di *share* pada media-media, seperti yang dilakukan oleh santri batang.



Instagram @santribatang memilih desain grafis dengan gaya sederhana yang lebih menonjolkan sosok tokoh pencetus *quotes* yang disuguhkan. Dengan menampilkan sosok penutur kalimat dalam bentuk visual gambar, Instagram @santribatang memiliki daya tarik tersendiri sekaligus memudahkan mad'u untuk mengenali tokoh dakwah yang dimunculkan dalam konten. Pemilihan warnanya pun cenderung kepada warna *soft* seperti cokelat, putih tulang, hitam, hijau, maupun biru. Pemilihan warna dan penampilan wajah *feed* tentu saja sangat berpengaruh pada pembawaan akun Instagram yang memiliki tujuan menyiarkan ajaran agama Islam.

Santri batang memilih diksi dalam konten dengan gaya simple, sederhana, namun sesuai dengan kondisi mad'u masa kini. Kata-kata yang tidak terlalu panjang namun langsung kepada intinya justru mudah diingat oleh mad'u. Terutama penikmat media sosial masa kini lebih suka konten *simple* yang tidak menyita banyak waktu dan pikiran untuk memahaminya mengingat dunia digital yang serba cepat.

Dua contoh postingan konten dalam gambar menunjukkan *quotes* tokoh terkemuka di Indonesia yang banyak digandrungi oleh berbagai kalangan terutama kaum muda milenial. Sosok Gus Baha dan Habib Ja'far dijelaskan sebagai tengah memberikan petuah di sudut gambar konten. Diikuti dengan kalimat yang tercetus melalui kedua tokoh tersebut yang merupakan nasehat kehidupan yang berlandaskan keimanan.

Model konten ini menjadi daya tarik bagi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh santri Batang karena perpaduan berimbang antara teks dan gambar dalam desainnya.

Media Dakwah Instagram

Dakwah memiliki unsur-unsur berbagai macam, salah satunya adalah media dakwah. Media dakwah adalah apa saja yang dijadikan dakwah atau alat yang ditentukan untuk mencapai tujuan dakwah. Maka, media dakwah sebagai wasilah atau alat untuk pengiriman materi promosi dakwah Islam kepada mad'u, untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat (Toybah, 2016).

Dalam kondisi dan kenyataan yang membuat teknologi semakin maju ini, dai tidak hanya dan harus menjadi penumpang, tetapi juga harus memegang kemudi agar arah kendaraan dapat mengantarkan penumpang ke tempat tujuan dengan selamat. Tidak ada salahnya menggunakan media sebagai sumber informasi untuk mengumpulkan informasi guna menambah bahan dakwahnya (Hanana, 2022).

Karena itu internet dan media juga memiliki beberapa kelebihan yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya dalam menjalankan tanggung jawabnya, yaitu: (a) Tidak tergantung waktu dan tempat. Hal ini dapat dimaklumi karena dengan media internet, masyarakat tidak perlu menunggu informasi misi atau memilih tempat untuk mengunjungi media dakwah. (b) Cakupannya luas. Internet adalah media yang tidak terbatas, informasi dakwah dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja. Dengan demikian, mad'u tidak lagi terbagi-bagi secara geografis. (c) Pendistribusian pesan yang cepat. Ketika seseorang menulis pesan dalam artikel dakwah yang kemudian dipublikasikannya di media internet, maka orang dengan sangat mudah akan menerima pesan itu dalam hitungan detik. Informasi yang ditulis

oleh para da'i dapat dibaca mad'u pada saat itu itu. (d) Keaneragaman dalam pengiriman (Muhaemin, 2017).

Sehingga, tidak heran jika media seringkali dijadikan sumber mencari bahan dakwah, dan juga sebagai penyebaran pesan-pesan dakwahnya. Dakwah bisa menggunakan berbagai Wasilla berarti lisan, tertulis, audio-visual. Salah satu media trend komunikasi visual dakwah saat ini aplikasi media sosial instagram. Santri batang memanfaatkan media intagram sebagai dakwah. Instagram adalah media sosial yang masuk dalam kategori jejaring sosial yang dapat diakses dengan mudah, dan dapat memberikan informasi (Wibowo, 2020).

