
KOMUNIKASI DAKWAH HABIB HUSAIN JA'FAR DAN HABIB BAHAR BIN SMITH MELALUI MEDIA YOUTUBE

Anggun Pribadi¹, Arik Dwijayanto², Teguh Ansori³

¹ IAI Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia; anggund.prb022@gmail.com

² IAI Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia; arikdj@gmail.com

³ IAI Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia; teguhans@gmail.com

Received: 30/08/2023

Revised: 10/10/2023

Accepted: 23/11/2023

Abstract

The existence of two well-known preachers Habib Bahar Bin Smith and Habib Husein Ja'far who have characteristics and methods of conveying their da'wah messages through YouTube Media is the background to the conduct of this research in which the two preachers have ways/methods of da'wah that are quite interesting to Habib Husein Ja's attention 'far with his preaching style according to millennials while Habib Bahar Bin Smit with his firm preaching style. This is of course a topic of conversation among the people besides that the style or narrative of da'wah becomes a competitive or competitive arena that has great capacity to be built by a preacher to spread ideas, ideas and interests, therefore a preacher has ways/methods of conveying Islamic teachings. The purpose of this research is to analyze how the da'wah communication between Habib Husein Ja'far and Habib Bahar Bin Smith is on YouTube social media. This study uses qualitative methods, in which data is collected from various reliable sources, such as articles, journals, and the internet. The results of this study indicate that humans find new ways or methods in finding sources of information and da'wah content that is shared through the YouTube social media owned by Habib Husein Ja'far and Habib Bahar Bin Smith can fulfill the curiosity of the public. In this case the method / way of preaching is very important because it will determine the results you want to achieve.

Keywords

: Habib Husein Ja'far, Habib Bahar Bin Smith, Dakwah, Communication, Youtube

Corresponding Author

Anggun Pribadi
anggund.prb022@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Penyebaran dakwah melalui media digital atau media sosial sekarang ini banyak dilakukan oleh para pendakwah. berdakwah dengan menggunakan media digital. Tergolong cukup mudah dan lebih praktis bukan hanya jangkauannya yang begitu luas tetapi juga menghilangkan batas-batas rasisme, ras atau golongan dan lainnya sehingga media sosial / media digital menjadi media bebas untuk melimpahkan pemikiran seseorang dalam sebuah kata, tulisan ataupun ucapan yang tidak terbatas sifatnya. Dengan melihat fakta-fakta yang ada di lapangan peluang dakwah sangatlah terbuka lebar hampir-hampir tidak ada



alasan lagi untuk tidak ikut terjun dalam berdakwah. Oleh karena itu dakwah yang seharusnya dilakukan oleh seorang da'i, habib, atau ulama yang jelas sanad keilmuannya kini tidak sedikit pula sebagian orang yang membuat konten-konten dakwah tanpa melihat background atau latar belakangnya. Ada sebagian orang yang hanya membuat konten dakwah demi menambah jumlah viewer atau pengunjung dalam platform media sosial. Di kutip dari hasil survey yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) Jakarta. Yang bertajuk "Dakwah digital narasi agama di platform online dan televisi indonesia" pada tanggal hari kamis 29 april 2021.



gambar 1.1 launching hasil penelitian
(Sumber. <https://ppim.uinjkt.ac.id>)

Hasil dari penelitian tersebut ialah "Perbedaan popularitas program keagamaan sangat bergantung pada sosok ustadz dan dari televisi mana dibandingkan isi dari narasi keagamaan. Popularitas cenderung menjadi penentu otoritas keagamaan seseorang Interaksi parasosial antara publik dan selebriti agama merupakan salah satu penjelasan kenapa publik cenderung mengikuti narasi keagamaan yang disampaikan oleh ustadz yang publik gemari. Kebutuhan untuk terafiliasi secara sosial dengan organisasi, kelompok dan pandangan keagamaan tertentu seringkali menjadi motivasi bagi fenomena pemujaan terhadap selebriti agama. Basis ekonomi bagi perkembangan

konservatisme lebih dominan di televisi konvensional dibandingkan televisi non-konvensional”.

