



Analisis Dakwah : Komunikasi Dakwah Ismail Al-Kholili Melalui Media Sosial Instagram

L. Fina Mahzuni Azki Sururi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Korespondensi Penulis: lfinamahzuni14@gmail.com

Abstrack: *In da'wah activities, language plays a crucial role as a means of communication that can be understood by every person or target of da'wah. Clear, simple, and communicative language will facilitate da'wah practitioners in conveying religious messages to the community. Da'wah communication is not limited to the use of verbal symbols such as words, but also includes nonverbal symbols that can strengthen the meaning of the da'wah message itself. Along with the development of information technology, da'wah media has also undergone significant changes. While da'wah was previously carried out through religious study groups, mosques, and face-to-face forums, social media has now emerged as a new, effective platform for conveying da'wah messages. One widely used social media platform is Instagram. This medium has a strong visual character, prioritizing images, videos, and short texts that are easily accessible to users. This is a unique attraction for da'wah practitioners in conveying religious messages to a wider audience, especially the younger generation who actively use Instagram. Through features such as feed uploads, Instagram Stories, and live broadcasts, da'wah can be packaged in a more creative, engaging, and relevant way to meet the needs of today's mad'u. One figure who utilizes Instagram as a means of da'wah is Ismail Amin Al-Kholili. Ismail's approach emphasizes the importance of da'wah communication that is appropriate to the context of the mad'u. In terms of message interaction, his da'wah can be studied through several forms of communication, namely da'wah bil-hal, da'wah bil-lisan, and da'wah bil-khitbah. Da'wah bil-hal is seen in the actual practice of behavior and exemplary behavior displayed, da'wah bil-lisan through lectures or advice delivered in audio-visual form, while da'wah bil-khitbah is seen in the delivery of short sermons that are packaged concisely and easily understood.*

Keywords: *analysis of da'wah, da'wah communication, Instagram, Ismail Al-Kholili, social media*

Abstrak: Dalam kegiatan dakwah, bahasa memiliki posisi yang sangat penting karena berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat dipahami oleh setiap mad'u atau objek dakwah. Bahasa yang jelas, sederhana, dan komunikatif akan memudahkan pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Komunikasi dakwah tidak hanya terbatas pada penggunaan simbol-simbol verbal seperti kata-kata, tetapi juga mencakup simbol nonverbal yang dapat memperkuat makna pesan dakwah itu sendiri. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media dakwah pun mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jika dahulu dakwah banyak dilakukan melalui majelis taklim, masjid, dan forum tatap muka, kini media sosial hadir sebagai ruang baru yang efektif dalam penyampaian pesan dakwah. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Media ini memiliki karakteristik visual yang kuat karena mengutamakan tampilan gambar, video, dan tulisan singkat yang mudah diakses oleh pengguna. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pendakwah dalam menyampaikan pesan agama kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan Instagram. Melalui fitur-fitur seperti unggahan feed, Instagram Story, dan siaran langsung, dakwah dapat dikemas dengan cara yang lebih kreatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan mad'u masa kini. Salah satu tokoh yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah adalah Ismail Amin Al-Kholili. Pendekatan yang digunakan Ismail menekankan pentingnya komunikasi dakwah yang sesuai dengan konteks mad'u. Dari segi penyampaian pesan, dakwahnya dapat dikaji melalui beberapa bentuk komunikasi, yaitu dakwah bil-hal, dakwah bil-lisan, dan dakwah bil-khitbah. Dakwah bil-hal tampak dalam praktik nyata perilaku dan keteladanan yang ditunjukkan, dakwah bil-lisan melalui ceramah atau nasihat yang disampaikan dalam bentuk audio-visual, sedangkan dakwah bil-khitbah terlihat dalam penyampaian khutbah singkat yang dikemas secara ringkas dan mudah dipahami.

