

Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi

Asyraful Habib¹, Silda Rusni Wardani²

^{1,2} STAI Darul kamal Kembang Kerang NTB

sildawardani@gmail.com

Abstrak

Penelitian bertujuan mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi di Majelis Bajang Tangaji Desa Toya, Lombok Timur. Jenis penelitian menggunakan studi kasus. Sumber data penelitian ini meliputi sumber data primer yang diperoleh melalui dokumentasi, observasi dan hasil wawancara tidak terstruktur. Data skunder didapatkan melalui referensi-referensi yang bersumber dari buku, catatan dan sejenisnya guna mendukung lengkapnya data penelitian yang dibutuhkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 strategi yaitu membentuk karakter da'i, segmentasi mitra dakwah, dan materi dakwah yang ringan dan humoris. Dalam setiap dakwahnya Ustadz Ahmad Hulaifi selalu menyisipkan materi- materi yang humoris serta apa yang dialami para remaja setempat, sehingga banyak dari mereka yang tergerak untuk mendengarkan materi dakwah yang disampaikan

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Dakwah

Abstract

The study aims to determine how Ustadz Ahmad Hulaifi's da'wah communication strategy is in the Bajang Tangaji Assembly in Toya Village, East Lombok. The type of research uses a case study. The data sources for this study include primary data sources obtained through documentation, observation and unstructured interview results. Secondary data is obtained through references from books, notes and

the like to support the completeness of the research data needed. The results of this study indicate that there are 3 strategies, namely forming the character of the da'i, segmentation of da'wah partners, and light and humorous da'wah material. In every da'wah, Ustadz Ahmad Hulaifi always inserts humorous materials and what is experienced by local teenagers, so that many of them are moved to listen to the da'wah material delivered.

Keywords: Communication Strategy, Da'wah Communication

Pendahuluan

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan suatu aktifitas yang bersifat mengajak dan menyeru orang lain untuk kembali kepada jalan Allah SWT. Seruan-seruan yang penuh dengan nuansa agama dan nilai-nilai spiritual yang tinggi merupakan bagian dari muatan dakwah yang disampaikan oleh setiap muslim. Sehingga dakwah itu sendiri melekat di dalam jiwa setiap individu sebagai bagian dari pengamalan dan aktualisasi perintah Allah SWT. Pada prakteknya, dalam aktifitas dakwah tentunya tidak berbeda dengan bagaimana suatu interaksi komunikasi itu dibangun. Dalam dakwah, terdapat komponen-komponen penting yang harus difahami. Secara singkat, dalam proses dakwah tentunya suatu kegiatan ataupun aktifitas berdakwah tidak bisa terbangun jika tidak terdapat unsur-unsur dakwah seperti da'i, mad'u, metode dakwah, materi dakwah dan media dakwah. Unsur-unsur ini harus terpenuhi agar dapat dipastikan tujuan dakwah terlaksana dengan maksimal¹.

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar bagi manusia, sejak lahir dan selama proses kehidupan manusia, manusia akan selalu terlibat dalam aktivitas tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi itu bisa terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, berawal dari kegiatan yang bersifat individual, diantara 2 orang atau lebih, kelompok, keluarga, serta organisasi dalam konteks publik secara lokal maupun nasional, regional dan global, ataupun melalui media massa.² Dalam proses komunikasi tentunya melibatkan banyak elemen, diantaranya

¹ Saputra, W. (2011). Pengantar ilmu dakwah.

² Badri, M. A. (2014). Cerdas berkomunikasi ala Nabi. Pustaka Imam Asy-Syafi'.

terdapat 2 elemen penting yaitu komunikator dan komunikan. Kedua individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut dapat saling berganti peran, baik itu sebagai penerima pesan ataupun sebagai penyampai pesan. Dalam hal ini disebut sebagai komunikasi berlangsung dua arah (*two-way communication*). Dengan komunikasi ini dapat diketahui tingkat efektivitasnya³

