

Dakwah's Communication Strategies in the Digital Age: the Influence of Alaydrus's Platform of Instagram

Fathimatuz Zuhro¹, Muhammad Faishol²
Institut Al Fithrah Surabaya¹
Institut Alif Muhammad Imam Syafi'i Lamongan²

Abstrak

Dakwah menghadapi tantangan besar karena beragamnya tantangan dan intensitas perubahan zaman yang setiap kali memunculkan pertanyaan dan kajian baru, dan mengingat beragamnya kebutuhan maupun kepentingan manusia yang kini cenderung lebih kritis. Salah satu da'i yang berdakwah dengan memanfaatkan teknologi yang ada yakni Ustadzah Halimah Alaydrus pada akun Instagram-nya. Dalam akunnya beliau tidak hanya video, tetapi juga jawaban atas permasalahan yang dialami oleh pengikutnya sehingga tidak jarang mereka berinteraksi dengan meninggalkan komentar pada kolom komentar. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi dakwah dan pengaruh dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus pada akun Instagram-nya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam strategi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui kinerja dan juga pengaruh dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus.

Abstracts

Divinity faces great challenges because of the diverse challenges and the intensity of changing times that each time raise new questions and studies, and given the diversity of human needs and interests that now tend to be more critical. One of the da'i who has been praising using the existing technology is Ustadzah Halimah Alaydrus on his Instagram account. In his account he not only video, but also answers to the problems experienced by his followers so not rarely they interact by leaving a comment on the comment column. The purpose of this research is to learn about the strategy of Ustadzah Halimah Alaydrus and its influence on his Instagram account. This research uses a qualitative approach to understand the strategy in depth. The result of this research is to know the performance and also the influence of Ustadzah Halimah Alaydrus.

PENDAHULUAN

Interaksi melalui teknologi pada media sosial saat ini telah mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan kehadiran media baru yang mulai berkembang pada akhir tahun 1980-an. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial menjadi salah satu produk dari revolusi digital ini, yang dapat didefinisikan sebagai platform dalam internet yang



Correspondence

Email:

muhammadfaishol@inam
is.ac.id

Keywords: Strategy
Communication, Dakwah,
Halimah Alaydrus

memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara dunia maya (Hadi, 2019).

Salah satu platform media sosial yang sangat populer dan diminati oleh masyarakat saat ini adalah Instagram (Yuliar, 2020). Instagram menonjolkan aspek visual dalam penyampaian pesan, dan penggunaannya telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Pengguna Instagram dapat dengan mudah berbagi foto dan video, yang sering disebut sebagai "update," untuk berinteraksi dengan pengikut mereka. Platform ini telah menjadi saluran penting untuk melakukan interaksi sosial di era digital saat ini.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih menyebabkan banyak perubahan di beberapa lapisan masyarakat sehingga umat manusia dalam mukabumi ini dapat mengakses banyak informasi dengan cepat dan bebas. Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi memiliki banyak peran dalam kehidupan manusia diantaranya sebagai penyebar informasi serta memperluas jaringan untuk komunikasi khususnya secara jarak jauh (Rahayu, 2019). Proses komunikasi dan pemberian informasi di era digital pada saat ini telah mengalami banyak perubahan yang mana proses tersebut dioperasikan oleh seperangkat komputer baik yang berbentuk hard atau soft dengan memanfaatkan jaringan serta fitur yang berkembang pada era digital saat ini.

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia, atau manual. Tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh computer. Termasuk kegiatan dakwah yang saat ini marak dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dakwah merupakan ajakan yang dilakukan oleh da'i kepada mad'u untuk melakukan kebaikan dan menjahui keburukan dengan tujuan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih bermanfaat baik di dunia khususnya di akhirat sesuai dengan perintah Allah SWT dan Rasul-Nya. Banyak diantara pendakwah termasuk masyarakat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyebarkan informasi yang mengandung nilai-nilai kebaikan bagi seluruh umat manusia

(Yuliar, 2020).