Kata Kunci: analisis dakwah, instagram, Ismail Al-Kholili, Komunikasi dakwah, Media Sosial

1. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia di berbagai tempat dan waktu. Proses ini dilakukan melalui media dan metode yang disesuaikan dengan kondisi *audiens* atau objek dakwah. Inti dari dakwah adalah komunikasi yang berisi pesan-pesan ajaran yang benar dan berupa ajakan kepada jalan yang benar diperintahkan oleh Allah SWT serta anjuran untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan keburukan (Atabik, n.d.). Bahasa memiliki peran krusial dalam berdakwah. Bahasa yang mudah dipahami oleh *audiens* merupakan sarana penting dalam berdakwah. Dengan bahasa, ide, gagasan, maksud dan keinginan dapat tersampaikan dengan baik. Selain itu, bahasa juga berfungsi sebagai objek etis yang mampu membangkitkan perasaan (Hu 2017).

Simbol-simbol verbal dan non verbal digunakan sebagai sarana dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Simbol verbal meliputi ucapan dan tulisan yang mudah dimengerti, sementara simbol nonverbal mencakup gerakan, ekspresi wajah, tindakan atau perilaku dan situasi lingkungan, serta sesuatu yang bermakna selain mekanisme yang berkaitan dengan cara berpikir manusia. Kedua jenis simbol ini paling banyak digunakan oleh komunikator atau pendakwah. Dengan perkembangan zaman yang terus menerus terjadi, cara penyampaian nilai-nilai mengenai Islam semakin modern, serta didukung dengan adanya media-media baru salah satunya media sosial instagram. Media dakwah memiliki peran penting yang digunakan untuk dalam penyebaran ajaran Islam.

Secara umum, fungsi utama media dakwah sebagai perantara yang menghubungkan penyampai dakwah dengan audiens. Dakwah dapat menggunakan berbagai macam media, mulai dari lisan, tulisan, hingga media audiovisual (Aliyudin 2020). Media sosial menjadi *trend* yang banyak digunakan pada masa kini dalam kehidupan umat manusia di segala penjuru dunia. Media sosial menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak terbatas ruang dan waktu, tidak mengenal perbedaan usia, pekerjaan, birokratisasi dan lain-lainnya. (Putri et al. 2021) Kemudahan dalam mengakses segala informasi termasuk amalan dan dakwah yang banyak tersebar luas menjadi tantangan bagi seorang pendakwah untuk mengintegrasikan informasi dan komunikasi sesuai dengan perkembangan zaman.

Faridatun dalam penelitiannya mengemukakan bahwa tantangan dakwah dengan semakin berkembangnya teknologi yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi dengan laman media sosial menjadikan seseorang mudah unruk menggunjing, menghina, menjelek-jelekan orang (Nikmah 2020). Di era modern saat ini, aktivitas dakwah semakin mengandalkan media sosial sebagai penunjang yang efisien dan efektif, seperti media sosial instagram. Meskipun awalnya berfungsi sebagai tempat berbagai “album” foto untuk mengabadikan momen,

fungsinya kini bergeser menjadi platform untuk mempublikasikan beragam momen dari berbagai aspek kehidupan. Hal ini mendukung salah satu fungsi sosial media, yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat (Putri et al. 2021).

Instagram sesuai dengan yang banyak digunakan oleh masyarakat fungsinya mempermudah akses ke berbagai informasi, mulai dari berita terkini hingga informasi yang mungkin dibutuhkan di kemudian hari. Fitur arsip memungkinkan pengguna menyimpan informasi untuk diakses kembali nanti. Selain itu, pengguna dapat mengunduh konten ke instagram *stories*, pesan langsung, dan aplikasi berbagai video yang memicu munculnya akun-akun instagram yang dibuat khusus untuk menyebarkan informasi tertentu seperti berita dan dakwah. Dengan adanya fitur ini, akan memudahkan audiens untuk mengakses informasi yang sebelumnya sudah pernah diakses.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dakwah adalah kegiatan penyiaran agama dan pengembangannya di masyarakat sebagai seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama (Putri et al., 2021). Penggunaan Instagram sebagai media dakwah di era globalisasi sangat populer dan efektif untuk berbagi pesan keagamaan (Putri et al., 2021). Konten dibuat dengan foto dan video kekinian menjadi daya tarik utama, khususnya bagi generasi muda sebagai pengguna Instagram.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Arista et al. (2025) menegaskan bahwa “Instagram is able to make da’wah more interesting and easy to understand through features such as image uploads, short videos, and live broadcasts”. Selain itu, Az-Zahra et al. (2025) menemukan efektivitas pengiriman pesan Islam melalui Instagram dan TikTok sebagai media dakwah. Putri dan Sudradjat (2025) juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah. Sementara itu, Sari (2021) menjelaskan bahwa media sosial Instagram mendukung penyebaran dakwah secara “efisien dan strategis,” meskipun efektivitasnya tergolong sedang. Terakhir, Fidiyatmoko dan Mustika (2025) membuktikan bahwa media informasi lewat Instagram memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penyebaran dakwah Islam .