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian nilai-nilai agama melalui media kata-kata dan tindakan. Dakwah bertujuan untuk mengajak masyarakat mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari⁴. Saat ini, dakwah dapat dilakukan tidak hanya melalui pertemuan tatap muka antara da'i dan masyarakat, tetapi juga melalui perantara media sosial⁵ Umat dapat menggunakan pesan dakwah di mana saja dan kapan saja. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi dakwah para da'i sangat penting untuk menciptakan dakwah yang efektif dan transformatif. Dalam berdakwah, seorang da'i tentu akan menghadapi berbagai tantangan. Semakin hari, tantangan yang dihadapi pun akan berbeda-beda. Di zaman sekarang misalnya, dengan berkembangnya era teknologi revolusi industri 4.0, tantangan yang akan dihadapi oleh da'i di era saat ini berbeda dengan tantangan yang dihadapi oleh da'i-da'i terdahulu. Di era revolusi industri 4.0 ini, seorang da'i dituntut untuk melek terhadap perkembangan teknologi, serta kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi yang disampaikan oleh da'i. Dalam hal ini, tidak semua da'i mampu berdakwah dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini yaitu dengan memanfaatkan ragam media seutuhnya.⁶

³ Hamidi, T. K., & Dakwah, S. (2010). UMM Pres.

⁴ An-Nabity dan Bahri F. (2008). Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i Sinar

Grafika

⁵ Zaenuddin, A. (2017). Mengapa Para Da'i Bisa Amat Populer di Media Sosial? Tirta.co.id. <https://mengapa-para-da'i-bisa-amat-populer-di-media-sosial>.

⁶ Syamsuriah, S. (2020). Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 164-174.

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal⁷ Da'i berasal dari bahasa arab yang berarti orang yang mengajak dalam istilah ilmu komunikasi tersebut komunikator. di Indonesia, Da'i juga dikenal dengan sebutan lain seperti mubaligh, ustadz, kiai. Hal ini didasarkan atas tugas dan ksistensinya sama seperti Da'i. Pada hakikatnya tiap-tiap sebutan tersebut memiliki kadar kharisma dan kilmuan yang berbeda-beda dalam pemahaman masyarakat Islam di Indonesia⁸

Penelitian strategi dakwah yang sudah banyak dilakukan oleh orang. Budi, dkk menjelaskan komunikasi dakwah memiliki peran vital sebagai penentu akan kebutuhan penyampaian pesan agama yang efektif dan efsien di era new media⁹. Amal menjelaskan dalam berdakwah, seorang da'i tentu akan menghadapi banyak tantangan. Di setiap zaman, tantangan yang dihadapi juga berbeda-beda. Misalnya, di era Revolusi Industri 4.0 ini, seorang da'i dituntut untuk melek terhadap perkembangan teknologi, serta kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi yang disampaikan oleh da'i¹⁰

Sakdiah menjelaskan yang merupakan bahwa strategi dakwah sudah dilakukan pada masa Nabi Muhammad SAW, dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Sedangkan menurut Suriati (2013) adalah strategi dakwah yang dapat diterapkan secara benar dan tepat sehingga mampu menjalin Ukhuwah Islamiyah. Sehingga aktivitas dari Da'i yang

⁷ Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cet. 3. Jakarta, Raja Grafindo Perkasa.

⁸ Wahyu, I. (2010). MA. *Komunikasi Dakwah*.

⁹ Budi, A. S., Hermansah, T., & Fanshoby, M. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MODERAT DI ERA NEW MEDIA (Studi Kasus Alumni International Muhammadiyah Boarding School Miftahul Ulum Pekajangan-Pekalongan). *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3 (1)

¹⁰ Amal, K. (2021). Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah* (JASIKA), 1 (2).

sudah dilakukan dengan efektif dan efisien dapat terjadinya perubahan perilaku dari masyarakat yang sesuai nilai dari agama Islam¹¹

Pendekatan dakwah da'i kepada kalangan remaja banyak yang belum mampu menyesuaikan gaya bahasa yang kerap disampaikan dalam dakwahnya, sehingga sulit untuk dimengerti dan dipahami. Juga da'i tidak mampu menyesuaikan materi dakwahnya sesuai dengan kebutuhan kalangan remaja, seperti sholat, tauhid, akhlak yang baik, dan spirit pemuda di masa Rasulullah SAW, tentunya tidak kalah penting banyak da'i yang masih minim melibatkan teknologi sebagai media dakwahnya, karena para remaja di era sekarang lebih aktif bergelut di media sosial. Dengan ragam masalah dan problematika yang dihadapi da'i, tentunya sangat dituntut untuk menyesuaikan dan menjawab tantangan dakwah tersebut. Sehingga mereka dituntut beradaptasi dan berinovasi untuk memaksimalkan potensi dakwah, merangkul semua golongan dan latar belakang agar proses dakwahnya berjalan dengan maksimal.

