



## Analisis Peningkatan Citra Positif Dari Habib Ja'far Di Sosial Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam

Adhi Kusuma<sup>1</sup>, Aulia Senja Arum<sup>2</sup>, Muhammad Kholis Afwan<sup>3</sup>, Muhamad Ibnu Atahilah<sup>4</sup>, Muhamad Rizqa Wicaksono<sup>5</sup>, Siti Nafisah<sup>6</sup>, Ikmal Anshary<sup>7</sup>, Pandi Ahmad<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

### Abstract

Received: 06 November 2024  
Revised: 12 November 2024  
Accepted: 18 November 2024

*A person's positive brand image is a legacy that has a significant impact on his career. A good image is important not only for attracting customers (in this example, mad'u), but also for revising material and mad'u satisfaction. Each da'i has its own specific way of transmitting Islamic teachings. Habib Ja'far uses social media, specifically Instagram, to spread his da'wah through photographs, films, colors, and infographics. This is a blend of artistic forms and conservative substance. Felix was able to capture the interest of young people by addressing this issue. Communicants who use Instagram no longer need to rely on the traditional manner of obtaining data or Islamic da'wah from specific preachers. Instagram provides the possibility to obtain statistics for followers. This study employs a qualitative descriptive approach with the goal of summarizing and describing various situations, conditions, or phenomena of social reality that exist and are interwoven in society and will be the subject of research, with the goal of bringing that reality to the surface as a characteristic, character, personality, characteristic, model, or reflection of the atmosphere, circumstances, or a specific phenomenon. Habib Ja'far, who is cognizant of the rapid development of this era, chose Instagram as a platform for preaching. Habib Ja'far usage of Instagram as a da'wah media is regarded as successful in terms of projecting a positive image to the public. Habib Ja'far methods of communication for preaching on Instagram include employing captions for each piece, preaching through novels, attractive images, and videos accompanied by preaching, and using animation as an attraction to transmit the word of da'wah. Habib Ja'far employs these four modes of communication to reach out to the Islamic communication process, ensuring that informed preaching messages are accepted and understood by the public.*

**Keywords:** Instagram, Islamic Communication, Positive Image.

(\*) Corresponding Author: [adhi.kusuma@uinbanten.ac.id](mailto:adhi.kusuma@uinbanten.ac.id)

**How to Cite:** Kusuma, A., Arum, A. S., Afwan, M. K., Atahilah, M. I., Wicaksono, M. R., Nafisah, S., Anshary, I., & Ahmad, P. (2024). Analisis Peningkatan Citra Positif Dari Habib Ja'far Di Sosial Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14513527>

## PENDAHULUAN

Citra merek yang positif dari seseorang merupakan warisan yang memiliki dampak signifikan terhadap karirnya. Citra yang baik tidak hanya berfungsi untuk menarik pelanggan, dalam hal ini mad'u, namun juga untuk meningkatkan materi revisi dan kepuasan mad'u. Setiap da'i memiliki cara yang spesifik dalam menyampaikan ajaran Islam. Operasi dakwah dimulai dengan tugas yang sederhana: menyampaikan apa yang diterima dari Nabi Muhammad. Namun, seiring dengan bertambahnya populasi dan perubahan tuntutan, dakwah harus diuji dalam konteks modern. Kepribadian dan teknik mengekspresikan pesannya ditangkap secara efektif di media sosial saat ini, yang telah menjadi tren komunikasi