Dewasa ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberi dampak positif sekaligus tantangan bagi para pendakwah untuk meningkatkan kualitas penyampaian melalui media digital. Salah satu pengguna platform Instagram adalah Ismail Amin Al-Kholili—yang akrab dipanggil Lora Ismail. Keunikan dakwahnya tidak hanya terletak pada konten foto dan video yang mengandung pesan keagamaan, tetapi juga kemampuannya menyampaikan materi secara mendalam, lengkap, dan disertai sumber referensi yang jelas. Pola komunikasi dakwah

yang dilakukan oleh Lora Ismail di instagramnya meliputi Instagram *storie*, Instagram *direct message*, Instagram *feed*, Instagram *live*, dan Instagram *reels highlight*. Penelitian ini bertujuan untuk mengulas gambaran komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Lora Ismail direpresentasikan melalui media sosial instagram antara gaya dakwah pada konten Instagram *feed*.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan berupa deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan atau menyimpulkan situasi yang terjadi, fenomena yang terjadi pada platform media sosial instagram milik Lora Ismail (@ismailalkholilie). Sumber bacaan dan studi yang dikhususkan pada sosial media Ismail Al Kholili yang digunakan sebagai media dakwah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa dokumentasi, serta analisis data yang bersifat induktif menggunakan tiga konten Instagram *feed*.

3. HASIL DAN DISKUSI

A. Komunikasi Dakwah

Dalam komunikasi dakwah melalui media sosial terjadi hubungan tibal balik antara penceramah dan *audiens*, hubungan ini tidak hanya satu arah (antara penceramah menyampaikan pesan) tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari *audiens*. Pandangan psikologi mengungkap maksud dari interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku individu yang lain (Rohman 2019). Komunikasi yang mensyaratkan adanya interaksi sosial disebut sebagai aktivitas dakwah. Aktivitas dakwah merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan mengubah atau memperbaiki perilaku orang lain melalui media sosial.

Ketika dakwah disampaikan melalui media sosial, dampaknya dapat dirasakan dalam tiga aspek yaitu aspek kognitif (pemahaman), aspek (perasaan), dan behavioral (perilaku). Dampak dakwah harus sejalan dengan target yang ingin dicapai oleh penyampainya. Dari segi kognitif, dakwah harus mampu meningkatkan pemahaman dan pengetahuan audiens (*mad'u*). Dari segi afekif, dakwah harus bisa menyentuh emosi dan kesadaran audiens. Sementara itu, dari segi behavioral, dakwah diharapkan dapat mendorong audiens untuk melakukan tindakan nyata yang selaras dengan ajaran yang disampaikan.

Dakwah adalah proses komunikasi yang bersifat persuasif, yang bertujuan mempengaruhi tindakan, perilaku, dan pandangan seseorang. Proses ini bekerja dengan pendekatan psikologis untuk mendorong individu agar bertindak sesuai dengan ajaran

yang disampaikan (Atabik, n.d.). Tujuannya, adalah untuk membangkitkan kesadaran mereka agar bersedia menerima dan mengamalkan ajaran Islam. Apabila ditinjau dari segi cara menyampaikan pesan, komunikasi dakwah dibedakan kepada dakwah bil-hal, dakwah bil-lisan, dan dakwah bil khitbah (Rohman 2019).