Ustadz Ahmad Hulaifi sebagai salah satu da'i muda yang sejauh pengamatan peneliti secara konsisten beradaptasi dan berinovasi dalam proses dakwahnya di kalangan muda. Aktif menggerakkan dan membimbing majelis- majelis dakwah remaja di beberapa desa dan dusun. Tentunya keberhasilan dakwah beliau menggerakkan majelis-majelis dakwah remaja di beberapa desa dan dusun tersebut tidak lepas dari gaya dan strategi dakwah beliau. Dalam proses dakwah, gaya dakwah yang dimiliki seorang da'i tentu berbeda dengan da'i lainnya. Begitu pula dengan strategi dakwahnya, seorang da'i sangat membutuhkan strategi dakwah yang dapat dengan mudah diterima serta memberikan pengaruh kepada mad'u. oleh karenanya penulis mengangkat judul Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi Pada Kalangan Remaja Di Majelis Dakwah *Bajang Ta Ngaji*

¹¹ Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. 11, 311-324

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan *field research* atau penelitian lapangan dan jenis permasalahannya. Maka jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif disebabkan data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.¹² Adapun kualitatif merupakan data yang telah berhasil didapatkan melalui hasil pencarian dan temuan fakta serta informasi yang diperoleh dari informan untuk diwawancarai lalu digambarkan dengan kalimat yang dipisahkan sesuai dengan kategorinya untuk disimpulkan

Sumber data ada dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian kualitatif sebagaimana yang digunakan peneliti dalam penelitian ini bahwa peneliti lebih mengutamakan pandangan informan yang dengan bahasa sederhananya bahwa bagaimana seorang informan menginterpretasikan dunia sesuai dengan pendiriannya.¹³ Sehingga peneliti tidak memiliki hak untuk mendapatkan data ataupun informasi yang sesuai dengan diinginkan peneliti.

Teknik penentuan sasaran dan informasi penelitian ini dilakukan melalui informan. Informan yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun teknik penentuan sasaran dan informasi penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, maka jumlah informan sudah ditentukan berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti¹⁴ Dalam hal ini adalah mereka yang sedang terlibat dalam proses perkuliahan tahun akademik 2024. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku, diperoleh berdasarkan catatan-catatan, diperoleh dari internet yang berhubungan dengan penelitian. Data Sekunder adalah data yang diperoleh penulis dari sumber yang

¹² Danim, S. (2002). Menjadi peneliti kualitatif.

¹³ Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.

¹⁴ Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.

sudah ada sumber data sekunder, merupakan data pendukung berupa buku, jurnal dan referensi, dan dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung (tanpa perantara) untuk melihat lebih dekat aktivitas yang dilakukan objek tersebut¹⁵ Wawancara adalah percakapan antara periset (seorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seorang yang diasumsikan memiliki informasi penting mengenai suatu objek). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif¹⁶

Metode observasi dan wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data¹⁷ Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan sesuatu selain data tersebut untuk validasi atau perbandingan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua triangulasi yaitu triangulasi berbasis sumber dan triangulasi berbasis metode.¹⁸

Hasil dan Pembahasan

Strategi sangat diperlukan agar dapat tercapainya tujuan yang dimaksud. Dalam prakteknya, setiap individu maupun kelompok memiliki strategi yang berbeda-beda agar dapat tercapainya tujuan yang diinginkan. Strategi dapat dihubungkan dengan komunikasi, strategi komunikasi dilakukan di dalam suatu interaksi komunikasi yang

¹⁵ Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. *(No Title)*.

¹⁶ Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.

¹⁷ Prasetyo, B. (2012). Metode penelitian kuantitatif.

