

**STRATEGI DAKWAH DI ERA MILENNIAL:
KAJIAN HADIS *MANRA-A MINKUM MUNKARAN***

Ina Maria*, Muhajirin, Almunadi
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
*inamaria208@gmail.com

Abstract

This study aims to describe how da'wah strategies in the millennial era (study of the hadith *manra-a minkum munkaran*). This research is a library research or library research. This research method is to find out how to convey da'wah in the millennial era by utilizing technology. The data sources in this study are primary, namely the main data that comes from the text of the Shahih book of Imam Muslim, the work of Imam an-Nawawi, and the secondary data sources in this study are: Hadith books, hadith books, books of ulumul hadith, and scientific literature. related, then the data is collected from various sources, both primary data of the Prophet's traditions and secondary data from related supporting books, then analyzed and analyzed in a qualitative descriptive manner, namely by describing, presenting or explaining clearly and clearly. The explanation regarding all the existing problems is deductively concluded, namely by drawing conclusions from general to specific statements so that the research results can be understood easily. The results of this study are da'wah strategies in the millennial era in the hadiths studied are that there are three ways to apply the first minkum munkaran manra'a using hands such as power, authority or real action. Second by verbally telling in a subtle way or in kind words and the third, namely by heart, is to deny the evil deed. The da'wah strategy in the millennial era is how a preacher delivers his message based on the times by utilizing technological advances such as internet media including social media and electronic media to arrive at the target object of da'wah.

Key words: Strategy, Da'wah, Millennial Era, *Manra-a Minkum Munkaran*.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana strategi dakwah di era milenial (kajian hadis *manra-a minkum munkaran*). Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan atau *library research*. Metode penelitian ini untuk mengetahui bagaimana cara menyampaikan dakwah di era milenial dengan memanfaatkan teknologi. Sumber data dalam penelitian ini primer yaitu data pokok yang bersumber dari teks kitab syarah shahih Imam muslim, karya Imam an-Nawawi, dan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa kitab-kitab hadis, kitab syarah hadis, kitab ulumul hadis, serta literatur ilmiah yang terkait, selanjutnya data terkumpul dari berbagai sumber baik data primer seperti hadis-hadis Nabi maupun data sekunder yang bersumber dari kitab-kitab penunjang yang terkait, kemudia ditelaah dan dianalisa secara deskriptif kualitatif dengan menguraikan, menyajikan atau menjelaskan secara tegas dan sejelas-jelasnya terhadap seluruh permasalahan yang ada kemudian disimpulkan secara deduktif yakni dengan cara menarik kesimpulan dari pernyataan-

pernyataan yang bersifat umum ke khusus sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah. Hasil penelitian ini adalah Strategi dakwah di era milenial dalam hadis yang diteliti ialah terdapat tiga cara dalam mengaplikasikan *manra'a minkum munkaran* pertama menggunakan tangan seperti kekuasaan, wewenang atau tindakan nyata. Kedua dengan lisan memberitahu dengan cara yang halus atau perkataan yang baik dan yang ketiga yakni dengan hati ialah mengingkari perbuatan munkar tersebut. Strategi dakwah di era milenial ialah bagaimana cara seorang da'i menyampaikan dakwahnya berdasarkan perkembangan zaman dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti media internet meliputi media sosial dan media elektronik agar sampai pada objek sasaran dakwah.

Kata Kunci: Strategi, Dakwah, Era Milennial, *Manra-a Minkum Munkaran*.

Pendahuluan

Dakwah secara etimologi berasal dari kata *Daa'a yad'u* dari bahasa Arab berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon. Secara terminologi dakwah adalah ajakan baik berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran sikap penghayatan serta pengalaman terhadap pengajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.¹ Strategi *Dakwah* adalah metode siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah.² Strategi dakwah di era Nabi saw serta masa milenial saat ini memanglah berbeda, utamanya apabila dilihat dari sudut fasilitas dakwah yang digunakan. Tetapi esensi dakwah di era Nabi saw serta saat ini senantiasa sama, ialah menyeru kepada al- ma' ruf serta menghindari kemungkaran. Dakwah di era Nabi saw belum memakai fasilitas komunikasi yang mutahir, serta buat masa saat ini fasilitas komunikasi dakwah tersebut terus menjadi mutahir menjajaki pertumbuhan era.³ Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyerukan seseorang untuk tertarik dengan ajaran agama Islam pada apa yang diserukan.

Dewasa ini manusia hidup di Era Milennial. Milenial adalah mereka-mereka generasi muda yang terlahir antara tahun 1980an sampai 2000 kaum milenial terlahir di mana dunia modern dan teknologi canggih diperkenalkan publik.⁴ Milenial merupakan Era kelanjutan dari era global ini telah menimbulkan tantangan-tantangan baru yang harus di ubah menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sehingga

¹ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2000), hlm.20

² Novi Maria Ulfah, *Strategi Dan Management Dakwah Lembaga Dakwah Islam Indonesia*, Semarang, *Jurnal Ilmu Dakwah UIN Semarang*, Vol.35, No.2, Juli-Desember 2015, ISSN 1693-8054, hlm. 3

³ Muliaty Amin, *Information Technology (IT) Dan Urgensinya Sebagai Media Dakwah*, Makassar, *Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*, t.th, hlm.2

⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa 2008), hlm. 743

tantangan tersebut membawa berkah terhadap orang yang melakukannya.⁵ Era Milenial ini muncul sebagai respon terhadap era modern yang lebih mengutamakan akal, empirik, dan hal yang bersipat materialistik, sekuralistik, hendonistik, fragmatif dan transaksional yaitu pandangan yang memisahkan dunia dan akhirat.⁶ Pada konteks sosial keagamaan tantangan dakwah di era milenial, selain menghadapi pertarungan ideologi-ideologi besar dan kecanggihan ilmu teknologi informasi dan komunikasi juga arus globalisasi yang menimbulkan berbagai macam perubahan pola dari berbagai aspek kehidupan. Tren kenaikan penggunaan internet dikalangan kaum muda milenial berimplikasi terhadap perubahan pola konsumsi generasi tersebut terhadap informasi agama.⁷ Artinya, pola konvensional, yakni mendapatkan atau belajar agama melalui buku-buku (kitab-kitab) dan pengajian ustadz-ustadz maupun da'i sudah mulai "ditinggalkan", dan mulai bermigrasi ke media-media online yang kebanyakan menyajikan informasi agama secara instan dan parsial. Fakta itu diperkuat dengan jumlah penonton pengajian berbasis Youtube, Facebook dan media lainnya yang semakin meningkat.

Pada dasarnya fungsi teknologi informasi pada dunia maya adalah keikutsertaan massa secara langsung dalam melakukan proses komunikasi. Jadi, model komunikasi yang dibentuk oleh dunia maya adalah komunikasi massa yang melibatkan banyak manusia dalam prosesnya.⁸ Jika dianalogikan, komunikasi menjadi bahan sedangkan dunia maya menjadi wadah atau media. Hal ini akan menjadi pasangan yang cocok dalam penyebaran dakwah melalui teknologi informasi. Efektivitas waktu menjadi salah satu kelebihan teknologi informasi. Hal tersebut disebabkan oleh kecanggihan teknologi informasi yang telah berhasil menghapus ruang geografis dalam kehidupan manusia hingga keberadaannya terasa sangat penting untuk kehidupan manusia dan telah menjadi kebutuhan vital bagi kehidupan masyarakat kontemporer. Keadaan ini justru harus menjadi peluang yang begitu luar biasa bagi para ulama untuk menyebarkan informasi dakwah ke seantero jagat raya lintas negara maupun bahasa dengan cepat. Era percepatan teknologi informasi tidak selamanya mempunyai arti negatif. Adanya teknologi informasi dapat diartikan sebagai sebuah kesempatan untuk melakukan dakwah yang bersifat menyeluruh. Situasi dan kondisi di era sekarang, yakni era milenial yang ditandai semakin maju berkembangnya arus informasi dan komunikasi, muncul pula berbagai media yang dapat digunakan sebagai perangkat dakwah misalnya alat-alat elektronika seperti televisi, radio, faximile, internet melalui Information Technology (IT). Media ini bila dijadikan wacana pemikiran untuk pengembangan dakwah, tentu saja memiliki arti yang sangat urgen untuk diaktualisasikan sebagai

⁵ Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*, Pontianak, Jurnal Jurusan KPI Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN, hlm. 1

⁶ Abuddin Nata, *Pendidikan Islam Di Era Milenial*, (Jakarta: Jurnal Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, t.t), hlm. 1

⁷ Erfan Gazali, Pesantren Di Antara Generasi Alfa dan Tantangan Dunia Pendidikan Era Revolusi Industri, *Jurnal Ilmiah Kajian Islam IAIN Syekh Nurjati*, Vol. 2, No. 2 Februari 2018, hlm. 10

⁸ Yedi Purwanto, Dkk, Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa, *Jurnal Kelompok Keahlian Ilmu Kemanusiaan*, Institut Teknologi Bandung, t.th, hlm.3

sarana dakwah. Itu disebabkan karena para dai atau muballigh di era kekinian hampir semua memiliki perangkat Information Technology (IT) melalui computer atau laptop dan smartphone yang setiap saat mereka bawa ke mana-mana.⁹

Tidak dipungkiri bahwa kemajuan teknologi ibarat pisau bermata ganda, di satu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan di sisi lain bisa mencelakai orang lain. Karena memang kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada siapa dan tangan siapa. Ketika berada ditangan orang yang baik, maka baiklah manfaatnya. Sebaliknya, ketika berada ditangan orang jahat, maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanyalah yang sangat menentukan kearah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung ditangan penggunanya.¹⁰ Maka dari itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya yaitu jejaring sosial media seperti, Facebook, Blog, Twitter dan sebagainya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat tema ini menjadi sebuah penelitian dengan tema “*Strategi Dakwah Di Era Milennial Kajian Hadis Manra’a Minkum Munkaran*”. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah dalam perfektif hadis *manra-a minkum munkaran* ? bagaimana mengaplikasikan strategi dakwah di era milennial ?

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah yang bertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaan terhadap buku-buku, catatan-catatan, dan laporan yang berhubungan dengan penelitian dalam hal ini datanya adalah teori-teori khusus tentang *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*. Sumber data dalam penelitian ini primer yaitu data pokok yang bersumber dari teks kitab syarah shahih Imam muslim, karya Imam an-Nawawi, dan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa: Kitab-kitab hadis, kitab syarah hadis, kitab ulumul hadis, serta literatur ilmiah yang terkait, selanjutnya data terkumpul dari berbagai sumber baik data primer hadis-hadis Nabi maupun data sekunder yang bersumber dari kitab-kitab penunjang yang terkait, kemudia ditelaah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menguraikan, menyajikan atau menjelaskan secara tegas dan sejelas-jelasnya seluruh permasalahan yang ada kemudian disimpulkan secara deduktif yakni dengan cara menarik kesimpulan dari pernyataan-pernyataan yang bersifat umum ke khusus sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah.

Pembahasan

Pandangan Umum Tentang Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni (دعوة). Dalam Al-Qur'an, kata dakwah bisa diartikan dengan bermacam-macam makna. Namun kata dakwah kerap kali

⁹ Muliaty Amin, *Information Technology*,.... hlm. 5

¹⁰ Muh Nur Latief, *Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial*..., hlm. 2

diartikan dengan mengajak, menyeru, memanggil, meminta, dan mengundang. Dari beberapa arti tersebut, dapat diketahui bahwa dakwah merupakan kegiatan persuasif yakni mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah pada adanya kemunkaran. Dengan demikian dalam dakwah lebih mementingkan proses dari pada hasil.¹¹ Islam merupakan agama dakwah yang selalu mendorong pemeluknya untuk aktif melakukan kegiatan dakwah.¹² Oleh karena itu setiap muslim berkewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam.¹³ Seperti yang dikatakan di atas, dalam dakwah lebih mementingkan adanya proses daripada hasil, karena keberhasilan dakwah terkait dengan kuasa Tuhan dalam memberikan hidayah pada hambaNya. Ukuran keberhasilan dakwah tersebut dapat diketahui dengan adanya perubahan lebih baik dari orang yang mendapat pesan dakwah.

Setiap pendakwah dari agama manapun pasti mengajak pengikutnya untuk berperilaku baik menurut pandangan agama. Dengan demikian, dakwah Islamiyyah menurut Achmad Mubarak adalah upaya mempengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam. Adapun dakwah menurut beberapa ahli di antaranya sebagai berikut, Syaikh Ali Mahfudz dalam kitabnya *Hidayah al-Mursyidin* menyebutkan bahwa dakwah adalah “Menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirah.” Sementara Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya dalam kehidupan nyata.¹⁴

Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dalam dakwah juga terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Dakwah menurut prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.¹⁵ Dalam berdakwah tentu diperlukan serangkaian alat untuk menunjang perjalanan dakwah. Terdapat 6 unsur penting dalam kegiatan dakwah yaitu Da'i (orang yang berdakwah), Mad'u (orang yang menerima pesan dakwah), Pesan Dakwah (terdiri dari pesan akidah, pesan syari'ah, pesan ahlak), Media Dakwah, Efek Dakwah (*Feedback*).

Metode Dakwah, terdiri dari tiga macam yakni (*pertama*, yakni dengan hikmah yang menurut Imam Abdullah bin Ahmad Mahmud An-Nasafi adalah dakwah menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu adil dalam menjelaskan kebenaran dan menghilangkan rasa keraguan. *Kedua*, dengan *mauidloh hasanah* atau dakwah *tabligh* yang banyak ditemui dalam acara-acara sejenis pengajian. *Ketiga*, dengan cara

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2004) hlm. 10

¹² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. hlm. 10

¹³ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Malang: Madani Press, 2014), hlm. 27

¹⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004), hlm. 11-13

¹⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013) hlm. 16-17

debat yang baik yang tujuannya adalah untuk menemukan kebenaran tanpa ada sedikit pun rasa untuk menjatuhkan lawan debat).¹⁶

Untuk itu setidaknya ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan penyampaian dakwah antara lain: Menulis dengan tulus, Tulisan yang bermanfaat, Mencari solusi untuk masalah orang lain, Tidak hanya menulis tentang diri sendiri, Menyetuh pembaca, Membuat *headline* yang memikat, Fokus pada hal yang penting, Mengungkapkan secara jelas apa yang akan dibahas, Hindari penggunaan bahasa formal

Berkembangnya agama-agama di dunia ini, tidak lepas dari proses dari proses penyampaian ajaran yang dilakukan oleh penganjur agama tersebut atau penerusnya. Proses penyampaian ajaran inilah yang disebut sebagai kegiatan dakwah.¹⁷ Dakwah bi Al-lisan. *Dakwah bi Al-lisan* yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majelis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid atau ceramah pengajian-pengajian.¹⁸ *Dakwah bi Al-Hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karyatersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.¹⁹ *Dakwah bi Al-Qalam*, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bi al-qalam* ini lebih luas dari pada media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membuthkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan di mana saja *mad'u* atau objek dakwah dapat menikmati sajian *dakwah bi al-qalam* ini.²⁰

Selanjutnya dakwah modernitas adalah dakwah yang dilaksanakan dengan memperhatikan unsur-unsur penting dakwah tersebut, kemudian subjek atau juru dakwah menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat modern (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di zaman modern terutama dalam bidang keagamaan, tidak pernah terjadi pada zaman sebelumnya, terutama di zaman klasik.²¹ Dengan demikian, berarti dakwah di era modern adalah dakwah yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan.²² Oleh karenanya, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era modern maka Juru dakwah seyogainya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. hlm. 216

¹⁷ M. Munir, *Metode Dakwah.....*, hlm. 19

¹⁸ Nurul Fajriah, Sistem Pendidikan Masa Sahabat, Widyaiswara Balai Diklat Keagamaan Aceh, *Jurnal Serambi Ilmu*, Volume 20, Nomor 1, 2019, hlm. 7

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. hlm. 157

²⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah..*, hlm. 12

²¹ Nur Alihidayat, Dakwah Dinamis Di Era Modern, *Jurnal UIN Sultan syarif Kasim*, Riau, hlm.12

²² Nur Alihidayat, *Dakwah Dinamis Di Era Modern.....*, hlm.13

menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern yang dihadapinya.²³

Adapun sarana dakwah di zaman modern ialah: *Pertama*, Media Internet. Internet merupakan jaringan komputer luas yang menghubungkan pemakai komputer satu komputer dengan computer lainnya dan dapat berhubungan dengan komputer dari suatu Negara ke Negara di seluruh dunia , di mana kita dapat melakukan *browsing, surfing chatting* dan lain-lain. Dibandingkan media dakwah yang lain, Internet memiliki tiga keunggulan : Karena sifatnya yang *never turn-off* tidak pernah dimatikan dan *unlimited access* dapat diakses tanpa batas. Internet memberi keleluasaan kepada penggunaanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun. Media Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya. Sebagian orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi sering kali mendapat kesulitan guna mengatasi dahaga spiritual mereka.²⁴ Padahal mereka ingin sekali berdiskusi dan mendapat bimbingan dari para ulama. Sementara itu ada sebagian orang yang ingin bertanya atau siap berdebat dengan para ulama untuk mencari kebenaran namun kondisi sering tidak memungkinkan. Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia.

Kedua: Media Televisi. Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar.²⁵ *Ketiga*: Media Radio. Pengertian Radio menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi. artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media.²⁶ *Keempat*: Media Cetak. Media cetak atau media Surat Kabar dapat diartikan sebagai lembaran cetak yang bersifat umum, akan tetpi isinya selalu actual.²⁷

Deksripsi Hadis *Manra-a Minkum Munkara*

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ؛ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : «مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ .

Artinya: Dari Abu Sa'id al-Khudri Radhiyallahu anhu, ia berkata, "Aku pernah mendengar Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, 'Barangsiapa di

²³ Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol.4, No.1, 2016, hlm. 53

²⁴ Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai...*, hlm. 58

²⁵ Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm.34

²⁶ Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai...*, hlm. 63

²⁷ Bambang Arif, *Komunikasi Dakwah* , (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hlm. 147

antara kalian melihat kemungkaran, maka hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya (kekuasaannya); jika ia tidak mampu, maka dengan lidahnya (menasihatinya); dan jika ia tidak mampu juga, maka dengan hatinya (merasa tidak senang dan tidak setuju), dan demikian itu adalah selemah-lemah iman.

Untuk mengetahui hadis-hadis tentang *Manra'a Minkum Munkaran* maka di perlukan suatu penelusuran hadis dengan menggunakan kitab Mu'jam Al-Muhfahras Li Al-Fadzi Hadis. Sebelum merujuk ke sumber aslinya, kata demi kata merupakan kunci untuk menelusuri sebuah hadis yang terdapat dalam kitab-kitab hadis. Penulis melakukan penelusuran menggunakan kitab Mu'jam Al-Muhfahras Li Al-Fadzil Hadis. Dimulai dari kata *منكر* dan *معروف*.²⁸ Maka dapat disimpulkan, bahwa hadis tersebut ditemukan dalam lima kitab hadis yaitu *shahih Muslim kitab al- iman Bab Bayanu Kaun al-Nahy an Munkarminal-Iman* nomor *hadits* 186 dan 187, Sunan Abu Dawud kitab *al-Shalat bab al-KhutbahYaum al-Id* nomor *hadits* 1142 dan kitab *al-Malahim bab al-Amru wa al-Nahyu* no *hadits* 4342, Sunan al-Tirmidzi, Kitab *al-Fitan 'an Rasulillah* bab *MaJa'a Fi Taghyir alMunkarbi al-Yad au bi al-Lisan au bi al-Qalb* nomor *hadits* 2327, Sunan al-Nasa'i, Kitab *al-Iman wa Syara'uhu* bab *Tafadlulu ahl al-Iman* nomor *hadits* 5025 dan 5026, Sunan Ibnu Majah Kitab *Iqamat al-Shalat wa al-Sunnah Fiha Bab Ma ja'a Fi Shalat al Idain*. Namun hadis-hadis tersebut berbicara tentang amar ma'ruf nahi munkar secara umum.

Adapun pembahasan tentang *amar ma'ruf nahi munkar* banyak dibicarakan oleh para ulama, hal ini mengingat pentingnya tema tersebut di dalam pandangan agama. Dalam hal ini ulama yang memberikan pandangan terhadap *amar ma'ruf nahi munkar* adalah sebagai berikut. Amar ma'ruf nahi munkar menurut perspektif Imam Al-Ghazali hukumnya adalah fardu kifayah bagi muslim seperti yang terdapat dalam surah Ali-Imran ayat 104, tetapi apabila tidak ada orang yang melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar*, semua orang akan berdosa. Tetapi hukum menjadi wajib dalam melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* berdasarkan Al-Qur'an, hadis, atsar-atsar (para sahabat dan tabi'in). Jadi hukum melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar adalah wajib menurut perspektif Imam Al-Ghazali.²⁹

Amar ma'ruf nahi munkar menurut Ibnu Taimiyah Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa *amar ma'ruf nahi munkar* merupakan tuntunan yang diturunkan Allah swt di dalam semua kitabnya, disampaikan para rasul serta merupakan bagian dari syariat Islam. Lebih Ibnu Taimiyah berpendapat jika *amar ma'ruf nahi munkar* merupakan kewajiban dan amalan *sunnah* yang agung (mulia), maka sesuatu yang wajib dan *sunnah* maslahat di dalamnya lebih kuat atau besar dari mafsadatnya, karena para rasul diutus dan kitab—kitab diturunkan dengan membawa hal ini.³⁰ Muhammad Asad

²⁸ Arent Jan Wensinck, *Mu'jam al-Muhfahras li Alfaz al-Hadis al-Nabawi*, Juz 8, (Leiden: Brill, 1926) hlm. 340

²⁹ Nor Azean, "*Amar Ma'ruf Nahi Mungkar Menurut Imam Al-Ghazali*", Skripsi Fakultas Dakwah UIN AR-Raniry Banda Aceh 2018, hlm.188

³⁰ Zulhimi Zulkarnain, Makna Amar Ma'ruf Nahi Mungkar Menurut Muhammad Asad, Jurnal, Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah, Vol.18, No.2, 2017, hlm.112

memahami bahwa *al-ma'ruf* adalah semua perintah Allah yang mengarah kepada kebenaran sesuai dengan syariat, dan *al-mungkar* adalah semua perbuatan yang dilarang Allah yang membawa kepada jalan yang salah bertentangan dengan syariat.

Amar ma'ruf nahi mungkar menurut Al-Zamakhshari, adalah perintah kepada sesuatu yang diketahui baik dan memiliki sifat-sifat kebaikan sesuai dengan kehendak Allah, dan larangan yang diketahui buruk dan memiliki sifat-sifat keburukan yang sesuai dengan keinginan hawa nafsu manusia. Adapun hukum *amar ma'ruf nahi mungkar* menurut Al-Zamakhshari, adalah wajib fardu kifayah. Untuk aspek *amar ma'ruf* ketentuannya mengikuti objek yang diperintahkan itu hukumnya wajib, dan jika objek yang diperintahkan itu hukumnya *sunnah* maka perintah terhadapnya adalah *sunnah*. Sedangkan aspek *nahi mungkar* hukumnya wajib secara keseluruhan, sebab segala bentuk kemungkaran itu wajib ditinggalkan karena adanya sifat keburukan di dalamnya. Al-Zamakhshari, memperkuat argumentasinya bahwa pelanggaran (tidak melaksanakan) terhadap larangan kemungkaran adalah bentuk kemaksiatan.^{31\}

Imam Al-Haramain, berpendapat mengenai *amar ma'ruf nahi mungkar*, bahwasanya seluruh anggota masyarakat diperbolehkan mencegah seseorang yang hendak melakukan dosa besar jika orang tersebut tidak bisa diingatkan secara lisan. Hal ini selama tidak sampai mengakibatkan keributan dan kekerasan. Kalau memang dikhawatirkan efeknya bisa seperti itu, maka biarlah yang menangani khusus tersebut adalah penguasa,” Dia juga berkata, kalau kezhaliman orang yang berbuat kemungkaran itu semakin merajalela bahkan tidak mengubris setelah diperingat maka sang penguasa berhak untuk menghukumnya.³²

Adapun analisis penulis mengenai *amar makruf nahi mungkar* berdasarkan pemahaman penulis mengenai hadis *amar makruf nahi mungkar* ialah seperti berikut. Mencegah kemungkaran dengan menggunakan “Tangan” merupakan cara mencegah kemungkaran pada tingkatan tertinggi dalam beramar makruf nahi mungkar seperti menggunakan kekuasaan, wewenang atau tindakan yang nyata.³³ Cara ini hanya boleh dilakukan bagi orang yang mempunyai kekuasaan bagi orang yang melakukan kemungkaran misalnya seorang pemimpin, wakilnya atau orang yang menggantikannya, baik itu orang yang ditunjuk langsung oleh seorang pemimpin atau setiap orang muslim yang mempunyai kekuasaan terhadap orang lain.³⁴ Misalnya orang tua kepada anaknya atau keluarganya. Namun demikian cara ini tidak mutlak bisa dilakukan oleh setiap orang dan setiap kemungkaran, karena jika dimutlakan maka nanti akan muncul kemudharatan yang tidak diinginkan dan hal ini tidak diperbolehkan.

Merubah kemungkaran dengan “lisan”, cara ini dilakukan dikarenakan cara pertama tidak mungkin untuk dilakukan. Dalam praktiknya cara beramar makruf nahi

³¹ Zainul Muhibbin, “Makna Amar Ma'ruf Nahi Mungkar”, Jurnal UPM Sosial Humaniora ITS, Surabaya, 2012, hlm.75

³² Wawan Junaedi, *Syarah Shahih Muslim Imam An-Nawawi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2010), hlm.138

³³ Muhammad Munzir, *Implementasi Amar Makruf Nahi Munkar..*, hlm. 168

³⁴ <https://tekno.tempo.co/read/1278924/un-dihapus-portofolio-karya-siswa-diusulkan-jadi-pengganti/full&view=ok-sabtu> 28 Desember 2019-jam 20:44

mungkar menggunakan lisan atau perkataan yang baik yakni memberi tahu kepada orang yang melakukan kemungkaran dengan cara-cara yang halus hal ini dapat dilakukan dengan mengisyaratkan bahwa apa yang dilakukan oleh seseorang merupakan tindakan yang tidak di benarkan dalam syariat.³⁵Selain menggunakan kata-kata yang baik dalam beramar makruf nahi mungkar juga bisa menggunakan kata-kata yang keras hal ini dilakukan apabila jika menggunakan kata-kata yang baik dianggap tidak berhasil. Meskipun demikian tidak serta merta dapat dilakukan haruslah mempunyai batas dan sesuai dengan syariat juga tidak melebihi-lebihkan dan tetap menjaga ketentuan-ketentuan yang ada dalam syariat agama.

Selanjutnya mengubah kemungkaran dengan “Hati” jika seseorang tidak lagi mampu melaksanakan amar makruf nahi mungkar dengan kedua cara di atas maka seseorang dapat mengingkari perbuatan mungkar dengan hati. Hal ini dapat diwujudkan dengan membenci perbuatan mungkar tersebut dengan hati dan tidak ada alasan baginya untuk melakukan perbuatan mungkar tersebut.

Dakwah di Era Milennial

Kosakata milenial berasal dari bahasa Inggris millennium atau milenia yang berarti masa seribu tahun.³⁶ Millennial selanjutnya menjadi sebutan untuk sebuah masa yang terjadi setelah era global, atau era modern. Karena itu era milenial dapat pula disebut sebagai era post-modern. Era ini oleh sebagian dapat dipakai dan diartikan sebagai *era back to religion*. Yaitu masa kembali kepada ajaran spiritual, moral, akal, empirik dan hal-hal yang bersifat materialistik, sekuralistik, hedonistik, pragmatik, dan transaksional.³⁷Yaitu pandangan yang memisahkan urusan dunia dengan urusan akhirat akibat dari kehidupan yang sedemikian itu manusia jadi berbuat tanpa landasan spiritual, moral dan agama. Kehidupan yang sekarang telah menghantarkan manusia kepada tahap membuat sesuatu yang mengagumkan, seperti *digital technology*, *cloning* dan sebagainya. Namun karena tidak disertai landasan spiritual, moral dan agama, semua temuan yang mengagumkan itu telah pula digunakan manusia untuk mendukung selera hawa nafsunya.

Menurut Manheim millennial adalah suatu konstruksi sosial di mana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historik yang sama. Lebih lanjut Manheim menjelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari era millennial atau generasi millennial adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryder

³⁵ Hasan Su'aidi, *Konsep Amar Ma'ruf Nahi Mungkar...*, hlm.13

³⁶ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 955

³⁷ Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Millennial*, Jurnal Jurusan KPI Fakultas Adab Dan Dakwah IAIN, Pontianak, t.th, hlm. 3

yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.³⁸

Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.³⁹Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti E-mail, SMS, instant massaging, dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons 2004) lebih lanjut Lyons mengungkapkan ciri-ciri dari generasi Y adalah: Karakter masing-masing individu berbeda, Tergantung di mana ia dibesarkan, Strata ekonomi.Sosial keluarga. Pola komunikasinya sangat terbuka dibandingkan sebelumnya. Pemain media sosial yang fanatik.⁴⁰Kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi.

Sehingga mereka sangat terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi disekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan. Adapun karakteristik yang dibentuk pada generasi milenial adalah kecanduan internet, percaya diri dan harga diri tinggi serta lebih terbuka dan toleransi terhadap perubahan.⁴¹ Penelitian dari (Huyber 2011) memperlihatkan gaji, pemberian pengakuan untuk individu, jadwal kerja fleksibel, *carrer advancement* sebagai faktor yang paling penting bagi generasi milenial ditentukan oleh faktor intristik seperti kesempatan untuk kepemilikan organisasi, pemberian pelatihan persepsi atas dukungan supervisor, pekerjaan yang bervariasi dan bermakna, dan keseimbangan antara kehidupan-kehidupan pekerjaan. Studi tentang generasi milenial dunia, terutama di Amerika, sudah banyak dilakukan. Diantaranya studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) bersama University of Berkley tahun 2011 dengan mengambil tema *American Milenials Deciphering The Enigma Generation*.

Tahun sebelumnya, 2010 *Pew Reserch Center* jug merilis laporan riset dengan judul *Milenials A Portrait of Generation Next*. Berdasarkan penelitian-penelitian itu, inilah karakteristik milenial tersebut. *Pertama*: Milenial lebih percaya *User Generated Content* (UGC) dari pada informasi searah. Bisa dibilang milenial tidak percaya lagi kepada distribusi informasi yang bersifat satu arah.⁴² *Kedua*: Milennial lebih memilih ponsel dibandingkan TV. *Ketiga*: Generasi ini lahir di era perkembangan teknologi, internet juga berperan besar dalam keberlangsungan hidup mereka. Maka televisi bukanlah prioritas generasi milenial untuk mendapatkan informasi atau melihat iklan. *Keempat*: Milennial wajib punya media sosial. Komunikasi diantara generasi milenial sangatlah lancar. Namun bukan berarti komunikasi itu selalu terjadi dengan tatap muka, tapi justru sebaliknya. *Kelima*: Milennial kurang suka membaca secara konvensional. Populasi orang yang membaca buku turun drastis pada generasi milenial. Bagi

³⁸ Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, t.tp. Kementrian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak, hlm. 13

³⁹ Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, t.tp. Kementrian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak, hlm. 13

⁴⁰ MIX MarComm, *Millennials*, (Jakarta: Fantasioous Loveable, 2018), hlm.11

⁴¹ Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia.....*, hlm 17

⁴² Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia.....*, hlm 17

generasi ini tulisan dinilai memusingkan dan membosankan. Generasi milenial bisa dibilang lebih menyukai melihat gambar, apalagi jika menarik dan berwarna. *Keenam*; Milenial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka. Kini semua serba digital dan online, tak heran generasi milenial juga menghabiskan hidupnya hampir senantiasa online 24/7.⁴³ *Ketujuh*; Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif. *Kedelapan*; Milenial mulai banyak melakukan transaksi secara *cashless*⁴⁴

Adapun media dakwah di era milenial. Salah satu media yang tengah digandrungi oleh masyarakat milenial sekarang ini adalah media sosial. Media sosial merupakan salah satu dari produk cyberspace, yaitu tempat kita berada saat mengarungi dunia informasi global interaktif yang bernama internet. Internet adalah jaringan telekomunikasi satelit global. Selanjutnya dalam pembahasan ini media dakwah di era milenial akan penulis bahas berkaitan dengan media sosial yang marak digunakan oleh kaum milenial sekarang ini adalah: Web Blog: blog merupakan situs yang menyerupai *diary* karena isi situs tersebut ditulis secara kronologis, menyerupai buku diari.⁴⁵ Web blog adalah halaman umum web yang berisi tentang personalitas pembuatnya, berisi jurnal yang dapat diakses oleh semua orang. Dengan kata lain, web blog merupakan tipe situs web yang isinya seperti jurnal, diurutkan secara kronologis. Isinya berupa berita atau komentar atas suatu peristiwa tertentu mulai dari hal yang “berat” sampai hal yang “ringan”, dari masalah politik sampai masalah makanan. Web blog bisa berisi teks, gambar, music, video, link ke web blog lain atau juga berisi kombinasi dari hal-hal tersebut. Agar blog menarik, makaperlu dilakukan beberapa hal sebagai berikut : Menggunakan kata-kata yang menarik pada judul posting, Menggunakan gambar atau tampilan yang menarik, Memisahkan paragraf panjang, Memberikan kata pengantar,

Facebook; Fasilitas facebook di bisa dijadikan sebagai media dakwah di era kemajuan teknologi dan informasi.⁴⁶ Dakwah melalui media sosial facebook akan mampu mewarnai pemikiran masyarakat bahwa dakwah tidak hanya di forum pengajian formal. Kehadiran internet memiliki pengaruh terhadap perubahan fenomena kebudayaan dan munculnya kebiasaan-kebiasaan baru yang mengembangkan kreativitas dan kemungkinan baru, seperti mulai terjadinya pergeseran pilihan-pilihan hidup, di antaranya selera, gaya, serta pola hidup lainnya dalam masyarakat.

Instagram; Aplikasi Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak jenis media sosial yang ada, yang dinilai sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian atau menghipnotis pemerhatiannya (masyarakat) untuk selalu mengikuti apa

⁴³ Syarief Hidayatullah, *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-food*, Jurnal Fakultas Bisnis Dan Ekonimi Universitas Merdeka, Malang, hlm 242

⁴⁴ Kalfaris Lalo, Menciptakan Generasi Milenial berkarakter Dengan Pendidikan Karakter Guna Menyongsong Era Globalisasi, *Jurnal Ilmu Kepolisian*, ISSN: 2620-5025, Volume 12, No 2, 2018, hlm. 3

⁴⁵ Web blog pertama kali muncul sekitar tahun 1993. Sebelum blog menjadi terkenal, komunitas digital telah mempunyai beberapa forum diskusi seperti Usenet, Milis, dan BBS (*Bulletin Board System*). Pada tahun 1990, sebuah software forum internet yaitu WebEx, dibuat dengan system percakapan berdasarkan urutan pesan.

⁴⁶ **Facebook, Inc.** adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004

yang menjadi trend di *instagram*.⁴⁷ Instagram yang bersifat *photo sharing* memiliki kekuatan untuk memudahkan penyebaran informasi sehingga banyak hal-hal yang lahir menjadi trending topik karena penyebarannya di *instagram*.

Twitter; Twitter⁴⁸ merupakan merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari masyarakat pada saat ini. Akan tetapi berbeda dengan media jejaring sosial lainnya, twitter memiliki beberapa keunikan karakteristik dalam beberapa sisi. Pertama para pengguna twitter tidak perlu untuk menunggu persetujuan untuk dapat menerima update dari pengguna lain yang ingin diikuti. Dalam twitter dikenal istilah follow di mana seorang *user* dapat men-*follow user* lain yang diikuti. Yang kedua, twitter mengizinkan penggunanya untuk dapat mem-posting gambar maupun opini dengan pesan singkat yang disebut tweet. Selain itu twitter hanya memperbolehkan para penggunanya untuk menuliskan tweet tidak lebih dari 140 karakter.

Whatsapp; Whatsapp adalah aplikasi messenger yang ada di smartphone dengan basic mirip BlackBerry Messenger. WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa membayar untuk SMS, karena WhatsApp Messenger menggunakan rencana data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain, sehingga tidak menggunakan biaya untuk dapat tetap berhubungan. Aplikasi WhatsApp Messenger adalah pengiriman pesan yang menggunakan koneksi 4G atau WiFi untuk berkomunikasi tanpa harus mengeluarkan biaya. Dengan menggunakan WhatsApp, kita dapat melakukan chatting, file sharing, dan lain-lain.

Youtube; Media sosial youtube⁴⁹ merupakan media sosial yang banyak digandrungi oleh kaum muda milenial rasanya hampir semua kalangan mengenal youtube dikarenakan youtube. merupakan media yang merupakan hampir semua orang dibelahan dunia manapun menggunakannya, dengan fitur-fitur yang ditawarkannya selalu dapat memanjakan penggunanya. Kita bisa mengunggah video dan ditonton oleh jutaan orang diseluruh dunia.

Selanjutnya strategi pengaplikasian dakwah, Strategi berasal dari bahasa Yunani strategi yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin

⁴⁷ **Instagram** (juga disebut **IG** atau **Insta**) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

⁴⁸ Twitter merupakan situs micro-blogging yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Saat ini, Twitter menjadi salah satu media jejaring sosial yang cukup populer di dunia. Bahkan twitter termasuk dalam salah satu dari lima media sosial yang paling banyak dikunjungi orang.

⁴⁹ **YouTube** adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

pasukan.⁵⁰ Kata strategi bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk ke dalam bidang komunikasi dan dakwah.⁵¹ Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat.

Kata strategi dibedakan dari kata. Webster's New Twentieth Century Dictionary menyatakan bahwa taktik hanya menunjukkan hanya kegiatan mekanik saat menggerakkan benda-benda, sedangkan strategi adalah cara pengaturan untuk melaksanakan taktik itu.⁵² Bisa juga berarti kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Strategi juga bisa berupa menyusun rencana-rencana dan langkah-langkah yang akan ditempuh. Dengan demikian istilah strategi ini antara lain menunjukkan pada upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Adapun strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Adapun langkah-langkah perencanaan strategi meliputi enam tahapan umum yang perlu diperhatikan dalam merumuskan strategi: Seleksi mendasar dan kritis terhadap permasalahan, menetapkan tujuan dasar dan sasaran strategi, menyusun rencana pemberdayaan, menyusun perencanaan tindakan.

Strategi yang digunakan dalam usaha dakwah haruslah memperhatikan beberapa asas dakwah, diantaranya adalah: *pertama*; Asas filosofi asas ini membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah. *Kedua*; Asas kemampuan dan keahlian *da'i* asas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme *da'i* sebagai subjek dakwah.⁵³ *Ketiga*; Asas sosiologi asas ini membahas mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama disuatu daerah, filosofi sasaran dakwah, sosiokultural sasaran dakwah dan sebagainya. *Keempat*; Asas psikologi asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitupula sasaran dakwah yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lainnya.⁵⁴ *Kelima*; Asas efektivitas dan efisiensi maksud asas ini dalam aktivitas dakwah harus diusahakan keseimbangan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya hingga hasilnya maksimal.⁵⁵

Mengacu pada pengertian strategi tadi, maka strategi dalam pengaplikasian dakwah haruslah mempunyai komunikasi yang baik. Komunikasi bisa dikatakan

⁵⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia..., hlm. 955

⁵¹ Novi Maria Ulfah, *Strategi Dan Manajemen Dakwah Islam Indonesia, Jurnal Ilmu Dakwah UIN Semarang*, Semarang, ISSN 1693-8054, 2015, hlm. 34

⁵² Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, Cet. Pertama, (Bandung: Rosdakarya, 2014), hlm. 80