Sementara gaya atau narasi dakwah menjadi arena bersaing atau kompetitif yang memiliki kapasitas besar untuk dibangun oleh seorang pendakwah guna menyebarkan ide, gagasan atau juga kepentingan seorang pendakwah dalam sebuah konten dakwahnya. Seringkali gaya dakwah justru menjadi polemik di tengah masyarakat karna terlalu fanatisme dan juga mengikuti tradisi Islam. sementara Indonesia sendiri merupakan bangsa yang beragam seperti perbedaan suku, ras dan golongan.

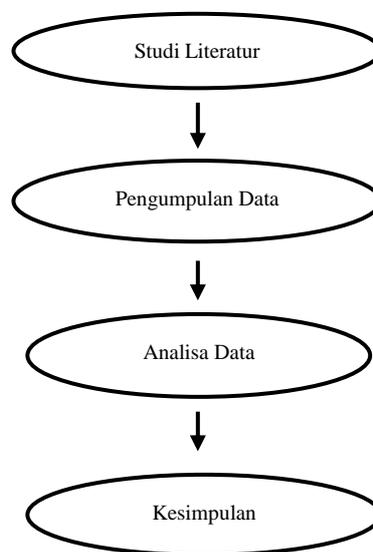
Dakwah yang membekas di hati umat memerlukan strategi dan juga metode selain itu pendekatan dalam penyampaian yang sesuai dengan golongan maupun kelompok yang menjadi sasaran. Pemanfaatan media sosial YouTube sebagai media komunikasi dalam berdakwah dan juga untuk menyampaikan materi / ajaran agama islam yang telah dilakukan oleh banyak ulama seperti halnya Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar Bin Smith dengan begitu Youtube menjadi sarana untuk berdakwah . dapat dilihat bahwa penggunaan media sosial YouTube merupakan sisi positif atau manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Hal ini dapat memperkuat alasan di gunakannya media youtube sebagai media komunikasi yang baru dalam berbagai aktivitas yang dapat dilakukan.

2. METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau data yang sebenarnya, data yang relevan/ pasti dan merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh sebab itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Studi literatur. Dalam metode ini mengumpulkan data, baik itu dalam bentuk tulisan. Gambar maupun karangan dari berbagai sumber terpercaya seperti artikel, jurnal, laporan penelitian, internet maupun yang lainnya. Studi literatur ini dilakukan agar memperoleh teori-teori yang relevan terhadap berbagai permasalahan yang dibahas di dalam penelitian, sehingga peneliti dapat menyelesaikan masalah yang diteliti dan bisa menarik kesimpulan dari teori yang di gunakan tersebut. Langkah-langkah dalam metode studi literatur dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 2. Skema Literatur

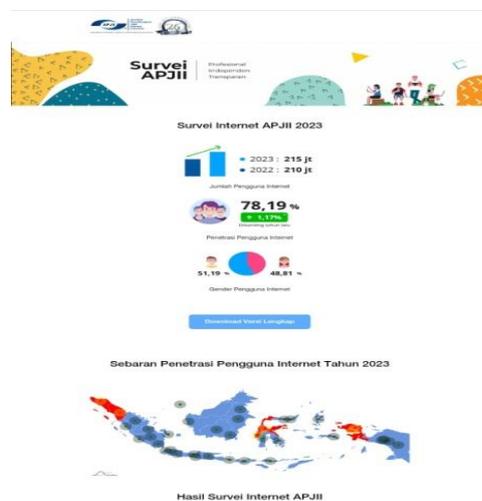
Untuk merekap seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber, karna kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian. Teknik yang di gunakan yaitu dengan studi literatur dari berbagai sumber yang terpercaya. Analisa data merupakan suatu langkah untuk memahami ,menganalisis, serta meneliti berbagai data yang telah di kumpulkan berdasarkan studi literatur dari berbagai sumber yang terpercaya sehingga bisa memperbaiki dan juga menambahkan data-data yang kurang tepat untuk memperoleh hasil penelitian yang baik. Penarikan kesimpulan, yaitu suatu langkah untuk mengambil kesimpulan dari berbagai data yang telah terkumpul dan analisa, kemudian mendeskripsikan data tersebut dengan narasi yang jelas dan mudah untuk di mengerti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Konfigurasi Dakwah Di Media Sosial

Sadar atau tidak sadar, kemunculan dan kehadiran media baru khususnya media sosial telah banyak memberikan dan memiliki pengaruh yang signifikan. Seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi cara berdakwah pun sudah mengalami perkembangan dan juga perubahan. Dakwah tidak lagi di laksanakan sederhana hanya sebatas dalam mimbar. Namun pada generasi milenial atau anak muda di zaman sekarang ini mereka mulai memanfaatkan kemajuan media teknologi yang di sebut dengan media digital. Hal ini di lakukan agar dalam menyampaikan pesan dakwah tetap menarik, efektif dan juga efisien

Sesuai dengan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 . pengguna internet di indonesia mencapai 215 juta orang naik 1,17% dari tahun 2022.



Gambar 3. Hasil Survey APJII

Sumber: <https://apjii.or.id>

Perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ada khususnya media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya. Para da'i atau pendakwah dituntut untuk kreatif dan inovatif untuk selalau mengkreasikan bentuk dakwah sehingga tidak

terkesan monoton dan ketinggalan zaman. Seperti yang sudah dilakukan oleh beberapa pihak seperti. Yafid TV, Hanan Attaki, Audio dakwah. Anza Channel KH Anwar Zahid, dan Jeda Nulis yang Melakukan Atifitas dakwahnya melalui Media Youtube. Selain itu Media Sosial Instagram Seperti Hanan Attaki, husein-hadar, gusmiftah, lailarahmah88, dan Quraish shihab. Sudah banyak pendakwah yang melakukan dan melaksanakan dakwah nya melalui media youtube bahkan sudah populer/banyak di kenal di kalangan remaja milenial

1) Dakwah Dalam Media Sosial / Dakwah Digital

Digitalisasi dakwah bisa di katakan sebagai gerakan transformasi informasi dari analog menuju digital yang mesti di lakukan untuk menyebarkan informasi dan menyiarkan ajaran agama islam yang berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah secara komprehensif dan sempurna yang di hadirkan dalam sebuah media komunikasi dengan format digital baik berupa internet, media sosial, blog, website, TV online maupun radio online. Dalam hal ini erat hubungannya dengan unsur-unsur dakwah yang ada di dalam media sosial seperti.

2) Da'i (pelaku dakwah) dalam media sosial

Dakwah menggunakan Youtube yang di lakukan oleh para da'i / pendakwah. ini membuat pesan-pesan dakwah mulai dari motivasi untuk melaksanakan sholat yang baik dan benar, motivasi untuk menjali hidup dan kehidupan, bersikap tawadhu atau menghargai orang lain, bersyukur atas nikmat, karunia yang telah Allah berikan dan pesan-pesan dakwah yang berkaitan dengan aqidah dan masalah keimanan yang di kemas dan di sajikan dalam bentuk. Postigan dakwah ini ada yang di buat dengan bahasa yang sederhana supaya cepat di pahami oleh para mad'u (masyarakat) dan ada juga yang di kupas secara lengkap dengan menyertakan dalil pendukung pesan yang di sampaikan tersebut

3) Mad'u (penerima dakwah) dalam media sosial

Dalam media sosial seorang mad'u/ khalayak adalah seorang wargane (warga internrt) yang memiliki karakter yang berbeda dalam segi penerimaan dakwah. Hal ini dikarenakan seorang khalayak memiliki latar belakang yang berbeda

4) Materi / pesan dakwah dalam media sosial

Materi atau pesan dakwah di dalam media sosial di kemas degan membuat konten yang berisikan, ceramah, video pendek, dan juga perilaku maupun sikap yang di sampikan oleh akun dakwah dalam media sosial yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist

5) Media digital /sosial sebagai media dakwah

Media merupakan faktor yang paling penting dalam proses komunikasi Metode/cara dakwah mengalami perubahan di mana pada generasi milenial atau generasi z pada masa sekrang ini para pendakwah/ da'i di tuntutan untuk dapat memanfaatkan media digital khususnya media sosial sebagai media baru untuk melaksanakan dakwah. Perkembangan teknologi tersebut harus di manfaatkan untuk keberhasilan aktivitas dakwah

6) Efek dakwah dari media sosial

Setiap orang memiliki sisi religius yang berbeda-beda dan religius ini bisa timbul dari pengaruh-pengaruh dari luar. Pengaruh tersebut bisa berupa ucapan, tingkah laku ataupun ajakan dari orang yang di anggap mumpuni dan patut untuk di contoh . sama halnya degan konten dakwah yang berada di media sosial . yang berisi nasehat dan contoh yang baik yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits yang tentunya seorang individu memiliki ketertarikan sendiri-sendiri terhadap konten-konten dakwah tersebut

7) Metode dakwah dalam media sosial

Media sosial sebagai metode penyebaran dakwah yang paling efektif. media sosial juga sangat memungkinkan untuk di jadikan sarana berdakwah yang lebih baik dan kreatif yakni melalui konten-konten yang menarik seperti membuat dakwah melalui meme, video pendek, audio, infografis dan lain sebagainya. Prinsip dasar membangun konten yang menarik di media sosial

b. Konten Dakwah Habib Husein Ja'far Dan Habib Bahar Bin Smith

1) Konten YouTube Habib Husein Ja'far Edisi 2021-11-25 "Seberapa Fir'aunkah Kita"

Pada saat ini pembawaan dakwah Habib Husein Ja'far banyak di senangi oleh masyarakat maupun anak muda / kaum milenial. Di mulai dari aktifnya Habib Husein Ja'far dalam mengemas dan menyajikan bentuk dakwah agama melalui channell YouTubenya . Namanya yang mulai di sebut-sebut sebagai da'i milenial karna dnegan pembawaan materi/pesan dakwahnya yang lemah lembut dan kekinian. Dakwah habib husiein ja'far menyasar kepada kaum milenial yang notabenenya telah jauh dari kata keislaman. Oleh karenanya dibentuklah kemasn dakwah/penyajian dakwah modern melalui media sosial youtube dengan materi yang sesuai dengan permasalahan kaum milenial.



Gambar: 5 Konten dakwah Habib Husein Ja'far

Dalam Konten dakwah ini mengandung unsur pesan dakwah tentang jangan mendekat sifat fir'aun. Saat masih kecil atau usia SD. Sering kali kita mendengar kisah tentang fir'aun. Fir'aun adalah seorang pemimpin yang kejam dalam masanya. Yang meninggalkan hikmah besar bagi umat Islam. bahkan fir'aun mengaku sebagai tuhan. Akibat kesombongannya itu di pun di laknat Allah SWT.

2) Konten YouTube Habib Bahar bin smith Edisi 2021-12-30 "Dahsyat!!!! Ceramah Habib Bahar Mebuat Para Habib yang Hadir Menangsis"

Habib bahar bin smith keberadaanya menjadi perbincangan hangat di tengah masyarakat karna beliau sosok seorang yang terbilang cukup tegas dalam setiap kesempatan cermahnya. Beberapa menyebut bahwa cara berdakwah Habib Bahar terbilang radikal dan keras, ini tidak lain karna setiap kali beliau berpidato Habib Bahar dengan lantang menyuarkan kebangkitan islam.

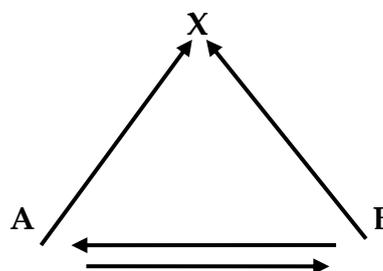


Gambar .7 Video Konten Dakwah Habib Bahar

Dalam Konten dakwah ini mengandung unsur pesan dakwah tentang melawan kedzaliman yang berada di sekitar kita. Zalim adalah suatu tindakan jahat yang menyakiti orang lain dan mengakibatkan penderitaan bagi orang lain. Baik itu penderitaan fisik maupun mental. Tindakan menyakiti ini adalah sebuah tindakan yang salah sebagai pelanggaran terhadap norma sosial tindakan yang berlawanan dengan aturan perilaku umum yang di terima.