¹⁸ Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2014). Metodologi penelitian kualitatif.

didasarkan atas efektifitas dan peluang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan itu dapat diterima atau tidak

1. Penyusunan strategi komunikasi

Dalam penyusunan proses strategi komunikasi, langkah-langkah yang diperlukan meliputi: mengidentifikasi mitra dakwah, komunikator, media, pesan serta keberhasilan yang dicapai. Dalam penyusunan strategi komunikasi tentu tidak bisa terlepas dari perencanaan dan manajemen untuk tercapainya tujuan yang diinginkan. Untuk mendapatkannya, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilaksanakan, artinya bahwa pendekatan yang akan digunakan bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi. Peneliti menemukan beberapa strategi yang digunakan Ustadz Ahmad Hulaifi dalam mencapai tujuan dakwahnya di kalangan remaja sebagai berikut:

a. Membentuk karakter da'I (komunikator)

Dalam proses dakwah, seorang da'i dituntut memiliki wawasan yang luas dan kreatifitas yang tinggi. Karena ia memiliki peran yang sangat penting dalam membangun suatu lingkungan dakwah yang efektif. Seorang da'i dituntut harus memiliki tiga syarat utama dalam dirinya, yaitu: (1) kredibilitas, (2) daya tarik, dan (3) kekuatan.

Bagi seorang dai, kredibilitas itu penting karena segala macam tingkah laku harus sesuai dengan apa yang disampaikan sehingga mitra dakwah menjadi tertarik menjalankan apa pesan yang disampaikan dai. Sedangkan daya tarik merupakan faktor utama dalam kesuksesan seorang dai dalam membangun interaksi dengan mitra dakwah atau jamaahnya. Dan adapun kekuatan, ketika seorang dai telah memiliki kredibilitas dan daya tarik, maka ia telah memiliki power untuk mempengaruhi dan mengendalikan mitra dakwah untuk mencapai target yang ingin dicapai

Sebagai seorang dai, Ustadz Ahmad Hulaifi membentuk karakter da'i nya dengan memenuhi tiga syarat utama di atas sehingga awal dakwahnya dapat diterima oleh kalangan remaja di

desa tempat tinggalnya. Pararemajatentu tidak sertamerta menerimadengan mudah seorang dai yang berdakwah di kalangan mereka, sehingga sangat sulit untuk membangun komunikasi di antara dai dan remaja. Maka yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Hulaifi adalah dengan mendekati ketua remajanya. Pendekatan yang dilakukan Ustadz Ahmad Hulaifi iniseperti sedang menunjukkan kredibilitas, daya tarik dan kekuatannya sebagai dai di kalangan remaja agar dapat menumbuhkan ketertarikan mereka dalam kegiatan dakwahnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Ustadz Ahmad Hulaifi berikut:

*"Strategi Komunikasi dakwah kita yaitu yang pertama, dengancara mendekati ketua gengnya dulu, awal-awalnya itu saya lebih banyak nya itu ke dakwah bil-hal dulu, jadi misalnya, ketika saya pergi mengisi kajian-kajian, kadang ada tuh gantusan-gantusan (bingkisan-bingkisan) dari jama"ah lah, nah setelah itu, itu langsung kita kasih mereka, saya tidak ngomong apa-apa, Cuma bilang Assalamualaikum, dan terus kita perhatikanlah mereka, jadi awal-awalnya itu kita berikan perhatian yang lebih kepada mereka melalui tindakan kita, nah setelah itu kita duduk-duduk dengar-dengar curhatan mereka, nah ternyata akhirnya mereka pun orang yg haus dengan ilmu agama buktinya sampai sekarang masih pengen juga mereka mengaji duduk di majelis ilmu, nah begitu kurang lebih."*¹⁹

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Ahmad Fauzi sebagai Ketua Majelis Remaja Dakwah Bajang Toya TaNgaji:

*"Waktu baru pulang dari Mesir dulu kan Ustadz Hulaifi tidak langsung berdakwah ke remaja-remaja seperti majelis pengajian. Tapi beliau coba bicara dan bergaul sama pemuda-pemuda disini bukan sebagai seorang Ustadz. Soalnya bisa dibilang tidak ada Ustadz yang mau dakwahi anak muda sehingga kami juga tidak terlalu tertarik untuk mendalami ilmu agama".*²⁰

¹⁹ Wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

²⁰ Wawancara Ahmad Fauzi, 2025

Para remaja tentu sangat berharap agar mereka juga mendapatkan siraman rohani dari para dai. Namun sangat sedikit dai yang berminat untuk dekat dengan dunia remaja. Sehingga hal tersebut seperti ada pembatas antara dai dengan remaja. Kehadiran Ustadz Ahmad Hulaifi dengan karakter yang kuat dengan penguasaan ilmu agama, memiliki daya tarik yang kuat serta memiliki power sebagai seorang dai membuat dakwahnya dengan mudah diterima oleh para remaja di Majelis Dakwah Bajang Ta Ngaji.

b. Segmentasi Mitra Dakwah

Berdakwah di kalangan remaja memiliki tantangan tersendiri bagi Ustadz Ahmad Hulaifi. Namun berbekal ilmu agama yang sangat kuat serta didorong dengan keinginan untuk memperbaiki pergaulan remaja di desanya membuatnya tidak patah semangat. Sehingga Ustadz Ahmad Hulaifi tidak henti-hentinya mencoba membangun kedekatan dengan remaja melalui berinteraksi satu sama lain dan membangun komunikasi yang intens agar remaja tertarik dengan dakwah yang dibawanya

Kehadiran Ustadz Ahmad Hulaifi yang sangat aktif dengan dunia dakwah khususnya di kalangan remaja ibarat gayung disambut. Artinya keinginan berdakwah beliau di kalangan remaja yang kuat diikuti dengan semangat dan keinginan para remaja untuk mendalami ilmu agama dan memperbaiki kualitas hidup mereka di usia yang termasuk produktif ini. Hal ini sejalan dengan temuan pada hasil wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi berikut:

"... Kita mendakwahi anak muda itu gak gampang gak sulit juga. Tergantung gimana kedekatan kita sama mereka aja. Kalo sama anak muda ini kan enaknya kita bisa berkolaborasi untuk kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pengajian, gotong royong dan lain- lain. Jadi enak pendekatannya sama anak muda. Meski ya gak langsung diterima juga keberadaan kita pada awalnya".²¹

²¹ Wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan salah satu remaja yaitu Firdaus yang tergabung di dalam Majelis Dakwah Bajang Ta Ngaji berikut ini:

*"Suatu keistimewaan yang dihadirkan oleh Allah SWT setelah ustadz hulaifi ini mendekati para pemuda sampai terbentuknya majelis ini, pokoknya sungguh waktu yang tepat dengan apa yang di butuhkan para pemuda ini atas kehadirannya Ustadz Hulaifi yang ingin mengajak kesuatu hal perbuatan yang bermanfaat untuk dunia dan akhirat kita."*²²

Strategi dakwah di kalangan remaja sangat dibutuhkan dikarenakan latar belakang kehidupan masing-masing remaja sangat beragam. Sehingga perlu menyesuaikan diri bagaimana agar dakwah yang disampaikan beliau sangat diterima dan memberikan daya tarik bagi remaja untuk tetap konsisten mengikuti dakwahnya.

c. Materi Dakwah Yang Ringan dan Humoris

Materi dakwah dengan bahasa yang ringan dan terselip humoritu sangat sesuai dengan remaja. Terlebih lagi jika seorang dai sedang mencoba melakukan pendekatan dakwah di kalangan remaja yang terbiasa asing dengan majelis dakwah. Materi dakwah dengan bahasa yang ringan ini tentu akan memberikan ketertarikan bagi remaja untuk menambah penguasaan ilmu agamanya.

*"Kan kalo kita dakwahnya sama kanak-kanak bajang (remaja), ya jangan kasi penjelasan yang berat-berat. Perlu kita sesuaikan dulu materinya supaya mereka nyaman. Kalo mereka udah nyaman, materi dakwah yang lain jadi gampang dijelasin. Kita ajarin tentang cara sholat yang bener, bacaan sholat, dan lain-lain. Kalo mereka udah biasa dengan materi itu, baru kita ganti ke materi yang agak lebih kepada bagaimana mereka merubah pola hidup yang baik sesuai tuntunan agama".*²³

Hal tersebut sejalan dengan temuan penelitian melalui hasil wawancara dengan salah seorang jamaah Majelis Bajang Ta Ngaji

²² Wawancara dengan Firdaus, 2025

²³ Wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

yaitu Abdul Karim sebagai berikut:

*"Beliau itu (Ustadz Ahmad Hulaifi) bisa memposisikan diri. Mungkin karena beliau juga pernah muda jadi materi dakwahnya selalu disesuaikan dengan kebutuhan remaja-remaja ini. Biasanya kan kita ga terlalu faham dengan cara sholat yang betul, jadi itu yang diajarin sama beliau ..."*²⁴