Komunikasi di era digital telah membawa pesan dan kesan melalui saluran untuk memberikan dampak. Sedangkan dakwah serangkaian kegiatan yang sifat menyeru, mengajak dan memanggil. Mengingat di era globalisasi disadari atau tidak, telah menimbulkan banyak dampak dan pengaruh dalam tata kehidupan berbangsa, bernegara dan bermasyarakat. Tidak jarang globalisasi membawa dan menimbulkan persoalan mengenai perubahan baru di lingkungan pondok pesantren. Era baru memaksa semua pasti akan berubah, tidak ada yang tidak mungkin tak berubah, kecuali mengikuti perubahan itu sendiri.

Dakwah sebagai jantung dari agama, karena kehidupan agama sangat tergantung pada gerak dinamis dan aktivitas dakwah yang berjalan terus menerus tanpa akhir, dan tanpa kegiatan dakwah akan mengalami kevakuman dan stagnan dalam perkembangannya. Dakwah adalah upaya tanpa henti untuk mengaktualisasikan dan mengimplementasikan seluruh nilai ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan, karena Islam selalu relevan dengan segala situasi ruang dan waktu, hanya berlaku apabila ditopang oleh kegiatan dakwah yang strategik, dan professional dan mengikuti irama pengembangan masyarakat dengan segala tantangan dan dinamikanya (WD, 2014).

Era globalisasi, citra masyarakatnya selalu berubah sebagai akibat hubungan manusia yang bergerak dengan cepat, dan kondisi obyektif masyarakat yang penuh dengan perubahan sosio-kultural, sosio ekonomi dan sosio politik yang cepat telah mengakibatkan nilai nilai kebenaran Islam ditantang untuk memberi jawaban yang tepat. Tantangan dakwah di era globalisasi semakin kompleks karena pesan pesan melalui media massa seperti internet memberikan tawaran tawaran ide dan nilai-nilai yang dikemas dalam suatu paket yang menarik. Hal tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Akan tetapi sebaliknya dakwah dapat memanfaatkan media modern itu untuk identifikasi dakwah (Zuhro & Faishol, 2021).

Komunikasi dakwah tidak hanya sebatas dakwah bil lisan, dakwah bil qolam,

dakwah bil arkan. Komunikasi Dakwah menggunakan strategi yang lebih menarik melalui media teknologi digital yang memuat rangkaian kata, gambar, dan grafis cukup hanya mengandalkan jari jemari (Zuhro, 2020). Di era digital yang serba canggih ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyampaian dakwah Islam. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform utama bagi para dai dan ustadzah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung aktif secara online.

Salah satu tokoh yang mencuri perhatian dalam dunia dakwah di era digital adalah Dai Ustadzah Halimah Alaydrus. Keberhasilannya dalam memanfaatkan platform Instagram sebagai media dakwah menarik perhatian penelitian ini. Pemilihan Dai Ustadzah Halimah Alaydrus sebagai subjek penelitian ini didorong oleh kebutuhan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkannya di dunia digital, sekaligus mengevaluasi kinerja dan dampaknya terhadap pemahaman dan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Dai Ustadzah Halimah Alaydrus melalui platform Instagram. Strategi tersebut mencakup penggunaan berbagai fitur seperti live video, IGTV, cerita, dan lainnya, serta bagaimana interaksi dengan pengikutnya dibangun. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi dampak dari strategi tersebut terhadap pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan.

Melalui pendekatan kualitatif dan analisis konten, riset ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi dakwah di era digital, khususnya melalui platform Instagram. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis terkait praktik dakwah di dunia digital dan memberikan panduan praktis bagi para tokoh agama, khususnya Dai Ustadzah Halimah Alaydrus, dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah mereka di lingkungan digital yang terus berkembang pesat.