komersial. Instagram, YouTube, dan TikTok adalah contoh platform media sosial berbasis Internet yang populer di kalangan anak muda saat ini, kemunculan Instagram sejajar dengan kemunculan platform media sosial lainnya pada umumnya. Instagram memiliki potensi untuk menggantikan perpesanan tradisional secara keseluruhan, dan terkadang untuk waktu yang lebih lama. Masyarakat dapat mengatur penyebaran pesan melalui media sosial, sehingga prosesnya menjadi lebih mudah dan cepat. Pengguna media sosial bisa siapa saja, dan Instagram dapat digunakan sebagai alat komunikasi untuk meneruskan pesan kepada masyarakat umum. Kondisi pengiriman pesan atau data mencakup semua dimensi, termasuk penyebaran prinsip-prinsip dakwah. Banyak da'i yang kini menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah untuk menjangkau anak muda. Menurut hasil survei terakhir para peneliti, pengguna Instagram sebagian besar berusia antara 15 dan 30 tahun. Menurut Muchtar dan Ritchey, para pemuka agama Islam di Indonesia telah memanfaatkan platform media sosial seperti YouTube, Facebook, dan Instagram. Mereka tidak meninggalkan metode dakwah tradisional, tetapi lebih mempromosikan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi pelengkap bagi audiens.

Habib Ja'far adalah salah satu Da'i di Indonesia yang telah menggunakan Instagram untuk berdakwah. Beliau adalah seorang Da'i yang gemar berdakwah di media sosial dan Instagram. Habib Ja'far memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan dakwah dengan menggunakan foto, video, warna, dan infografis. Ini adalah perpaduan antara bentuk artistik dan substansi yang konservatif. Ja'far mampu menarik perhatian anak muda dengan isu ini. Komunikasi yang menggunakan Instagram tidak lagi harus bergantung pada metode tradisional dalam menerima informasi atau dakwah Islam dari dai tertentu. Instagram menyediakan berbagai metode bagi para pengikutnya untuk mendapatkan informasi. Habib Ja'far, melalui akun Instagram @husein\_hadar, mencapai hal yang sama dengan memperoleh target dakwah sejak usia dini. Habib Ja'far menggunakan Instagram untuk memenuhi kebutuhan dan selera generasi milenial dan zennial dengan mengirimkan foto-foto dan komentar pada feed. Sebagai pendakwah yang aktif di media sosial, dengan 5 juta pengikut Instagram.

Penulis tertarik untuk meneliti komunikasi Islam yang digunakan oleh Habib Ja'far ketika berdakwah di Instagram, mengingat jumlah pengikut yang telah disebutkan di atas. Menurut Steward L. Tubb, komunikasi mempercayai media sosial untuk membantu mereka mencapai tujuan. Salah satunya adalah untuk menyadari pentingnya kontrol sosial. Habib Ja'far yang merupakan tokoh populer di bidang agama dapat mempromosikan ide-ide kontrol sosial di Instagram.

## **METHODS**

Metode penelitian adalah kumpulan proses metodis, logis, dan rasional yang digunakan peneliti untuk mengorganisasikan, mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data agar dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk meringkas dan menggambarkan berbagai situasi, kondisi, atau fenomena realitas sosial yang ada dan terjadi di masyarakat dengan maksud untuk menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, sifat, karakter, tanda, model, atau gambaran tentang situasi, kondisi, ataupun fenomena tertentu. Sumber data utama berasal dari akun Instagram

@husein\_hadar. Penulis juga melakukan observasi non-partisipan, yang berarti bahwa peneliti tidak secara aktif terkait dengan topik yang diteliti dan bertindak sebagai pengamat independen. Penulis menggunakan teknik analisis induktif untuk menganalisis data, yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang tepat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gaya Komunikasi yang di Implementasikan**

Habib Ja'far mencerminkan gaya berpikir dan preferensi anak muda pada umumnya. Habib Ja'far mempublikasikan hal-hal di Instagram yang dapat menarik minat anak muda dan kemudian mempengaruhi pemikiran mereka dalam konten dakwahnya. Mengunggah konten satir pada kolom opini untuk memancing dialog di kalangan anak muda memiliki dampak karena followers yang paling utama pada kelompok milenial percaya bahwa pesan dakwah yang diinformasikan oleh Habib Ja'far sesuai dengan kondisi yang mereka alami, sehingga mereka percaya bahwa dakwah yang diinformasikan oleh Habib Ja'far dapat berbagi kedamaian. Dalam contoh ini, Habib Ja'far berhasil membangun citra positif di media sosial, khususnya di Instagram. Seperti screenshot postingan dan komentar yang diambil oleh peneliti.