Komunikasi Dakwah bil-khitabah (komunikasi tulis)

Dakwah *bil khitabah* dilakukan dengan menyampaikan ajaran Islam melalui kata-kata yang dituliskan (Kamaluddin 2020). Metode ini memiliki keunggulan karena pesannya dapat dibaca berulang kali dan menjangkau *audiens* yang lebih luas tanpa batas ruang dan waktu. Oleh karena itu bentuk dakwah ini termasuk komunikasi verbal yang disampaikan melalui tulisan. Dakwah *bil khitabah* dapat berbentuk buku-buku keislaman, artikel ilmiah, sastra atau bunga rampai yang dimuat dalam jurnal, buku, majalah, brosur dan buletin. Dengan mengikuti perkembangan zaman, dakwah bil khitabah dapat dilakukan menggunakan platform digital media sosial salah satunya seperti instagram. Kelebihan dakwah bil khitabah ialah jangkauan tulisan yang luas dan dalam kurun waktu yang relatif lama.

Dari beberapa fitur yang tersedia pada sosial media instagram, Lora Ismail lebih sering menyampaikan pesan dakwah menggunakan instagram *feed* sejumlah 588 konten (Anjayuni et al. 2024). Sebagian konten berisi gambar, video serta penjelasan dari permasalahan yang diangkat berdasarkan situasi yang sedang ramai terjadi disertakan kalam ulama, hadis dan ayat Al-Quran. Dari sekian banyak konten dakwah melalui instagram feed (Kharismawati et al. 2022), salah satunya pada konten yang disematkan dengan tujuan mudah diakses setiap waktu dan terhindar dari tenggelam karena unggahan konten lain.

Gambar 1 & 2. Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram dan Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram



Dua gambar diatas adalah contoh dari instagram feed terkait dakwah Lora Ismail. Gambar pertama sebagai sampul dengan bertuliskan isi konten terkait “KDRT” yang sedang marak diperbincangkan publik (*Instagram @Ismaelalkholili*, n.d.). Tokoh yang menjadi perbincangan merupakan seorang influencer instagram. Pada gambar kedua berisi cerita dimulainya penulisan dakwah sebagai konten setelah muncul sebuah video KDRT yang kemudian viral di hari tersebut. Adanya banyak komentar warga instagram membuat Lora Ismail tertarik menjadikan sebagai sarana dakwah dengan mengaitkan berita yang terjadi dengan contoh nyata yang terjadi dan diceritakan oleh Al-Khubzarazi seorang penyair Arab yang terkenal. Syairnya berisikan : dulu aku adalah seornag pemuda pengikut Iblis, sampai pada akhirnya aku naik pangkat hingga Iblis menjadi pengikutku”.

Gambar 3 & 4. Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram dan Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram



Gambar 3 memberikan makna ajakan dan seruan untuk seluruh laki-laki, khususnya para suami atau calon suami untuk menghentikan kekerasan terhadap perempuan dengan fokus terhadap maraknya kasus KDRT dan berjanji untuk tidak melakukan tindakan kekerasan sama sekali. Menjaga dan melindungi perempuan dengan memberikan kasih sayang, perlindungan dan keamanan pada istri dan anak perempuannya. Mendidik anak laki-laki untuk menghormati dan memuliakan perempuan, serta menolak segala bentuk kekerasan terhadap perempuan. Serta membangun kesadaran kolektif dengan menciptakan kesadaran bersama bahwa kekerasan terhadap perempuan adalah tindakan yang sangat keji dan tidak bermoral.

Gambar 4 mengutip percakapan seseorang kepada Al Imam Hasan Al-Bashri dan Syaikh Mutawalli Assa'rawi, tentang kriteria suami ideal. Pertama, Imam Hasan Al Bashri memberikan nasihat langsung tentang karakteristik suami yang baik. Dalam hal ini sebagai dakwah praktis yang mengajarkan tentang bilai-nilai ketakwaanm kasih sayang, dan penghormatan dalam pernikahan. Kedua, fokus pada kebahagiaan wanita. Dalam

konten dakwahnya Lora Ismail menyoroti pentingnya kebahagiaan wanita dalam pernikahan, suami yang baik adalah yang memuliakan istrinya dalam keadaan apapun. Ketiga, pentingnya agama dalam pernikahan dengan kriteria utama suami yang baik adalah takut kepada Allah SWT. ini menunjukkan bahwa agama adalah fondasi yang kuat untuk membangun keluarga yang sakinah, mawaddah warahmah.