Instagram termasuk aplikasi gratis, fungsi utamanya untuk unggah foto. Aplikasi ini bisa gunakan melalui gadget seperti smartphone. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang perusahaan yang mereka kembangkan yaitu Burbn, Inc. Fungsionalitas dan kegunaan Instagram bukan hanya untuk berbagi foto, namun juga dapat mengedit foto, karena telah disediakan macam-macam efek untuk mengedit foto (Kosasi et al., 2022). Melalui Instagram, ilustrasi dapat disambungkan dan diunggah melalui Internet seperti facebook, twitter, *foursquare*, *flickr*, dan *posterous* karena aplikasi tersebut dapat terhubung satu sama lain (Febri Nurrahmi, 2020).

Dakwah yang dibangun oleh Instagram @santribatang

Aktualisasi dakwah di dunia maya merupakan bagian mandiri dari ekspansi kaum milenial untuk menegaskan diri sebagai kelompok yang bergerak di bidang dakwah. Pelaku dakwah milenial yakni santri batang merupakan kelompok yang “melek” teknologi informasi dan sangat aktif menggunakan teknologi, khususnya media sosial, sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari

kelompok tersebut.

Pelaku dakwah milenial adalah kelompok yang “hidup” di media sosial karena semua kegiatan yang berlangsung, terutama dakwah selalu terikat dengan media sosial sebagai bagian dari pemenuhan dakwah, karena dakwah dilakukan tidak hanya di dunia nyata. Melainkan dilakukan di dunia maya, dunia maya telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan darinya. Dalam konteks dunia maya, kegiatan dakwah tidak selalu dilakukan dengan cara tradisional saja, tetapi berhubungan langsung dengan entitas dai itu sendiri untuk memanfaatkan partisipasi sebagai dai dalam setiap aktivitas yang dilakukannya (Uswatun, 2020).

Perwujudan dakwah dilakukan oleh Santri batang, dan meskipun tidak secara langsung menyebutnya sebagai kegiatan dakwah, namun peran dakwah bersifat padu, sehingga segala bentuk kegiatan para da'i dapat dipahami sebagai bagian dari kegiatan dakwah. Mencapai dakwah melalui keterlibatan di media sosial merupakan ikhtiar yang dimaknai secara berbeda, yakni sebagai agen perdamaian. Menciptakan Islam yang ramah dan gaungkan narasi moderat dalam agama. Dengan begitu, intoleransi, radikalisme, dan pandangan ekstrim akan hilang karena media adalah kekuatan yang mengontrol kekuasaan.

Sehingga, dakwah yang dibangun oleh santri batang berlandaskan surat an-Nahl 125:

ادْعُ 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 (bantahlah) 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 (Kemenag, n.d.).”

Ayat Al-Quran tersebut dapat diintisarikan menjadi metode dakwah yang dapat diterapkan melalui berbagai cara. Di antaranya seperti dakwah oleh santri batang melalui Instagram @santribatang.

a. *Bil-hikmah*

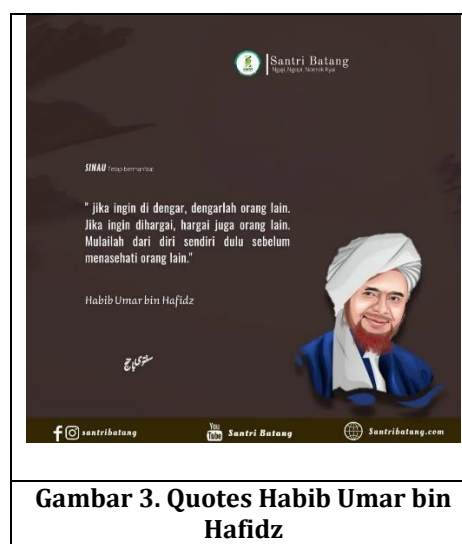
Menyerukan nilai-nilai keagamaan tidak bisa dilakukan secara frontal dan kasar. Nilai kebaikan bahkan tidak akan tersampaikan jika cara menyampaikannya tidak benar. Hal ini berlaku juga pada kegiatan dakwah yang dilakukan dengan menyinggung perasaan, maka justru akan menimbulkan permusuhan. Dakwah yang tidak dilakukan dengan *hikmah* pun akan mencoreng nama agama Islam sebagai agama yang penuh perdamaian menjadi agama yang dekat dengan kekerasan.