Di beberapa gambar konten yang diposting menunjukkan bahwa Habib Ja'far telah berhasil membangun citra positif di media sosial, khususnya di media Instagram. Selain pencapaiannya dalam membangun citra yang baik, Habib Ja'far secara tidak langsung dapat dipandang sebagai panutan bagi anak muda milenial, karena setiap postingannya memberikan wawasan tidak hanya tentang agama tetapi juga kehidupan sehari-hari. Hal ini memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap interaksi di Instagram Habib Ja'far. Di Instagram, engagement menjadi hal yang penting dalam proses komunikasi yang terjadi di kolom komentar. Fitur ini berguna bagi para content creator karena engagement memberikan pengaruh positif terhadap followers serta trafik kunjungan ke akun yang komentarnya ditanggapi oleh content creator.

### **Memberikan Caption Dakwah yang Bermakna Penting**

Caption adalah deskripsi konten yang dibagikan di media sosial. Tidak ada batasan saat menulis caption. Caption Instagram memungkinkan pengguna untuk menyertakan hashtag atau tagar untuk membuat pengelompokan atau grup postingan tertentu yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna lain.

Instagram dirancang sebagai platform jejaring sosial untuk berbagi foto dan video. Banyak pengguna Instagram memposting foto dan video yang menampilkan teman-teman tertentu sebagai daya tarik. Para da'i yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah juga tidak ketinggalan. Halaman web media sosial mereka menampilkan video ceramah, podcast, kalimat-kalimat bijak, kutipan, dan agenda dakwah.

Habib Ja'far menggunakan sarana caption dalam unggahannya untuk menyampaikan kebaikan, yaitu jenis caption yang berisi pesan dakwah, peristiwa bersejarah, dan kalimat-kalimat yang mendorong orang untuk menjadi baik. Habib Ja'far juga menggunakan majas, kata-kata, dan kalimat yang mudah dipahami oleh kaum milenial, sehingga apa yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh para pengikutnya.

Caption rata-rata pada postingan yang ditulis oleh Habib Ja'far dengan menggunakan perumpamaan dan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh para pengikutnya, namun memiliki makna yang sangat dalam. Setiap paragrafnya mengandung makna kata yang mengajak para milenial untuk berpikir lebih lurus dalam artian Habib Ja'far secara halus menyuruh para pengikutnya untuk selalu berpikir positif dan tidak berburuk sangka pada setiap kejadian yang muncul.

### **Khotbah dengan Media Konten Lucu**

Habib Ja'far, selain berdakwah, juga senang menulis. Berdasarkan pengamatan peneliti Habib Ja'far, sebuah konten lucu "Login". Konten tersebut berisikan untuk mengajak dan bercanda dengan umat-umat lain yang memiliki berbeda kepercayaan. Habib Ja'far menciptakan konten ini khusus untuk anak-anak muda dengan berbagai kalangan yang mengaggap sensitifitas dalam pembahasan agama. Beliau bertujuan untuk memberikan bacaan ramah kalangan yang sarat makna dan nilai, menanamkan kecintaan kepada Islam, Allah, dan Rasul-Nya sejak dini serta tidak sensitif pada perbedaan.

Habib Ja'far juga kembali memposting konten lucu dalam postingannya di Instagram. Namun, dalam postingannya kali ini, Habib Ja'far tidak hanya mempublikasikan sebagian dari skenario konten tersebut, namun ia juga menyertakan ucapan-ucapan dakwah serta berkolaborasi dengan konten kreator lainnya.