Pentingnya bagi dai memastikan bobot materi dakwah yang ingin disampaikan dengan tingkat kebutuhan mad'u merupakan poin yang sangat penting dalam kesuksesan proses dakwah yang juga dalam hal ini materi-materi dakwah yang disampaikan harus secara bertahap, tidak langsung harus disampaikan semuanya pada saat itu juga. Dengan penyampaian materi dakwah secara bertahap yang dilakukan Ustadz Ahmad Hulaifi membuat eksistensi jamaah remaja yang tetap hadir di Majelis Dakwah Bajang ini tetap ramai dengan materi yang ringan sehingga mudah difahami. Hal tersebut diakui oleh Ahmad Fauzi dalam petikan wawancaranya:

*"Jadi Ustadz Hulaifi ini termasuk, salah satu di Lombok Timur, satu ke atau dua orang yang mau menyentuh anak-anak muda untuk memperbaiki generasi anak-anak muda, karena menurut saya itu, bagi para ustadz maupun tuan guru yang menyentuh kalangan anak muda untuk mengajak hal kebaikan supaya terhindar dari melakukan tindakan maksiat termasuk bagian karakter para nabi menurut saya. contohnya saya, yang awalnya jarang sekali sholat, setelah di dekati sama Ustadz Hulaifi dan mendengarkan penyampaian beliau itu, alhamdulillah sampai saat ini belum ada yang bolong sholat lima waktu itu, saya tidak tau kedepannya, tapi semoga saya tetap istiqomah."*²⁵

Ahmad Fauzi yang sebelumnya termasuk pribadi yang jarang shalat, sejak ikut di majelis dakwah bajang yang dipimpin Ustadz Ahmad Hulaifi menjadi rajin shalat. Karena mudahnya difahami isi penyampaian materi yang disampaikan

²⁴ Wawancara Abdul Karim, 2025

²⁵ Wawancara Ahmad Fauzi, 2025

Pendekatan Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi

Dalam buku Metodologi Penelitian Dakwah karya Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, makna dari istilah pendekatan sama dengan metodologi yang berarti sudut pandang atau cara melihat dan memperlakukan sesuatu sehingga menjadi perhatian atau masalah yang sedang dikaji.²⁶ Jadi pendekatan dakwah merupakan penentuan strategi atau pola dasar serta langkah dakwah yang didalamnya terdapat metode dan teknik agar tercapainya tujuan dakwah.²⁷ Sebagai seorang dai, tentu seorang dai sangat membutuhkan penguasaan yang beragam terkait dengan pendekatan-pendekatan dalam dakwah. Mengingat latar belakang kehidupan, pendidikan dan pekerjaan mitra dakwah yang sangat beragam tentu menuntut penyesuaian metode dalam dakwah.

Ustadz Ahmad Hulaifi termasuk salah satu dai muda dengan segudang ilmu dakwah yang didapatkan dari hasil menimba ilmu di Universitas Al-Azhar Mesir tentu sangat mengerti dan menguasai bagaimana pendekatan dakwah yang sesuai dengan remaja yang di dakwah khususnya para remaja yang tergabung di dalam Majelis Dakwah Remaja Bajang Ta Ngaji. Di antara pendekatan-pendekatan yang beliau gunakan dalam kegiatan dakwahnya di kalangan remaja sebagai berikut:

1. Dakwah *bil Hal*

Dalam ilmu komunikasi, dakwah *bil hal* merupakan komunikasi nonverbal yang berisi pesan-pesan dalam bentuk tanda atau tindakan tertentu. Bagi Ustadz Ahmad Hulaifi, pendekatan dakwah *bil hal* ini merupakan akar dari kesuksesan dakwahnya di kalangan remaja khususnya di Majelis Dakwah Bajang Ta Ngaji. Hal tersebut diungkapkan oleh Ustadz Ahmad Hulaifi dalam petikan wawancara berikut ini:

²⁶ Muhtadi, A. S., & Safei, A. A. (2003). Metode penelitian dakwah. *Bandung: Pustaka Setia*.

²⁷ Setiawati, R. (2009). Ilmu Dakwah. *Bandar Lampung*.

*"... Jadi awal-awalnya itu kita berikan perhatian yang lebih kepada mereka melalui tindakan kita, nah setelah itu kita duduk-duduk dengar- dengar curhatan mereka, nah ternyata akhirnya mereka pun orang yg haus dengan ilmu agama buktinya sampai sekarang masih pengen juga mereka mengaji duduk di majelis ilmu, nah begitu kurang lebih...."*²⁸

Di samping itu juga, dakwah *bil hal* Ustadz Ahmad Hulaifi kepada remaja Majelis Dakwah Bajang Toya Ta Ngaji adalah dengan banyak berinteraksi dengan mengikuti gaya mereka. Interaksi yang dilakukan ini disini tidak hanya komunikasi melalui lisan saja, tapi juga dengan tindakan untuk membangun kenyamanan dan keintiman selama proses dakwah berlangsung.

*"...Kalau kita tidak mau mengikuti gaya mereka, yaudah kita gak bisa kita masuk ke dunia mereka-mereka itu, jadi dari ucapan kita, dari apa namanya gaya penampilan kita, kita bukan berarti mengikuti gaya penampilan mereka, tidak, cuman untuk masuk ke dalam dunia mereka dulu, nah sejatinya yang susah itu masuk kedunia mereka, karena kalau udah masuk tu, nah mereka nyaman ama kita, yang masuk ini yang susah, kalau kita tidak mengikuti gaya mereka ..."*²⁹

Bahkan Beliau tidak mempermasalahkan bagi remaja di Majelis Dakwah Bajang Toya TaNgaji dalam proses pengajian atau sedang bermajelis ada yang merokok, menggunakan celana pendek, rambut gondrong dan berwarna dan lain-lain. Meski hal tersebut sangat penting untuk disampaikan agar dapat diubah penampilannya, tapi lebih penting lagi adalah menjaga konsistensi para remaja untuk tetap hadir di Majelis apapun kondisi dan penampilannya, terlebih lagi jamaahnya merupakan kalangan remaja yang membutuhkan pendekatan yang berbeda-beda. Sehingga pendekatan yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Hulaifi dianggap sukses dan berhasil mencuri hati para remaja Desa Toya untuk ikut ngaji di Majelis Dakwah Bajang Toya Ta Ngaji. Sebagaimana hasil wawancara dengan Abdul Karim berikut:

²⁸ Wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

²⁹ Wawancara Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

“Termasuk pendekatannya ini hal yang langka sehingga anak-anak muda inicepat kecantol sama beliau, ya meskipun anak-anak muda di umur 15 tahun mungkin satu dua yang menerima, karena diusia mereka itu masih tinggi rasa ingin memuaskan masa mudanya, palingan di usia 20 ke atas, bisa lah dikatakan cepat menerima beliau, intinya bisa di katakan cukup maksimal lah dikatakan pendekatannya terhadap kalangan anak-anak muda dalam berdakwah.”³⁰

Sejalan dengan hasil wawancara dengan Musyaddad Akbar selaku Pembina Majelis berikut:

“Beliau (Ustadz Ahmad Hulaifi) tidak pernah mempermasalahkan terkait dengan penampilan para remaja yang ikut ngaji. Meski penampilan mereka seperti itu, tapi isi hati mereka kan tidak ada yang tau. Kan Allah tidak memandang penampilan kita, tapi isi hati kita. Yang penting na mele ngaji (mereka mau ngaji)”³¹

2. Dakwah bil Lisan

Dakwah *bil Lisan* merupakan salah satu proses yang tidak kalah pentingnya dengan dakwah *bil Hal*. Dakwah *bil Lisan* di dalam ilmu komunikasi disebut juga dengan komunikasi verbal, artinya pesan-pesan komunikasi disampaikan melalui lisan. Dalam hal ini, jika kita melihat salah satu kesuksesan dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi di kalangan remaja sehingga dakwahnya mudah diterima mereka adalah gaya bahasa atau penyampaiannya yang berbeda dibandingkan dai lainnya. Pendekatan bahasa yang digunakan selama proses interaksi berlangsung tidak menggambarkan antara seorang dai dengan mad'u. Tapi beliau lebih memposisikan diri dan gaya bahasanya layaknya anak muda atau remaja.

“Salah satu trik pendekatan saya itu, apaya, kalau saya pribadi itu salah satunya di antaranya adalah gaya kita itu sesuaikan dengannya mereka juga, jadi misalnya gaya penampilan kita gaya ngomongnya kita kemudian jangan sok-sokanlah sok jadi ustadz gitu di depan mereka gitu”³²

Bagi Ustadz Ahmad Hulaifi, gaya bahasa yang digunakan

³⁰ Wawancara Abdul Karim, 2025

³¹ Wawancara Musyad Akbar, 2025

³² Wawancara dengan Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025

seakan- akan menggambarkan seperti interaksi antar sesama remaja. Tidak ingin memposisikan diri antara seorang Ustadz dengan Jamaah dengan posisi yang berbeda. Gaya bahasa ini juga menentukan bagaimana materi dakwah dapat difahami dengan mudah. Jika materi dakwah disampaikan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan remaja yang dimajelis dakwahnya, maka akan sangat gampang materi dakwahnya diterima. Sebagaimana sejalan dengan petikan wawancara dengan Abdul Karim berikut:

*"... Yang pastinya santun, intinya gaya bahasanya itu mudah kita pahami terutama bagi kita yang awam, pokoknya mudah kita pahami gaya bahasanya bagi kita yang pemula dalam berhijrah ini."*³³

Dalam ilmu komunikasi, jika pesan-pesan yang disampaikan seorang komunikator dapat difahami oleh komunikan serta memberikan efek dan terjadinya feedback antara komunikator dengan komunikan, sejatinya proses interaksi komunikasi tersebut disebut komunikasi yang efektif

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan peneliti tentang "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi Pada Majelis Remaja (*Studi Kasus Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaifi pada Majelis Dakwah Remaja Bajang Ta Ngaji Desa Toya*)". Maka, dapat ditarik kesimpulan strategi komunikasi dakwah ustadz ahmad hulaifi diantaranya; membentuk karakter da'I (komunikator), segmentasi mitra dakwah dan materi dakwah yang ringan dan humoris. Dalam ilmu komunikasi, pesan-pesan yang disampaikan seorang komunikator dapat difahami oleh komunikan serta memberikan efek dan terjadinya feedback antara komunikator dengan komunikan, untu itu pendekatan dakwah ustadz ahmad hulaifi menggunakan dakwah *bil hal* dan dakwah *bil lisan*.

³³ Wawancara dengan Abdul Karim, 2025

Daftar Pustaka

- Amal, K. (2021). Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah* (JASIKA), 1(2).
- An-Nabity dan Bahri F. (2008). Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i Sinar Grafika
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. (*No Title*).
- Badri, M. A. (2014). Cerdas berkomunikasi ala Nabi. Pustaka Imam Asy-Syafi'.
- Budi, A. S., Hermansah, T., & Fanshoby, M. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH MODERAT DI ERA NEW MEDIA (Studi Kasus Alumni International Muhammadiyah Boarding School Miftahul Ulum Pekajangan-Pekalongan). *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3 (1).
- Cangara, H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Cet. 3. Jakarta, Raja Grafindo Perkasa.
- Danim, S. (2002). Menjadi peneliti kualitatif.
- Hamidi, T. K., & Dakwah, S. (2010). UMM Pres.
- Hasil Wawancara dengan Abdul Karim, 2025
- Hasil Wawancara dengan Firdaus, 2025
- Hasil Wawancara dengan Musyad Akbar, 2025
- Hasil Wawancara dengan Ustadz Ahmad Hulaifi, 2025
- Ismail, I., & Hotman, P. (2013). *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Kencana.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2014). Metodologi penelitian kualitatif.
- Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. 11, 311-324
- Muhtadi, A. S., & Safei, A. A. (2003). Metode penelitian dakwah. *Bandung: Pustaka Setia*.
- Prasetyo, B. (2012). Metode penelitian kuantitatif.

- Syamsuriah, S. (2020). Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 164-174.
- Saputra, W. (2011). Pengantar ilmu dakwah.
- Setiawati, R. (2009). Ilmu Dakwah. *Bandar Lampung*.
- Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.
- Wahyu, I. (2010). MA. Komunikasi Dakwah.
- Zaenuddin, A. (2017). Mengapa Para Da'i Bisa Amat Populer di Media Sosial? Tirta.co.id. <https://mengapa-para-da'i-bisa-amat-populer-di-media-sosial>.