LANDASAN TEORETIS

Teori Komunikasi Massa

Teori komunikasi massa mencakup berbagai pendekatan untuk memahami bagaimana informasi disampaikan kepada khalayak melalui media. Teori-teori ini mencakup model transmisi, kritis, efek, dan interaksi (Ayuni & others, 2023). Media baru, seperti internet dan media sosial, mempengaruhi dinamika komunikasi massa dengan membuka peluang partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses informasi dan interaksi. Di mana platform seperti Instagram dapat dianggap sebagai media massa. Dalam strategi komunikasi dakwah di era digital melibatkan konsep konsep seperti agenda setting, framing, dan cultivation theory. Menurut Gerbner (1997), “komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan pada teknologi lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan atau berkelanjutan”. Definisi milik Gerbner menggambarkan bahwa komunikasi massa menghasilkan produk berupa pesan komunikasi. Produk tersebut kemudian disebarluaskan kepada khalayak luas secara terus menerus, dalam jarak waktu tetap, seperti mingguan atau bulanan. Sama halnya penggunaan platform Instagram oleh Dai Ustadzah Halimah Alaydrus dapat meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens, memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara efektif. Kinerja dan pengaruhnya dapat tercermin dalam jumlah pengikut, interaksi, dan respons dari pemirsa terhadap kontennya.

Dakwah Islam

Teori dakwah Islam mencakup berbagai pendekatan dan strategi untuk menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Beberapa teori tersebut termasuk dakwah *bil lisan* (dakwah secara lisan), dakwah *bil hal* (dakwah melalui perilaku), dan dakwah *bil ma'lumat* (dakwah melalui informasi). Pemahaman dan penerapan teori dakwah dapat bervariasi di antara kelompok-kelompok Islam dan para dai (Gade & Hj Don, 2015). Teori dakwah Islam telah mengalami evolusi dalam strategi komunikasinya di era digital. Kinerja dan pengaruh Dai Ustadzah Halimah

Alaydrus melalui platform Instagram mencerminkan adaptasi terhadap perubahan ini. Dengan memanfaatkan media sosial, ia dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan pesan-pesan keagamaan, dan membangun interaksi secara lebih cepat dan interaktif. Keberhasilan dalam memanfaatkan platform ini dapat meningkatkan pengaruhnya dalam menyebarkan dakwah Islam.

Teori interaksi simbolik adalah pendekatan sosiologis yang menekankan makna simbolik dalam interaksi manusia. Dikembangkan oleh Herbert Blumer, teori ini berfokus pada bagaimana individu memberikan makna pada simbol dan menggunakan makna tersebut dalam berinteraksi dengan lingkungan mereka. Inti dari teori ini adalah bahwa tindakan sosial manusia didasarkan pada interpretasi makna simbolik, dan makna tersebut berkembang melalui proses interaksi sosial (Rahmah, 2013). Konsep ini memainkan peran penting dalam pemahaman bagaimana individu membentuk identitas, persepsi diri, dan memahami dunia sekitar melalui interaksi sosial. Dengan menggabungkan teori interaksi simbolik dengan platform digital seperti Instagram, Dai dapat memanfaatkan dinamika simbolik untuk membangun koneksi dan pengaruh dalam upaya dakwah mereka. Dalam konteks strategi komunikasi dakwah di era digital, penggunaan platform Instagram oleh Dai Ustadzah Halimah Alaydrus mencerminkan penerapan teori interaksi simbolik.

Selain itu, teori persuasi dapat memberikan wawasan tentang bagaimana Dai Ustadzah Halimah Alaydrus dapat membangun argumen yang meyakinkan melalui kontennya. Pada konteks digital, teori interaksi simbolik dapat membantu memahami bagaimana interaksi online dan simbol-simbol komunikasi memengaruhi persepsi dan pemahaman audiens. Sementara itu, teori personal branding juga relevan dalam mengevaluasi bagaimana Dai Ustadzah Halimah Alaydrus membangun citra dan kehadiran dirinya melalui platform Instagram. Terakhir, penelitian terkait dampak sosial media terhadap kesehatan mental dan pandangan masyarakat dapat menjadi landasan untuk menilai pengaruh positif atau negatif dari konten dakwah di era digital. Semua teori ini dapat diintegrasikan untuk menyusun landasan teoretis yang kokoh untuk memahami strategi

komunikasi dakwah melalui platform Instagram dan menganalisis kinerja serta pengaruh Dai Ustadzah Halimah Alaydrus.