Konten lucu, animasi, dan seni grafis lainnya telah berevolusi menjadi alat komunikasi publik yang sangat kuat. Budaya dan peradaban juga tersebar luas melalui media ini. Tidak sedikit anak-anak dan generasi muda Muslim kita yang telah kecanduan dengan media-media tersebut, padahal sebagian besar media yang dikonsumsi oleh generasi muda kita mengandung unsur indoktrinasi dan pemutarbalikan akidah. Atas dasar pertimbangan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa media ini juga harus kita isi dengan konten-konten dakwah Islamiyah, agar kita memiliki alternatif yang lebih baik untuk dapat memalingkan dan melindungi generasi kita, khususnya anak-anak, dari pengaruh negatif komik dan film kartun yang misinya bertentangan dengan ajaran agama dan keyakinan kita.

### **Reels Instagram sebagai Sarana Pembuatan Konten**

Media sosial Instagram merupakan aplikasi yang pada awalnya didesain untuk digunakan sebagai media berbagi foto, namun berbeda dengan Habib Ja'far yang memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan pesan-pesan dakwah. Feed akun Instagram Habib Ja'far menampilkan unggahan potret individu dengan tone warna yang beragam, foto quotes, ilustrasi dakwah, dan video yang menawarkan tema-tema positif, baik pesan moral tentang kehidupan maupun ajaran dakwah.

Habib Ja'far menginterpretasikan sebuah cara dari fotonya untuk menginformasikan nilai dakwah. Habib Ja'far tidak menggunakan gambar, melainkan menunjukkan foto kata-kata pertanyaan untuk diri sendiri dan menggunakan analogi untuk menjelaskan sesuatu kepada para pengikutnya. Penjelasan di bagian caption akan berfokus pada perspektif netizen agar terjadi konsistensi. Maksud dan tujuannya adalah untuk mendapatkan reaksi dan dapat memberikan pandangan-pandangan yang bernilai kepada pengikutnya sebagai cara berdakwahnya serta cara menyampaikan suatu pesan yang tersirat didalamnya.

Akun Habib Ja'far dipenuhi dengan konten-konten video lucu dirinya bersama orang lain atau keluarganya dan juga foto-foto pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada pengikutnya. Habib Ja'far juga menggunakan reels Instagram untuk mengilustrasikan ceramahnya yang berkaitan dengan Islam atau isu yang sedang naik daun, selain itu untuk unggahan video, Habib Ja'far menggunakan cuplikan video dari kanal YouTubanya untuk memikat pengunjung agar menonton video dakwahnya dalam bentuk audio visual.

Deskripsi yang dituliskan juga mendorong para pengikut untuk menyumbangkan pemikiran mereka untuk bercakap-cakap dan terlibat, baik dengan Habib Ja'far maupun dengan pengikut lainnya. Pendekatan dengan mengunggah foto dan video kepada para pengikutnya di Instagram merupakan salah satu cara untuk memobilisasi masyarakat yang ingin mengetahui lebih jauh tentang kehidupan tokoh-tokoh yang menjadi panutannya. Memahami karakter publik melalui gambar dan deskripsi tekstual memungkinkan Habib Ja'far dan para pengikutnya di Instagram untuk berkomunikasi secara emosional.

#### **Pemilihan Topik yang Tidak Membosankan**

Dalam pembiasaan isu-isu yang ada pada umumnya seperti yang ada pada media pemberitaan umum, atau konten-konten umum yang sulit membedakan mana yang berita benar atau berita tidak benar telah menjadi ide dari Habib Ja'far dalam menyampaikan pesan secara Islamisasi.

Di beberapa unggahan Instagram khususnya dalam fitur Reels, Habib Ja'far menggunakan isu-isu terkini dalam menyampaikan dakwahnya atau ajaran Islam. Sehingga para pengikutnya bisa dengan mudah mencerna apa yang disampaikan ajaran Islam dengan ilustrasi atau pandangan yang diberikan oleh Habib Ja'far.

Contohnya isu terkini adalah isu politik, maka dengan ini Habib Ja'far mencoba memberikan ilustrasi lewat video konten yang bisa berasal dari cuplikan saat beliau diwawancarai mengenai sesuatu kemudian ditulis caption yang memberikan penjealsannya. Atau Habib Ja'far menyampaikan pendapatnya lewat postingan yang berisikan pertanyaan kepada masyarakat kemudian beliau memberikan penjelasannya secara baik lewat video. Penyampaian yang baik dalam berkomunikasi secara Islam telah sangat efisien karena secara eksplisit Habib Ja'far sangat memberikan penjelasan yang cukup lunak bagi berbagai kalangan. Artinya metode penyampainnya sangat persuasif tidak memaksa atau mengedepankan pemikiran Islam sangat kotak, akan tetapi Habib Ja'far selalu menggunakan analogi yang mudah diakal para pengikutnya terhadap isu terkini yang dihubungkan kepada ajaran Islam.

#### **KESIMPULAN**

Aset yang paling signifikan yang mempengaruhi karir seorang dai adalah citra merek yang positif. Citra yang baik tidak hanya berfungsi untuk menarik pelanggan, dalam hal ini mad'u, tetapi juga menyediakan bahan untuk perbaikan dan kepuasan mad'u. Kegiatan dakwah dimulai sebagai tugas yang sederhana: membagikan apa yang telah diwahyukan oleh Nabi Muhammad SAW. Namun, seiring dengan perkembangan masyarakat dan ekspektasi yang semakin beragam, dakwah harus dilakukan dengan cara yang lebih kekinian. Citra yang baik dari brand seorang pendakwah adalah hal yang paling penting. Habib Ja'far yang

memahami perkembangan zaman yang begitu cepat, memilih Instagram sebagai media dakwahnya. Penggunaan Instagram sebagai media dakwah oleh Habib Ja'far dianggap berhasil memproyeksikan citra positif kepada umat. Metode komunikasi Habib Ja'far dalam berdakwah di Instagram antara lain dengan menggunakan caption pada setiap artikel, berdakwah melalui pertanyaan-pertanyaan, foto-foto yang lucu dan mempunyai makna atau bisa tidak bermakna, dan video yang disertai dengan dakwah, serta menggunakan kolaborasi sebagai daya tarik untuk menyampaikan pesan dakwah. Habib Ja'far menggunakan empat mode komunikasi ini untuk menjangkau proses komunikasi Islam, memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang diinformasikan dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bungin, Burhan, 1959-. (2010.). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Firdaus, Y. R. (2018). *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Hidayat, T. (2019). *Efektivitas Penyiaran Islam Melalui Radio Arrisalah FM Dalam Meningkatkan Pengamalan Agama Masyarakat Di Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Kembar, P. K. (2018). Peran Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Dalam Standarisasi Khatib. *AL-QOLAM: Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 177-191.
- Muchtar, N., & Ritchey, J. A. (2014). Preaching, community, and convergence: Use of old and new media by progressive Indonesian Islamic leaders. *International Communication Gazette*, 76(4-5), 360-376. <https://doi.org/10.1177/1748048514524099>.
- Marwantika, A. I., & Novitasari, E. (2021). Da'i Akademisi dalam kontestasi dakwah digital: analisis media siber channel youtube transformasi iswahyudi. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(1), 90-101.
- Moefad, A. M., Naqqiyah, M. S., & Riyah, B. N. S. (2023). Komunikasi Islam dalam Harmoni Keberagaman di Jawa Timur. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(2), 107-117.
- Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen bagi Penonton Bola dalam Tragedi di Stadion Kanjuruhan. *Supremasi Hukum*, 19(01), 1-15. <https://doi.org/10.33592/jsh.v19i1.2921>.
- Solatun. (2007). *Islam Dan Etika Komunikasi*. Jakarta : Imagine.
- Siregar, F., Nurhanifah, N., Prasetya, B., Al Amin, M., & Khairul Imam, R. (2023). Analysis of Islamic Communication in Improving a Positive Public Image on Ustad Felix Siau's Instagram Account. *PKM-P*, 7(1), 15-23. <https://doi:10.32832/jurma.v7i1.1633>.