Al-Quran menyebut kata *hikmah* sebanyak 20 kali yang memiliki arti ilmu, pengetahuan, kebijaksanaan, pendapat dan pikiran yang bagus (Rofiq, 2020). Hikmah diartikan lebih luas sebagai suatu pendekatan bijaksana dan sedemikian rupa sehingga objek dakwah mau bergerak atas keinginannya sendiri tanpa paksaan (Maullasari, 2019). Betapa pentingnya berlaku lemah lembut sebagaimana makna kata *hikmah*. Berlaku lemah lembut harus dilakukan oleh siapa pun dan kepada siapa saja tanpa memandang bulu.

Oleh karena itu para dai harus menghiasi setiap kegiatan dakwahnya dengan sikap lemah lembut dan sopan santun. Terutama sasaran dakwah media sosial masa kini yang merupakan generasi milenial. Golongan masyarakat yang lebih mengedepankan rasionalisme dan

egoisme dalam menyikapi segala hal di sekitarnya (Alhidayatillah, 2019).

Hal ini sangat disadari oleh santri Batang sebagai pelaku dakwah milenial yang berdakwah kepada kalangannya sendiri sesama kaum milenial. Bentuk dakwah yang dilakukan jauh dari istilah provokasi melainkan lebih kepada pesan-pesan yang mendamaikan. Dakwah santri Batang melalui media Instagram @santribatang memilah diksi dalam setiap postingannya agar tidak menyinggung pihak manapun sebagaimana postingan yang mengutip kaata-kata tokoh terkemuka Islam yakni Habib Umar bin Hafidz berikut:



Gambar 3. Quotes Habib Umar bin Hafidz

Konten dakwah yang penuh perdamaian dan kreatif merupakan hal yang dinantikan banyak orang. Pelaku dakwah milenial santri Batang berusaha mewujudkannya melalui konten yang menarik dan menyejukkan hati. Isi konten dibuat berupa pesan-pesan dari para ulama terdahulu dan ulama kontemporer dan menyelipkan pesan dakwah pada quotes keseharian yang dekat dengan kehidupan milenial. Hal ini karena santri Batang sangat menyadari betapa pentingnya dakwah perdamaian agar tidak menimbulkan perpecahan

antarumat beragama atau sesama golongan umat agama Islam.

b. *Wal Maui'zatil Hasanah*

Secara esensial kegiatan dakwah tidak hanya mengajak mad'u untuk beriman kepada Allah melainkan juga untuk membangun kesadaran akan realitas sosial. Maka dari itu dakwah *wal maui'zatil hasanah* tersebut di dalam Al-Quran sebagai metode dakwah berupa nasehat, bimbingan, atau kata-kata yang bersifat pembelajaran. Berawal dari dakwah berupa kata-kata pembelajaran maka secara tidak langsung mad'u akan selalu mengingatkannya dan perlahan akan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Instagram @santribatang menggunakan quotes berupa petuah dan nasehat yang bisa diterima berbagai kalangan. Kata demi kata dalam setiap postingan merupakan kalimat yang pernah diucapkan para ulama untuk nasehat kehidupan. Pemilihan nasehat yang menjadi pesan dakwah merupakan yang paling relevan dan dibutuhkan dalam kehidupan milenial. Pesan dakwah yang disampaikan akan menjadi pegangan saat mad'u tidak tahu bagaimana harus menghadapi masalah yang tengah terjadi kepadanya (Najih, 2017).

Konten dakwah berikut merupakan salah satu postingan Instagram @santribatang yang ditujukan untuk memberikan ketenangan. Kutipan yang diambil merujuk pada pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Luthfi, seorang tokoh terkemuka Islam tentang bagaimana berdinamika dalam kehidupan agar menjadi sosok yang lebih baik setiap harinya. Konten ini mengandung nilai *wal maui'zatil hasanah* yakni pesan berupa nasehat yang bersifat pembelajaran.



Gambar 4. Quotes Habib Luthfi

Dakwah melalui pesan pembelajaran untuk kehidupan sangat penting dilakukan oleh dai masa kini. Misionaris milenial sangat mengetahui betapa banyak tantangan yang kaumnya hadapi di zaman modern ini. Mengingat berbagai akses menjadi sangat mudah sehingga permasalahan kaum milenial pun menjadi sangat kompleks (Al Khalidi, 2021). Pergaulan remaja seringkali berdampak negatif baik untuk diri sendiri atau untuk lingkungan sekitar. Bahkan data Pusat Badan Statistik (BPS) Februari 2022 menyebutkan bahwa tingkat depresi pada remaja menjadi sangat tinggi yakni 24,7% mudah marah, 16% takut berlebihan, dan 24,7% merasakan cemas berlebihan (Dwi Hadya Jayani, 2022).

Melihat fakta kondisi saat ini maka misionaris milenial melalui Instagram @santribatang menyadari bahwa metode dakwah *wal maui'zatil hasanah* menjadi pilihan yang sangat tepat. Memberikan petuah sebagai motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari agar sesuai dengan koridor agama Islam. Maka dengan begitu para mad'u yang dimaksud bisa terhindar dari sikap-sikap tidak terpuji yang merugikan dan akan menjauhkannya dari keimanan.

Santri Batang menggunakan kalimat-kalimat nasehat berupa kutipan yang diambil dari ucapan para ulama. Dengan begitu maka kredibilitas kemanfaatan

dari konten yang diunggah dapat dipercaya. Ucapan yang dikutip pun menyesuaikan dengan berbagai macam kerisauan yang menghantui para milenial. Seperti nasehat tentang bagaimana menjalani hubungan sosial, nasehat tentang motivasi dalam menimba ilmu, nasehat kehidupan tentang tidak bergantung kepada manusia, serta berbagai macam nasehat yang relevan dalam kehidupan sehari-hari lainnya.

Pesan dakwah yang disampaikan santri Batang melalui metode dakwah *wal mau'izatil hasanah* sesuai dengan konsep Al-Quran tentang penggunaan tutur kata dalam melakukan dakwah. Terdapat lima konsep Al-Quran tentang bahasa (Maullasari, 2019), di antaranya yang pertama adalah *qoulun baligha* yakni perkataan yang membekas pada jiwa. Dalam hal ini konten Instagram @santribatang mampu menyuguhkan pesan-pesan yang membekas kepada para mad'unya dengan memilih pesan dakwah yang baligh, yakni memiliki kebenaran, memiliki kesesuaian, dan mengandung kebenaran secara substansi.

Qoulun layyina yakni perkataan yang lemah lembut sebagaimana pemilihan diksi dalam setiap konten yang tidak memprovokasi atau menyinggung siapapun. Selanjutnya adalah *qoulun maysura* ialah perkataan yang ringan sehingga tidak membuat mad'u harus berpikir keras untuk memahami pesan dakwah yang disampaikan. Santri Batang menyampaikan pesan dakwahnya melalui kutipan teks dan gambar sederhana sehingga mudah dipahami dan diingat oleh mad'u.

Kompleksitas metode dakwah *wal mau'izatil hasanah* terlihat dari bahasa dan teks yang digunakan. Selanjutnya yang keempat adalah *qoulun karima* bermakna perkataan yang penuh dengan kebijakan yakni perkataan lembut. Hal ini sesuai dengan dakwah *bil hikmah* yang tidak mengenal kekerasan. Terakhir adalah *qoulun sadida* yakni tepat sasaran.

Dakwah oleh santri Batang berusaha menyesuaikan dengan kondisi mad'u yang merupakan pengguna aktif media sosial yakni kalangan milenial agar mudah diterima dan diamalkan.

c. *Wa Jadilhum Bi al-Lati Hiya Ahsan*

Dalam pelaksanaannya, kegiatan dakwah tidak lepas dari berbagai macam perdebatan atau polemik. Ini wajar terjadi karena perdebatan merupakan sebuah keniscayaan dalam kehidupan dalam aspek apapun. Agama Islam tidak melarang perdebatan dengan syarat perdebatan atau diskusi dilakukan dengan baik dan penuh sopan santun (Parhan & Alifa, 2020).

Santri batang melalui akun Instagram @santribatang menerapkan metode dakwah ini dengan cara pemilihan konten dengan narasi damai jauh dari kalimat kasar yang menyudutkan. Dai dalam kegiatan dakwahnya perlu menghindari perdebatan dengan perkataan tajam yang bisa menimbulkan perpecahan dan suasana tidak nyaman. Dengan begitu diskusi yang terbangun adalah dialog yang saling menghormati karena tujuan dari metode ini bukanlah menentukan siapa yang benar atau siapa yang salah.

Instagram @santribatang menghindari segala perdebatan melalui konten damai yang diberikan kepada mad'u. Namun meski secara konten mampu menerapkan dakwah Islam yang damai, diskusi dalam Instagram @santribatang masih kurang diterapkan dengan baik. Beberapa komentar mad'u tidak mendapat respon sehingga dapat terlihat bahwa santri Batang kurang membuka diskusi dengan sasaran dakwahnya. Hal ini tidak sejalan dengan dakwah *wa jadilhum bi al-lati hiya ahsan* yang menegaskan adanya dialog antara satu dengan yang lain.

Hal ini bisa saja menjadi sarana untuk menghindari perdebatan, namun juga merupakan respon yang negatif. Tidak membalas komentar *followers* yang

merupakan mad'u bisa menimbulkan kesalahpahaman berupa rasa tidak dihormati pendapatnya. Padahal dalam implementasi metode ini diperlukan usaha menggembirakan mad'u yakni dengan mengajak berdialog dengan tujuan menambah wawasan dan kedekatan (Mubarak & Halid, 2020). Tidak ada tujuan untuk menjatuhkan atau memunculkan kebencian dalam proses dialog melainkan untuk saling memahami perbedaan yang merupakan keniscayaan dalam sebuah kehidupan.

KESIMPULAN

Media sosial Instagram menjadi salah satu media dakwah yang paling unggul di era digital. Kemudahan publik dalam mengakses Instagram dan jangkauannya yang begitu luas merupakan peluang bagi para da'i untuk menyebarkan pesan dakwah. Sebagai media visual maka perlu desain grafis yang baik dalam menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima oleh khalayak yang merupakan mad'u. Fakta ini dimanfaatkan oleh pendakwah milenial santri Batang dengan memanfaatkan Instagram @santribatang sebagai media penyebaran pesan dakwah kepada kaum milenial.

Dakwah santri Batang dalam Instagram @santribatang menggunakan pendekatan metode dakwah yang terdapat dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125. Adapun di dalam surat ini dipaparkan metode dakwah *bil hikmah, wal mau'izatil hasanah*, dan *wa jadilhum bi al-lati hiya ahsan*. Ketiga metode dakwah ini mengajarkan dakwah penuh kedamaian yakni dengan penyampaian dakwah yang sopan santun, lembut, dan tidak memprovokasi sehingga akan memunculkan permusuhan. Sebagaimana konten-konten dalam Instagram @santribatang yang menyerukan kepada kebaikan melalui pemilihan diksi yang ringan dan menenteramkan hati pembacanya. Keseluruhan metode dakwah dalam surat An-Nahl telah