Digital Age

Revolusi informasi yang dialami dunia saat ini telah menyebabkan ledakan besar dalam industri media dan pola konsumsi informasi, produksi, penyebaran, dan pembagian kontennya (Safori et al., 2023). Salah satu dampak paling mencolok dari era digital adalah transformasi dalam proses bisnis. Bisnis yang dulunya bergantung pada model konvensional beralih ke model digital, mengadopsi strategi seperti e-commerce, pemasaran digital, dan analisis data untuk meningkatkan efisiensi dan mencapai pasar yang lebih luas. Ini juga membuka peluang bagi startup dan pengusaha untuk menciptakan inovasi baru yang mengubah lanskap bisnis global.

Secara sosial, era digital telah menciptakan jaringan global yang menghubungkan individu dari berbagai belahan dunia. Media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform berbagi konten memfasilitasi komunikasi. Pada konteks dakwah, media sosial membawa perubahan yang cukup signifikan. Di era digital, potensi media sosial sebagai sarana penyebaran ajaran agama menjadi sangat penting (Jima'ain, 2023). Digital age dan komunikasi dakwah memiliki hubungan yang erat karena digital age menyediakan berbagai platform dan teknologi yang dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah secara efektif. Berikut adalah beberapa cara di mana digital age memengaruhi komunikasi dakwah:

- Platform Media Sosial: Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan para da'i dan organisasi dakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas. Mereka dapat membagikan ceramah, kajian, dan pesan-pesan dakwah secara langsung kepada pengguna media sosial di seluruh dunia.
- Website dan Blog: Membuat website atau blog dakwah dapat menjadi sarana efektif untuk berbagi artikel, video, dan rekaman ceramah. Ini juga dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan umum tentang agama dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang Islam.

- Aplikasi Mobile: Pengembangan aplikasi mobile dakwah memungkinkan pengguna untuk mengakses konten dakwah di mana saja dan kapan saja melalui smartphone mereka. Aplikasi ini juga dapat menyediakan fitur-fitur seperti jadwal kajian, notifikasi acara, dan forum diskusi.
- *Podcast* dan Webinar: Podcast dan webinar dakwah dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas. Mereka juga memungkinkan interaksi langsung antara pembicara dan pendengar melalui pertanyaan dan komentar.
- E-book dan Materi Digital: Penyediaan e-book, artikel, dan materi dakwah digital lainnya memungkinkan audiens untuk mengakses informasi dakwah secara praktis dan mudah diunduh.
- Penggunaan Teknologi Multimedia: Penggunaan teknologi multimedia seperti animasi, grafis, dan video editing dapat membuat konten dakwah lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens, terutama generasi muda yang lebih terbiasa dengan media visual.
- Interaksi Langsung dan Konsultasi Online: Platform seperti live streaming dan fitur komentar pada video dakwah memungkinkan para pendengar untuk berinteraksi langsung dengan pembicara, bertanya, dan berdiskusi tentang berbagai masalah agama.

Melalui pemanfaatan semua ini, komunikasi dakwah dapat menjadi lebih efektif, menjangkau lebih banyak orang, dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang ajaran agama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi di era digital telah mengubah paradigma penyampaian pesan dan dampaknya. Dakwah, sebagai serangkaian kegiatan yang menyeru dan mengajak, tidak luput dari pengaruh era globalisasi yang membawa perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat. Dalam konteks pondok pesantren, dampak globalisasi dapat menciptakan tantangan baru yang perlu dihadapi. Era baru ini memaksa perubahan, dan dakwah menjadi kunci penyelamatan dari berbagai permasalahan

yang timbul.

Proses komunikasi dakwah merupakan cara yang dilakukan oleh pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwah. Berdasarkan pada media yang akan digunakan untuk dakwah di era digital, maka langkah selanjutnya pendakwah dapat menetapkan metode dakwah yang akan dilakukan. Misalnya dengan memanfaatkan media *smartphone*, maka proses komunikasi dakwah dapat dilakukan dengan cara menelpon, mengirim pesan singkat, membuat konten yang berisikan gambar, video atau teks dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam *smartphone* dan lain sebagainya. Dakwah tidak hanya dipandang sebagai upaya penyelamatan manusia, tetapi juga sebagai proses kerja dan karya manusia yang diabdikan untuk Allah SWT dan sesama ummat. Dakwah menjadi wujud kesadaran untuk menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, dan menyuburkan persaudaraan. Pendekatan ini dilakukan dengan penuh hikmah, mau'idhah hasanah, dan mujaadalah secara ahsan.

Komunikasi dakwah tidak lagi terbatas pada metode lisan atau tulisan konvensional. Di era digital, komunikasi dakwah memanfaatkan media teknologi digital, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Perkembangan teknologi informasi, dengan canggihnya media digital, telah membuka peluang baru dalam penyampaian pesan keagamaan. Di era globalisasi, dakwah harus memiliki perhitungan-perhitungan yang jitu, melakukan analisis kondisi, antisipasi masa depan dengan pemikiran teoritik, kebijakan praktis dan sistematis serta memiliki strategi tertentu yaitu informasi dikendalikan untuk cakrawala umat Islam sekaligus memperkuat ketahanan nilai-nilai Islam.

Dai dan ustadzah, termasuk Dai Ustadzah Halimah Alaydrus, menjelma sebagai tokoh-tokoh yang aktif memanfaatkan platform Instagram sebagai alat dakwah. Keberhasilan Dai Ustadzah Halimah Alaydrus dalam memanfaatkan Instagram menjadi fokus penelitian ini. Pemilihan subjek ini muncul dari kebutuhan untuk menggali lebih dalam strategi komunikasi yang diterapkannya, sekaligus mengevaluasi dampaknya pada pemahaman dan kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini memiliki tujuan ganda: pertama, untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Dai Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Instagram; dan kedua, untuk mengeksplorasi dampak strategi- (Azizatul Aulia, 2020) strategi tersebut terhadap pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan.

Pendekatan kualitatif dan analisis konten digunakan dalam mini riset ini untuk memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi dakwah di era digital, khususnya melalui platform Instagram. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis terkait praktik dakwah di dunia digital dan memberikan panduan praktis bagi para tokoh agama, terutama Dai Ustadzah Halimah Alaydrus, dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah mereka di lingkungan digital yang terus berkembang pesat.

Strategi Komunikasi Dakwah di Instagram

Dalam menjalankan misinya sebagai dai di era digital, Ustadzah Halimah Alaydrus membangun strategi komunikasi dakwah yang menitikberatkan pada konten berkualitas. Kesuksesan strategi ini dapat dilihat dari penggunaan konten yang tidak hanya relevan tetapi juga edukatif, menghadirkan informasi dakwah yang dapat memberikan nilai tambah pada pengikutnya. Hal ini menjadi landasan penting, mengingat keberadaan informasi yang bermanfaat dapat menjadi magnet bagi audiens (Ummah et al., 2020).

Setiap unggahan di akun Instagram @halimahalaydrus, terdapat banyak pesan dakwah yang menarik dan bermanfaat bagi para pengikutnya. Gaya bahasanya yang mudah dipahami dan konten visual yang menarik membuat pesan-pesan dakwahnya mudah tersampaikan dan diresapi oleh para mad'u.

Pentingnya visualisasi dalam menyampaikan pesan dakwah juga menjadi fokus utama dalam strategi Ustadzah Halimah Alaydrus. Penggunaan gambar, video, dan grafik yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pemanis, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat substansi pesan dakwah. Melalui visual yang efektif, pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan dengan daya tarik yang lebih tinggi,

memudahkan pemahaman, dan meningkatkan kesan positif pada pengikut. Interaksi aktif dengan pengikut menjadi aspek kunci dalam strategi komunikasi dakwah ini. Ustadzah Halimah Alaydrus tidak hanya membangun koneksi melalui unggahan konten, tetapi juga melalui respons langsung terhadap pertanyaan dan komentar pengikut. Dengan merespons secara aktif, ia berhasil menciptakan keterlibatan yang kuat dan membangun komunitas yang responsif di platform Instagram. Hal ini tidak hanya menciptakan hubungan yang lebih personal, tetapi juga memperkuat identitas dan kepercayaan masyarakat terhadap Ustadzah Halimah Alaydrus sebagai seorang dai.

Ustadzah Halimah Alaydrus telah membuktikan bahwa dakwah dapat dilakukan dengan efektif tanpa harus memvisualisasikan segala sesuatu secara penuh. Meski tidak menampilkan sosok diri secara penuh, namun pesan-pesan dakwahnya yang menarik dan bermakna dapat terus menyebar luas, dan interaksi sosial yang dijalin dengan para mad'unya dapat tetap berjalan harmonis.

Keunikan strategi Ustadzah Halimah Alaydrus terletak pada penerapan kontestasi dan kuis sebagai alat interaktif. Langkah ini memberikan peluang kepada pengikut untuk terlibat secara langsung, menciptakan suasana yang lebih dinamis dan mengundang partisipasi aktif. Dengan demikian, pesan dakwah dapat tersebar lebih luas melalui interaktifitas yang dihasilkan oleh strategi ini. Keberhasilannya terbukti dengan lingkungan responsif dan aktif yang berhasil diciptakan, memperluas jangkauan pesan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram menjadi contoh yang inspiratif. Dengan memadukan konten berkualitas, interaksi aktif, dan elemen kontestasi, dia berhasil menciptakan pengalaman dakwah yang lebih menyeluruh dan mendalam di era digital. Dalam hal ini, keterlibatan pengikut bukan hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai bagian aktif dalam menyebarkan dan memperkuat pesan dakwah tersebut di dunia maya.

Kinerja Dai Ustadzah Halimah Alaydrus

Analisis Kinerja Dai Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram

Melalui penelitian yang mendalam terhadap kinerja Dai Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram, dapat diidentifikasi beberapa indikator yang mencerminkan keberhasilannya dalam memanfaatkan platform ini sebagai media dakwah yang efektif.

Pertumbuhan Jumlah Pengikut yang Signifikan:

Salah satu parameter utama dalam mengukur kinerja di media sosial adalah pertumbuhan jumlah pengikut. Dalam hal ini, Ustadzah Halimah Alaydrus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Jumlah pengikut yang terus meningkat menandakan bahwa kontennya memiliki daya tarik yang kuat di kalangan pengguna Instagram (Sirajuddin, 2014). Dapat diasumsikan bahwa kualitas dan relevansi konten dakwah yang disampaikan berhasil menarik perhatian publik, terutama kalangan generasi muda yang cenderung aktif secara online.

Interaksi yang Tinggi dan Respons Positif:

Tingginya tingkat interaksi, seperti jumlah like, komentar, dan berbagi, menunjukkan bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus berhasil membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan pengikutnya (Anwar, 2023). Respons positif dari audiens tidak hanya mencerminkan popularitasnya, tetapi juga menunjukkan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan berhasil menyentuh hati dan pikiran pengikutnya. Interaksi yang tinggi juga menciptakan atmosfer partisipatif di antara komunitas online, memberikan dampak positif terhadap penyebaran pesan dakwah.

Pengaruh Pesan Dakwah pada Perubahan Pemikiran dan Perilaku:

Pesan dakwah memiliki potensi besar untuk mempengaruhi perubahan pemikiran dan perilaku mad'u (penerima dakwah) (Kulsum & others, n.d.). Melalui penyampaian pesan yang jelas, relevan, dan meyakinkan, dakwah dapat merangsang refleksi dan introspeksi diri, memotivasi perubahan positif dalam pemikiran, serta mendorong adopsi perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai yang disampaikan dalam pesan dakwah tersebut. Efektivitas pesan dakwah juga dapat

dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan psikologis dari mad'u Kinerja Ustadzah Halimah Alaydrus juga dapat dinilai dari dampak pesan dakwahnya terhadap perubahan pemikiran dan perilaku pengikutnya. Jika terdapat bukti konkret perubahan positif dalam pandangan atau tindakan pengikut, hal ini menjadi indikator keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah. Peningkatan pemahaman dan implementasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari adalah bukti bahwa dakwahnya tidak hanya sekadar mencapai permukaan, tetapi juga meresap dan memberikan dampak yang lebih mendalam (Fuadi & others, 2023).

SIMPULAN

Sistem komunikasi dakwah di era digital adalah suatu cara yang dilakukan oleh pendakwah dengan menggabungkan beberapa unsur dakwah (da'i, mad'u, tahriqah, maddah, wasilah dan atsar) dalam rangka menyebarkan kebaikan (ajaran agama Islam) kepada seluruh umat manusia yang mana proses penyampaian materinya memanfaatkan perkembangan teknologi informasi sebagai sarana utama. Ustadzah Halimah Alaydrus membangun strategi komunikasi dakwah yang menitikberatkan pada konten berkualitas. Keunikan strategi Ustadzah Halimah Alaydrus terletak pada penerapan kontesasi dan kuis sebagai alat interaktif. Secara keseluruhan, strategi komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram menjadi contoh yang inspiratif. Dengan memadukan konten berkualitas, interaksi aktif, dan elemen kontesasi, dia berhasil menciptakan pengalaman dakwah yang lebih menyeluruh dan mendalam di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2023). Analysis of Communication Privacy on Instagram. *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.35905/jkmd.v5i1.4820>
- Ayuni, S., & others. (2023). *Pesan Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram*. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Azizatul Aulia. (2020). *Analisis pesan dakwah dzatiah pada caption instagram ustadzah Halimah Alaydrus*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Fuadi, M. N., & others. (2023). *Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus (Studi Pada Channel Youtube "Ustadzah Halimah Alaydrus")*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Gade, S., & Hj Don, A. G. (2015). Model Dakwah : Satu Analisis Teoritik = Dakwah Model : A Theoretical Analysis. ' *Ulūm Islāmiyyah Journal*, 2010(16), 23–41. <https://doi.org/10.12816/0028490>
- Hadi, H. S. (2019). Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer. *Al-Hikmah*, 17(2), 69–78.
- Jima'ain, M. T. A. (2023). Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1). <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444>
- Kulsum, R. U., & others. (n.d.). *Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial di Tengah Pandemi Covid-19*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif~....
- Rahmah, M. N. (2013). Kredibilitas Juru Dakwah sebagai Komunikator. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 12(24).
- Safori, A., Rahman, N. A. B. A., & Ahmad, A. K. (2023). Editorial: Media Content in the Digital Age. *Studies in Media and Communication*. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5971>
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam*, 1(1).
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210–234.
- WD, H. B. (2014). *Filsafat Dakwah*. Dakwah Digital Press.
- Yuliar, A. A. R. & A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah. *Hikmah*, 14, 55–68.
- Zuhro, F. (2020). Pendapat Da' i dalam Perspektif Hukum Islam (Tinjauan Kode Etik Dakwah QS As Saba':47). *Studia Quranika*, 5(117), 1–20. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/studiquran.v5i1.4258>
- Zuhro, F., & Faishol, M. (2021). Penggunaan Media Sosial Likee Menurut Perspektif Islam. *Sahafa*, 3(2).