⁵³ Novi Maria Ulfah, *Strategi Dan Manajemen Dakwah Islam Indonesia....*, hlm. 5

⁵⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah....*, hlm. 107

⁵⁵ Kustadi, *Strategi Dakwah....*, hlm. 82

sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak, atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Adapun dalam pengaplikasian dakwah khususnya dakwah di media sosial seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Sesuai dengan dengan pandangan mengenai ekspresi keagamaan dalam internet memungkinkan digunakan oleh para pendakwah. Konten dakwah yang berbobot tentu adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran, memberi nilai guna dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Selanjutnya beberapa bagian strategi dakwah selain menggunakan media sosial bisa juga melalui beberapa media berikut ini. *Pertama*; Ceramah adalah pesan yang bertujuan memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk sementara ada audiens yang bertindak sebagai pendengar, ceramah sendiri biasanya disampaikan oleh para da'i untuk menyampaikan suatu pesan yang mengajak kepada kebaikan. ceramah sendiri mempunyai banyak pembahasan seperti mengenai pendidikan, kesabaran, puasa, berbuat baik dan masih banyak lagi. *Kedua*; Cerita Dongeng yaitu dongeng merupakan bentuk sastra lama yang bercerita tentang suatu kejadian yang luar biasa yang penuh khayalan (fiksi) yang dianggap oleh masyarakat suatu hal yang tidak benar-benar terjadi. Dongeng merupakan bentuk cerita tradisional atau cerita yang disampaikan secara turun-temurun dari nenek moyang. Sama halnya dengan dakwah yang memiliki teknik dalam melakukan dakwahnya seperti teknik persiapan, teknik penyampaian hingga teknik evaluasi. *Ketiga*; Nasehat adalah salah satu bentuk dakwah kepada agama Allah Ta'ala dan menjadi salah satu cara (metode) dari banyaknya cara dalam mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Nasehat disyariatkan dengan banyak hikmah dan tujuan yang mengandung unsur kebaikan. *Keempat*; Cerpen adalah jenis karya sastra yang memaparkan kisah ataupun cerita tentang kehidupan manusia lewat tulisan pendek. cerpen juga bisa disebut sebagai karangan fiktif yang berisikan tentang sebagian kehidupan seseorang atau juga kehidupan yang diceritakan secara ringkas yang berfokus pada suatu tokoh saja. Dakwah melalui cerpen Tidak diragukan lagi jika cerita termasuk suatu hal yang menarik untuk disimak.

Kesimpulan

Dari pembahasan dan uraian tentang Strategi Dakwah di Era Milennial Kajian Hadis *Manra'a Minkum Munkaran* pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Strategi dakwah dalam perspektif hadis yang diteliti ialah terdapat tiga cara dalam mengaplikasikan *manra'a minkum munkaran* pertama menggunakan tangan seperti kekuasaan, wewenang atau tindakan nyata. Kedua dengan lisan memberitahu dengan cara yang halus atau perkataan yang baik dan yang ketiga yakni dengan hati ialah mengingkari perbuatan *munkar* tersebut. Strategi dakwah di era milenial ialah bagaimana cara seorang da'i menyampaikan dakwahnya berdasarkan perkembangan zaman dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti melalui media elektronik yang meliputi televisi, radio dan media digital internet melalui media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan Google dan lain sebagainya sampai pada objek sasaran dakwah.

Bibliografi

- Amin, Samsul Munir, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Amin, Muliaty, *Information Technology (IT) Dan Urgensinya Sebagai Media Dakwah Makasar*, *Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*, t.th.
- Aziz, Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Pranadamedia Group, 2004
- Alihidayat, Nur, *Dakwah Dinamis Di Era Modern*, *Jurnal UIN Sultan syarif Kasim, Riau*, t.th.
- Aripudin, Acep *Sosiologi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Arif, Bambang, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Azean, Noer, *Amar Ma'ruf Nahi Mungkar Menurut Imam Al-Ghazal*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN AR-Raniry, Banda Aceh, 2018.
- Gazali, Efran, *Pesantren di Antara Generasi Alfa dan Tantangan Dunia Pendidikan Era Revolusi Industri*, *Jurnal Ilmiah Kajian Islam IAIN Syekh Nurjati*, Vol. 2, No. 2 Februari 2018.
- Hidayatullah, Syarif, *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-food*, *Jurnal Fakultas Bisnis Dan Ekonimi Universitas Merdeka*, Malang, 2018
- Habibi, Muhammad, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milennial*, *Jurnal Jurusan KPI Fakultas Adab Dan Dakwah IAIN*, Pontianak, t.th.
- Ilaihi, Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Junaedi, Wawan, *Syarah Shahih Muslim Imam An-Nawawi*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2010.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2012.
- Lalo, Kalfaris *Menciptakan Generasi Milenial berkarakter dengan Pendidikan Karakter Guna Menyongsong Era Globalisasi*, *Jurnal Ilmu Kepolisian*, ISSN: 2620-5025, Volume 12, No 2, 2018.
- MarComm, *MIX Millennials*, Jakarta: Fantastious Loveable, 2015.
- Muhibbin, Zainul, *Makna Amar Ma'ruf Nahi Mungkar*, *Jurnal UPM Sosial Humaniora ITS*, Surabaya, 2012.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Pranadamedia Group, 2004.
- Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*, Pontianak *Jurnal Jurusan KPI Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN*
- Mubarak, Achmad, *Psikologi Dakwah*, Malang: Madani Press, 2014.
- Purwanto, Yedi Dkk, *Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*, *Jurnal Kelompok Keahlian Ilmu Kemanusiaan*, Institut Teknologi Bandung, t.th.
- Rakhmawati, Istina, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol.4, No.1, 2016.
- Statistik Gender Tematik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, t.tp. Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2017.

- Suhandang, Kustadi, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, Bandung: Rosdakarya, 2014.
- Ulfah, Novi Maria, Strategi Dan Management Dakwah Lembaga Dakwah Islam Indonesia, Semarang, *Jurnal Ilmu Dakwah UIN Semarang*, Vol.35, No.2, Juli-Desember 2015.
- Wensinck, Arent Jan, *Mu'jam al-Muhfahras li Alfaz al-Hadis al-Nabawi*, Juz 8, Leiden: Brill, 1926.
- Zulkarnain, Zuhilmi, *Makna Amar Ma'ruf Nahi Mungkar Menurut Muhammad Asad*, Jurnal, Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah, Vol.18, No.2, 2017
<https://tekno.tempo.co/read/1278924/un-dihapus-portofolio-karya-siswa-diusulkan-jadi-pengganti/full&view=ok-sabtu> 28 Desember 2019-jam 20:44