Kutipan kedua dari Syaikh Mutawalli Assa'rawi, dakwah tentang tanggung jawab suami. Syaikh Mutawalli memberikan nasihat kepada calon suami tentang tanggung jawabnya dalam pernikahan. Kedua, pernikahan sebagai amanah yang besar, sebagai suami harus menjadi pengganti keluarga istri dan memberikan perlindungan serta kasih sayang. Ketiga, konsep “untuk” dan “atas” sangat penting, suami yang baik adalah yang menjadikan istrinya sebagai prioritas (untuk) bukan sebagai objek yang dikuasai (atas).

Gambar 5 & 6. Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram dan Konten terkait isu KDRT pada influencer instagram



Gambar 5 mengandung pesan dakwah yang sangat kuat dan relevan bagi perempuan yang sedang mencari pasangan hidup. secara garis besar makna dakwah yang disampaikan Lora Ismail tentang dakwah ini untuk menyarankan perempuan untuk lebih memprioritaskan akhlak baik pada calon suami daripada sekedar ilmu agama atau hafalan Al-Quran. Kedua, perilaku baik terhadap wanita oleh seorang suami adalah memahami psikologi wanita, tidak sembarangan meluapkan emosi dan menghormati wanita sebagai manusia yang setara. Ketiga, prinsip menghormati wanita sebagai tanda kemuliaan seseorang, sementara merendahkan wanita adalah tanda kehinaan.

Gambar 6 mengandung pesan dakwah tentang kedudukan perempuan, khususnya anak perempuan dalam pandangan Islam. Makna yang disampaikan adalah kedudukan tinggi perempuan, dalam postingan Lora Ismail ditekankan bahwa khususnya anak perempuan

memiliki kedudukan yang sangat tinggi di hati orangtuanya, terutama sang ayah, perempuan dianggap berharga. Kedua, perlakuan baik terhadap perempuan karena nilai perempuan sangat tinggi. Maka sudah seharusnya perempuan diperlakukan dengan baik, dihormati, dan dilindungi. Kekerasan terhadap perempuan baik fisik maupun verbal merupakan tindakan tercela. Ketiga, empati terhadap perempuan dalam konten dakwah ini mengajak untuk menepatkan diri posisi seorang ayah harus melepaskan putrinya. Keempat, pentingnya keluarga sebagai unit kecil dalam masyarakat, kebahagiaan keluarga yang dipengaruhi oleh bagaimana anggota keluarga saling memperlakukan satu sama lain yang tercerminkan dari latar belakang gambar dalam konten dakwah.

Gambar 7 menjadi bagian penutup dari konten dakwah Lora Ismail dengan menyuarakan penolakan terhadap kekerasan pada perempuan dalam bentuk apapun sebagai tindakan keji dan tidak dapat ditolerir. Dengan memberikan contoh nyata dari kisah teladan Rasulullah SAW tentang bagaimana seharusnya memperlakukan perempuan dengan baik. Rasulullah tidak memberikan toleransi kepada siapapun yang melakukan segala bentuk kekerasan terhadap perempuan dan memberikan hukuman yang tegas kepada pelaku. Pentingnya pendidikan dan edukasi kepada masyarakat akan bahaya kekerasan terhadap perempuan dan menghormati hak-hak perempuan serta peran Agama Islam dalam mengajarkan untuk memperlakukan perempuan dengan baik dan menghormati hak-haknya.