3) Model Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far Dan Habib Bahar Bin Smith

a) Model New comb

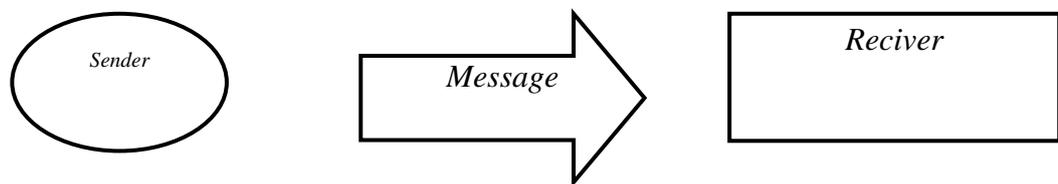


Gambar 3.9 Model Komunikasi New Comb

Model Newcom di kenalkan oleh Theodore M Newcom pada tahun 1953. Model Newcom di sebut juga sebagai model (ABX) yang

bekerja dalam format segitiga ABX. Yang A diartikan pengiriman pesan (sender), B diartikan penerima pesan (receiver) dan yang X adalah masalah kepedulian (matter of concern) A dan B mempunyai hubungan, sementara hubungan antara A dan B dipengaruhi oleh faktor X (bisa dengan tema pembicaraan, orang ketiga, masalah kebijakan).

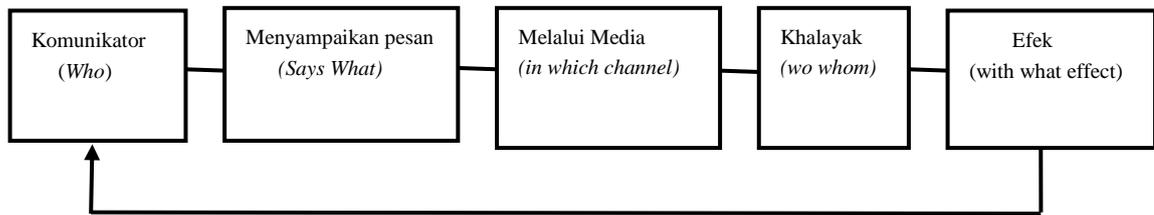
b) Model Aristoteles



Gambar 3.10 Model komunikasi Aristoteles

Model aristoteles di sebut juga dengan model retorik yang berarti retorika. Dalam Model ini memiliki dan mempunyai tiga unsur yakni pembicara/komunikator, pesan/ materi dan juga pendengar/komunikan, Berkaitan dengan model komunikasi aristoteles. keberhasilan sebuah komunikasi ditentukan oleh (3) tiga hal yakni sumber pesan-pesan di sampaikan secara berurutan atau runtut, kemudian kemampuan seorang komunikator dalam memainkan emosi seorang khalayak. Unsur komunikasi yang dikembangkan oleh Aristoteles yang meliputi pembicara, pesan dan juga pendengar menggambarkan proses komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar Bin Smith dalam konten youtubenya

c) Model Lasswell



Gambar 3.11 Model Komunikasi Lasswell

Model komunikasi linier dapat di pecah lagi menjadi model Laswell yang di perkenalkan oleh Harold D. Laswell yang di kembangkan pada tahun 1948. Model laswell di kategorikann sebagai model yang linear dan memiliki sifat satu arah. Model laswell mempunyai beberapa unsur antara lain adalah *who* (siapa), kemudian *says what* (mengatakan apa), *in which channel* (melalui media mana), *to whom* (kepada siapa), dan *with what effect* (efeknya bagaimana)

4) Dampak Konten Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar Bin Smith

Perkembangan teknologi yang semakin canggih melahirkan berbagai macam media komunikasi salah satunya media sosial. Penggunaan media sosial dari berbagai kalangan di anggap sudah sangat melekat pada setiap individu. Dan juga memberikan pengaruh yang sangat besar. berbagai kalangan muslim menjadi terpengaruh terhadap berbagai macam konten dakwah yang bisa mereka lihat dan mereka dengarkan. Sehingga terjadi perubahan perilaku maupun sikap di kalangan penggiat media sosial untuk menjadi lebih baik setelah mempelajari dan kerap mengakses dakwah di dalam media sosial. Teknologi kembali di tegaskan bahwa dapat membentuk individu bagaimana cara berfikir. Dan berperilaku di dalam masyarakat. Media sosial terbukti ampuh dalam menyebarkan dakwah disertai dengan munculnya fenomena dakwah digital atau berdakwah dengan menggunakan media sosial salah satunya media sosial Youtube. Sudah banyak para

pendakwah yang sudah menggunakan media sosial untuk menyebarkan ajaran agama islam. Seperti yang sudah dilakukan oleh Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar Bin Smith mereka menggunakan media sosial youtube dalam mensyiarkan agama islam.

Perubahan /efek karna sering mengakses channel youtube dengan tujuan untuk mempelajari ajaran agama islam dalam konten dakwah Habib Husin Ja'far dan Habib Bahar Bin smith di tandai dengan perubahan sikap, kebiasaan bahkan penampilan yang di latar belakang oleh usaha dalam memahami wawasan keislaman dari sumber atau komunikator/da'i yang di anggap tepat bagi setiap individu. Pada generasi milenial efek dari konten dakwah di tandai dengan perubahan sikap, gaya hidup seta tata cara berpakaian yang sesuai dengan syariat islam.

4. KESIMPULAN

Di era globalisasi ini menyebabkan manusia menemukan cara atau metode yang baru dalam mencari sumber informasi yang dilaksanakan tidak hanya komunikasi 2 (dua) arah dan juga proses komunikasi simetris anggota komunikasi yang saling berinteraksi / melakukan komunikasi secara real time dan stiap partisipan secara bersama-sama. Dakwah melalui media sosial bisa di katakan sebuah gerakan transformasi baru atau transformasi informasi dari analog menuju digital yang mesti dan harus dilakukan untuk menyebarkan infromasi dan mensyiarkan ajaran agama islam yang berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Dengan menggunakan media sosial youtube yang di lakukan oleh Habib Husein Ja'far dan Habib Bahar bin Smith dalam menyebarkan dan mensyiarkan ajaran agama islam kepada mad'u menimbulkan dampak yang positif. Hal ini tidak lain karena menyampaikan pesan dakwah melalui channel Youtube kapanpun dapat diakses oleh

khalayak/mad'u sehingga dapat memperbanyak wawasan dan informasi terbaru tentang ajaran agama Islam.

5. REFERENSI

- Akbar, Muhammad Fikri, Erwin Putubasai, dan Asmaria Asmaria. "Peran Komunikasi dalam Pembangunan Masyarakat." *KOMUNIKA* 2, no. 2 (15 Desember 2019): 111–27. <https://doi.org/10.24042/komunika.v2i2.6027>.
- Aning sofyan sadikin, Dwicky parestu. "Pesan dakwah di media sosial" vol 3 (2017).
- Anastasya zalfa. "Dampak konten dakwah media sosial terhadap perkembangan religius mahasiswa pai unj" vol 04 (Juni 2022). <https://bangka.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr2796542194/biodata-habib-jafar-lengkap-asal-umur-pendidikan-siapa-ayah-dan-akun-instagramnya>, t.t. Diakses 5 Juni 2023.
- Kango, Andries. "Dakwah di tengah komunitas modern" Vol 16 (Juni 2015).
- Larasati Putri, Maulina, Vera Wijayanti Sutjipto, dan Marisa Puspita Sary. "Model Komunikasi Keluarga Etnis Betawi dalam Memotivasi Pendidikan Tinggi dari Perspektif Anak." *Jurnal Komunikasi* 16, no. 1 (29 Oktober 2021): 31–46. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art3>.
- Lesnita Junianti, Irta sulastris, Arifah Yeni Agustia. "Penggunaan media sosial dalam berdakwah: study terhadap da'i di kota padang" vol 11 (Desember 2020).
- Maizuddin, M.Nur. *Persepektif al-qur'an tentang manusia dan kezaliman*. Fakultas Usuluddin Universitas Islam Negeri (UIN)Ar-Raniry, t.t.
- Mardiana, Reza. "daya tarik dakwah digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial" 10 (2020).
- "Metode dakwah yang efektif di era milenial dan digital," t.t. <https://istiqlal.or.id/blog/detail/metode-dakwah-yang-efektif---di-era-milenial-dan-digital.html>.
- Nurfitriya, sintya. "Urgensi media sosial sebagai sarana dakwah melalui media di era modrn" vol 46 (Juni 2022).
- Qodriyah, Salma Laila. "Youtube sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)." *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah* (JASIKA) 1, no. 2 (30 September 2021). <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.14>.
- Sumadi, Eko. "Dakwah dan media sosial: menebar kebaikan tanpa diskrimasi" vol 4 (1 Juni 2016).