diterapkan oleh santri Batang namun kurangnya respon terhadap komentar dari *followers* yang merupakan mad'u menjadi perhatian yang harus diperbaiki.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Afad, M. N. (2020). Muda Berdaya: Sebuah Pendidikan Moderat Kritis Komunitas Santri Batang. *Islamic Management And Empowerment Journal*, 2(1), 35–52. <https://doi.org/10.18326/Imej.V2i1.35-52>
- Afad, N. (2022). *Hasil Wawancara*.
- Al Khalidi, A. (2021). Penerapan Metode Dakwah Maudziah Al-Hasanah Terhadap Pembinaan Remaja Gampong Uteun Geulumpang Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal An-Nasyru*, 8(2), 123–134.
- Alhidayatillah, N. (2019). Urgensi Dakwah Bil Hikmah Pada Generasi Millennial. *Idarotuna*, 1(2), 112–125.
- Barmawi, M. (2017). Aktualisasi Dakwah Islam (Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah). *Religia*, 19(2), 12. <https://doi.org/10.28918/Religia.V19i2.747>
- Dwi Hadya Jayani. (2022). *Survei Bps: Mental Anak Muda Paling Buruk Selama Ppk Darurat*. Databoks.
- Febri Nurrahmi, P. F. (2020). Efektivitas Dakwah Melalui Instagram. *Nyimak: Journal Of Communications*, 4(1).
- Ghufro. (2022). *Hasil Wawancara*.
- Hanana, A. (2022). Trend Postingan Selebrasi Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Generasi Muda Di Sosial Media Instagram. *Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 13(01), 87–107. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/4367>
- Kemenag. (N.D.). *Al-Quran Digital Web*. <https://quran.kemenag.go.id/>

- Kosasi, S. B., Endri, E. P., Munir, A. L., Komunikasi, J., & Islam, P. (2022). New Media: Instagram @Bolalobfootball Sebagai Media Informasi Sepakbola Masyarakat Kota Tangerang. *Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 13(01), 108–117. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/4369>
- Maullasari, S. (2019). Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki). *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(1), 162–188.
- Mubarak, M. S., & Halid, Y. (2020). Dakwah Yang Menggembirakan Perspektif Al-Qur'an (Kajian Terhadap Qs. An-Nahl Ayat 125). *Al-Munzir*, 13(1), 35–56.
- Muhaemin, E. (2017). *Dakwah Digital Akademisi Dakwah*. 11, 341–356. <https://doi.org/10.15575/Idajhs.V12i.1906>
- Najih, S. (2017). Mau'idzah Hasanah Dalam Al-Qur'an Dan Bimbingan Konseling Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(1), 144–169.
- Nashrillah Mg. (2018). Aktualisasi Dakwah Dai Millennial Di Ruang Maya: Perspektif Etika Dakwah Dengan Studi Kasus Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 18(1), 105–126.
- Oktavianti, S. N. (2020). *Karya Desain Grafis Sebagai Media Dakwah Dalam Akun "Santri Design Community" Pada Instagram*. Iain Ponorogo.
- Parhan, M., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 175–196.
- Rofiq, A. (2020). Strategi Dakwah Kiai Abdul Ghofur Di Era Milenial. *Mudir: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 47–56.
- Toybah, N. R. (2016). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku. *Alhiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 04(07), 57–79.
- Uswatun, O. (2020). Aktualisasi Dakwah Di Era Globalisasi (Dalam Menegakkan Syariat Islam). 07, 50–62.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami)*. Pustaka Baru Press.
- Walisongo Institutional Repository. (N.D.). <http://eprint.walisongo.ac.id/>
- Wibowo, A. (2020). Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan*, 02(02), 179–198.
- Yusuf, M. A. (2022). Jurnal Indonesia Sosial Sains. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(8), 1149–1158. <https://doi.org/10.36418/jiss.V3i8.632>