Komunikasi Dakwah bil-lisan (Komunikasi Lisan)

Komunikasi dakwah bil lisan merupakan metode dakwah yang paling umum yang disampaikan melalui kata-kata seperti ceramah, pidato, khutbah, dan diskusi. *Dakwah bil lisan* merupakan bentuk yang paling sederhana dan yang paling lazim dipergunakan untuk berdakwah. Dalam penggunaan media, dakwah bil lisan dapat disampaikan dalam dua bentuk, yaitu lewat komunikasi pribadi (*da'wah fardhiyah*) dan komunikasi kelompok (*da'wah jamaah*). (Sinambela and Mutiawati 2022) Pesan dakwah disampaikan melalui perilaku dan ahlak baik yang ditunjukkan oleh seorang Muslim

Dakwah bil lisan dilakukan Lora Ismail dengan beberapa cara, yakni kajian rutin, mengisi kajian –kajian di beberapa daerah, membuat sebuah video melalui instagram *storie*, instagram *live*, dan instagram feed. Salah satu konten dakwahnya baru-baru ini mengutip video dengan pembicara dari Habib Ali Al-Jufri yang berbahasa Arab, di dalam videonya diberikan tulisan terjemah menggunakan bahasa Indonesia serta terdapat penjelasan singkat yang di masukan Lora Ismail dalam komentar sebagai tambahan.

Gambar 8. Dakwah *bil lisan* melalui sosial media instagram



Dalam konten dakwahnya, Lora Ismail memberikan kutipan pada bagian komentar yang muncul dalam tagar berisikan penjelasan singkat tentang Ain, Psikiater dan ilmu parenting dari Habib Ali Al Jufri. (Ilmu Ain-Habib Ali Al Jufri 2024)

“Selalu menemukan wawasan baru setiap melihat video-video Habib Ali Al-Jufri. Pelajaran yang bisa dipetik dari video 2 menit ini :

1. Kritik terhadap orang-orang yang dikit-dikit mengaitkan segala musibah dengan sihir dan ain. Belakangan ini bahasan “ain” memang sedang viral di masyarakat kita. Sayangnya, para tokoh agama dan influencer makin membahasnya tanpa “disclaimer” bahwa ain tidak semudah dan sesederhana itu. Akhirnya konten mereka bukan menjadi edukasi, tapi malah membuat masyarakat makin waswas berlebihan dan melakukan “self diagnosis” atas diri mereka sendiri.
2. Islam sama sekali tidak bertentangan dengan medis modern, Islam justru memerintahkan kita untuk menghargai spesialis masing-masing. Banyak orang punya masalah psikis di masyarakat kita yang seharusnya diarahkan ke psikolog atau psikiater, tapi malah dibawa ke ustadz atau tukang ruqyah. Jadinya tidak nyambung, masalah psikis tidak sederhana” kurang iman, kurang bersyukur, kurang dzikir, harus dibaca-bacain dll.” Sekali lagi, fas’alul ahladzzikri in kuntum laa ta’lamun. Serahkan semua masing-masing kepada ahlinya di bidang mereka masing-masing.
3. Bagaimana para ulama bisa sedetail itu dalam parenting mereka. Sampai-sampai sejak bayi masih di kandungan mereka sangat berhati-hati agar si janin tidak mendengar ucapan-ucapan tak baik di sekelilingnya. Tidak heran kelak si anak menjadi se-sholih dan se-sholihah itu, karena memang sejak kecil benar-benar di jaga, disayang dan di eman-eman oleh orang tuanya sedemikian rupa.”

Komunikasi Dakwah bil-hal (Komunikasi non-verbal)

Secara harfiah, *il-hal*” berarti “dengan keadaan” atau “dengan perbuatan”. Dalam konteks dakwah, ini berarti pesan-pesan keislaman disampaikan tidak hanya melalui lisan, tetapi juga melalui perilaku sehari-hari yang mencerminkan ajaran Islam. Dakwah *bil hal* disampaikan melalui sikap, perilaku dan perbuatan, baik berbentuk gerakan tubuh, mimik dan bahasa isyarat yang tampak dalam amal shaleh dan keteladanan. Dakwah *bil hal* tidak menggunakan kata-kata dalam menyampaikan pesan (Sinambela and Mutiawati 2022). Dakwah *bil hal* memiliki makna yang berfokus pada pengembangan masyarakat dalam segala aspeknya, baik aspek keagamaan maupun aspek pembangunan fisik. Perinsip utama dakwah *bil hal* adalah menjadi panutan atau contoh hidup bagi orang lain dengan menunjukkan akhlak yang baik, kejujuran, integritas, dan konsistensi antara perkataan dan perbuatan.

Gambar 9. Dakwah *bil hal* menampilkan keteladanan perilaku terhadap yang lebih tua



Dalam konten konten dakwah ini beberapa potongan gambar dan video yang menampilkan keteladanan dan tawadu’nya seorang murid kepada guru, posisi duduk, etika berbicara, posisi ketika berdiri dan duduk bersama guru. Memberikan contoh pada generasi muda yang menjadi mayoritas pengikut akun instagram Ismail Al-Kholili (Keteladanan Lora Ismael, n.d.)

4. KESIMPULAN

Dalam berdakwah bahasa merupakan hal terpenting sebagai sarana komunikasi yang mudah dipahami oleh setiap *mad'u*. Sarana dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan menggunakan simbol-simbol verbal maupun nonverbal dapat menggunakan berbagai media salah satunya media sosial instagram. Banyak pendakwah yang mulai menggunakan sosial media sebagai sarana dakwah, salah satunya adalah Ismail Amin Al-Kholili. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dakwah melalui media sosial instagram

ditinjau dari komunikasi dalam dakwah. Diketahui dari segi cara menyampaikan pesan, komunikasi dakwah dibedakan kepada dakwah bil-hal, dakwah bil-lisan, dan dakwah bil khitbah.

REFRENSI

- Aliyudin, A. (2020). Prinsip-prinsip metode dakwah menurut Al-Qur'an. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 181–196. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.360>
- Anjayuni, E., Malayati, R. M., & Rahmah, S. N. (2024). Sarcasm humor in Habib Ja'far's log-in content on Deddy Corbuzier's YouTube channel.
- Arista et al. (2025) menyatakan bahwa “Instagram is able to make da'wah more interesting and easy to understand through features such as image uploads, short videos, and live broadcasts”
- Atabik, A. (n.d.). Konsep komunikasi dakwah persuasif dalam perspektif Al-Qur'an.
- Az-Zahra et al. (2025) mengungkap efektivitas pesan Islam yang disebarluaskan melalui Instagram dan TikTok.
- Fidiyatmoko dan Mustika (2025) menemukan bahwa media informasi Instagram memiliki pengaruh positif signifikan dalam penyebaran dakwah Islam.
- Hu, F. (2017). A study on Chinese EFL learning of English pronunciation from the perspective of aesthetic linguistics. *Theory and Practice in Language Studies*, 7(7), 579–584. <https://doi.org/10.17507/tpls.0707.12>
- Ilmu Ain-Habib Ali Al Jufri. (2024). Instagram Ismaelalkholili. https://www.instagram.com/reel/C6_JuTAJPsh/
- Instagram @Ismaelalkholili. (n.d.). Episode 1. KDRT [Instagram post]. (Accessed December 23, 2024). https://www.instagram.com/p/C-pn4d3ShMi/?img_index=1
- Kamaluddin. (2020). Bentuk-bentuk komunikasi dalam perspektif dakwah Islam. *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(2), 255–269.
- Keteladanan Lora Ismael. (n.d.). Instagram Reels. https://www.instagram.com/reel/C1jL_pSJea2/
- Kharismawati, S. H., Sari, F., & Maseni, M. (2022). Instagram @Motivasii_Hijrah sebagai media dakwah dalam peningkatan pengalaman beragama remaja Masjid Kampung Rawa Sugi. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 16–23. <https://doi.org/10.47945/al-hikmah.v1i2.722>
- Menurut Sari (2021), Instagram membantu penyajian dakwah secara “efisien dan strategis”, walau efektivitasnya tergolong sedang.
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi dan tantangan dakwah di era milenial. *Mu'āsarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45–58. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>
- Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., Firdausah, L., & Amarawati, Y. P. (2021). Pengaruh media sosial Instagram terhadap informasi penyebaran dakwah kepada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *KINESIK*, 8(3), 284–296. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.204>

- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi dakwah melalui media sosial. Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan, 13(2), 121–133. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Sinambela, F. R., & Mutiawati. (2022). Implementasi dakwah bil-lisan dalam meningkatkan pemahaman agama masyarakat. El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 3(2), 207–215. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v3i02.910>
- Studi Putri dan Sudradjat (2025) membuktikan adanya pengaruh nyata dari penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah.