

STRATEGI DAKWAH MAJALAH SUARA HIDAYATULLAH DI ERA DIGITAL

Alim Puspianto
Ari Oktariansyah
Sekolah Tinggi Agama Islam Luqman Al Hakim Surabaya
alimpuspianto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Strategi Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital* Penelitian ini dilakukan dengan alasan : (1) Dakwah adalah kewajiban setiap muslim, (2) Strategi dakwah Majalah Suara Hidayatullah menarik, (3) Judul ini belum pernah diteliti sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam strategi dakwah yang dilakukan Majalah Suara Hidayatullah. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat menambah wawasan dan referensi bagi aktivis dan pemerhati dakwah dalam meningkatkan aktivitas dakwah untuk lebih baik lagi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dianalisis dengan redaksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan melalui verifikasi data. Untuk memastikan data yang diperoleh akurat, peneliti melakukan uji keabsahan data dengan triangulasi.

Kesimpulan peneliti dengan judul “Strategi Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital” ini adalah Majalah *Suara Hidayatullah* melakukan adaptasi terhadap teknologi baru, pemanfaatan berbagai platform digital, serta pendekatan yang interaktif dan terukur. Dengan mengintegrasikan teknologi dan media sosial, Majalah *Suara Hidayatullah* dapat terus menyebarkan pesan dakwahnya secara efektif kepada audiens yang lebih luas di era digital yang terus berkembang. Secara keseluruhan, strategi dakwah majalah *Suara Hidayatullah* di era digital ini berfokus pada penyampaian pesan-pesan Islam yang mendalam dan relevan dengan pendekatan modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pembaca.

Kata Kunci: *Strategi Dakwah, Majalah Suara Hidayatullah, Era Digital*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama dakwah, semakin gencar suatu upaya dalam dakwah dilaksanakan maka semakin bersyariah agama Islam, semakin kendor dakwah semakin reduplah cahaya Islam dalam masyarakat.¹ Dakwah dapat juga di artikan sebagai suatu aktifitas yang bertujuan untuk mengajak manusia ke jalan Allah agar memperoleh suatu kebahagiaan dunia dan akhirat.² Dakwah merupakan kewajiban bagi seluruh umat nabi Muhammad SAW sebagai upaya untuk merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan manusia. Untuk menghadapi masalah dakwah yang semakin berat dan meningkat, penyelenggaraan dakwah tidak akan efektif bila di laksanakan secara individual, tetapi harus dilaksanakan secara bersama-sama dalam kesatuan yang teratur dan rapi. Hal tersebut harus dilakukan karena setiap upaya dakwah pada masa sekarang akan menghadapi

¹ SunartoAS, *Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato*, (Surabaya: Juanda Press, 2004) hlm 88

² Nasruddin Harahap, (ed), *Dakwah Pembangunan* (Yogyakarta: DPD GT 1 DIY, 1992, hlm. 199

masyarakat yang semakin kompleks, sehingga membutuhkan penanganan yang lebih serius dan terorganisir.³

Dakwah juga merupakan suatu ajaran-ajaran Islam dalam aspek hidup dan kehidupan menuntut kita umat Islam umumnya, dalam aspek memahami dan merumuskan kehidupan umat secara definitif. Memiliki keterampilan untuk menggali dan memahami wahyu sebagai petunjuk untuk di aplikasikan, menjawab tantangan dalam kehidupan sehari-hari.

Pada umumnya dalam kehidupan bermasyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia, ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat umum dari hal-hal yang dapat membawa kebatilan. Karena pentingnya dakwah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang difikirkan dan di kerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah di bebankan bagi setiap pengikut (umat-Nya). Dasar kewajiban dakwah terdapat dalam kedua sumber hukum islam yaitu Al- Qur'an dan hadist Dakwah adalah kewajiban bagi setiap muslim, karena dalam Islam dakwah itu sangatlah penting dan diwajibkan bagi umat manusia baik laki-laki maupun perempuan.⁴

Definisi dakwah tersebut memanglah tepat, menyatakan dakwah adalah suatu kegiatan ajakan karena memang tujuan utama dakwah adalah mengajak, menyeru yang ma'ruf mencegah dari yang munkar. Firman Allah dalam surat Ali-Imran : 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: Kamu (umat islam) adalah umat terbaik yang di lahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.⁵

Dari ayat tersebut jelas bahwa dakwah dalam artian luas adalah kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap muslim dan muslimah dan tidak boleh menghindarkan diri dari hal tersebut (dakwah), dalam ayat ini di jelaskan bahwa kewajiban tersebut di karenakan kamu umat islam adalah umat terbaik dan paling utama di sisi Allah, yaitu ditampakkan untuk seluruh umat manusia hingga akhir zaman, karena kamu menyuruh berbuat yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar dan beriman kepada Allah dengan iman yang benar, amar ma'ruf nahi munkar adalah wajib, sebab

³ Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), hlm.43.

⁴ Mohammad, H. (2013) *Metologi Perkembangan Ilmu Dakwah*. Jurnal Pena Salsabila

⁵ BisaQura'an.com, <https://tafsirweb.com/1242-surat-ali-imran-ayat-110.html>

syariat Islam memang menempatkannya pada hukum dengan level yang wajib apabila belum bisa.⁶ Cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah iman” (H.R. Muslim).⁷

Organisasi Hidayatullah menetapkan bahwa mainstream gerakan organisasi adalah suatu gerakan dakwah dan tarbiyah. Gerakan dakwah yang diharapkan oleh suatu organisasi tidak hanya sebuah aktivitas dakwah saja tetapi dakwah itu di harapkan menjadi sebuah gerakan dan kegiatan dakwah itu sendiri terorganisir dari pusat sampai daerah. Lebih dari itu adalah kegiatan dakwah yang dilakukan harus profesional, terencana dengan baik dan terevaluasi.

Terlepas dari fungsi media banyak yang bisa dilakukan, bahkan media ini adalah cara mudah untuk berdakwahnya para da'i untuk berkembang, kita juga melihat media-media cetak pada saat ini bisa di hitung jari. Bahkan sudah banyak yang tidak terbit lagi atau gulung tikar. Namun kita saksikan bahwa sampai penelitian ini dibuat Majalah Suara Hidayatullah (SAHID) tersebut masih aktif dan eksis di tengah gencarnya alur digitalisasi. Bahkan kehadirannya mampu memberikan dampak positif di tengah tengah masyarakat. Di samping itu kita akui bahwa konten konten yang ditampilkan juga sangat menarik dan up to date baik perkembangan informasi dalam negeri sampai ke luar negeri. Ditambah lagi dengan pembahasan seperti konten tentang keluarga, konten politik, konsultasidan lain-lain.

B. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi

Pengertian secara etimologi berasal dari bahasa yunani : *Stratos* (pasukan) dan *again* atau memimpin strategi berarti hal memimpin pasukan .secara umum adalah satu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai mencapai sasaran yang telah di tentukan.⁸

Strategi adalah rencana atau metode yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam kondisi yang kompetitif. Dalam konteks bisnis, strategi mencakup perencanaan dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajemen untuk mengarahkan sumber daya organisasi secara efektif guna mencapai keunggulan kompetitif dan tujuan jangka panjang. Strategi ini bisa berupa rencana jangka pendek maupun jangka panjang, tergantung pada visi dan misi organisasi

Pengertian Umum: Strategi umumnya didefinisikan sebagai rencana jangka panjang yang didesain untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Porter, strategi adalah penciptaan posisi yang

⁶ Ibnu Mas'ud. Buku. (Yogyakarta: Laksana, 2018), hlm 14

⁷ Ibn Taimiyah, Manhaj. *Da'wah Salafiyah*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2001

⁸ Syaiful bahri Djamrah ,*Strategi Belajar Mengajar* ,(Jakarta :Rineka Cipt,2006,) h,5

unik dan bernilai dengan melakukan serangkaian aktivitas yang berbeda atau melakukan aktivitas yang sama dengan cara yang berbeda dari pesaing.⁹

Strategi adalah ilmu seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk menggunakan kebijakan tertentu di peperangan ,atau rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus pada mula nya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang di artikan sebagai cara penggunaan(menghimpun)seluruh kekuatan militer untuk memenagkan suatu peperangan

Strategi sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana cara agar tujuan tercapai. Strategi merupakan rencana atau desain kegiatan,dalam wujud penentuan dan penempatan semua sumber daya yang menunjang keberhasilan suatu pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Strategi adalah suatu kesatuan rencana menyeluruh dan padu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan ,strategi juga merupakan penedekatan secarakeseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu.¹⁰

2. Pengertian Dakwah

Secara Etimologi kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yakni da'aa, yad'u, du'aah/da'watan, jadi kata da'aa atau dakwah adalah isim mashdar dari du'aa, yang keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ajakan atau panggilan.

Dakwah secara umum dapat diartikan sebagai upaya mengajak atau menyeru orang lain untuk mengikuti jalan Allah SWT, baik dengan lisan, tulisan, maupun perbuatan. Istilah "dakwah" sendiri berasal dari kata dalam bahasa Arab "da'a - yad'u - da'watan" yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil.

Berikut adalah beberapa pengertian dakwah menurut para ulama:

a. **Syekh Ali Mahfudz:** Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah "mengajak orang untuk berbuat baik dan menunjukkan mereka kepada kebenaran, serta melarang dari kemungkar dan membimbing mereka kepada jalan yang lurus." Dengan kata lain, dakwah merupakan usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan, sesuai dengan ajaran Islam .¹¹

b. **Syaikh Muhammad Abduh:** Syaikh Muhammad Abduh mendefinisikan dakwah sebagai "usaha untuk memahami ajaran-ajaran Islam kepada manusia dan mengajak mereka untuk

⁹ Porter, M. E. (1996). *What is strategy?*. Harvard Business Review, 74(6), 61

¹⁰ Husein umar *Strategi Mangemen In Action* (Granedia Pustaka Umum: 2001) h.31

¹¹ Syekh Ali Mahfudz, *Hidayatul Mursyidin*, hal. 25

mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari." Ia menekankan bahwa dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dengan cara yang bisa dipahami oleh manusia, sehingga mereka terdorong untuk menjalankan ajaran tersebut dalam kehidupan nyata.¹²

c. **Imam Al-Ghazali:** Imam Al-Ghazali mengartikan dakwah sebagai "kewajiban umat Islam untuk mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah dari keburukan." Dakwah menurut Al-Ghazali bukan hanya menjadi tanggung jawab ulama, melainkan juga kewajiban setiap individu muslim untuk menyampaikan kebenaran Islam sesuai kemampuan masing-masing.¹³

d. **Syekh Yusuf Al-Qaradawi:** Syekh Yusuf Al-Qaradawi menyatakan bahwa dakwah adalah "aktivitas yang bersifat menyeluruh dalam rangka mengubah individu dan masyarakat menuju ketaatan kepada Allah." Dakwah menurut beliau mencakup berbagai aspek kehidupan, baik itu aspek sosial, politik, maupun ekonomi, dengan tujuan akhir untuk menegakkan ajaran Islam secara menyeluruh di masyarakat.¹⁴

Secara Etimologi kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yakni da'aa, yad'u, du'aah/da'watan, jadi kata da'aa atau dakwah adalah isim mashdar dari du'aa, yang keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ajakan atau panggilan.

Menurut pendapat ulama basrah dasar pengambilan kata dakwah itu adalah dari kata mashdar yakni da'watan yang artinya panggilan. Sedangkan menurut ulama kufa perkataan dakwah itu diambil dari akar kata da'aa yang artinya telah memanggil.

Kesimpulan kata dakwah mempunyai arti tanda tergantung kepada pemakaiannya dalam kalimat. Namun dalam hal ini yang dimaksud adalah dakwah dalam arti seruan, ajakan atau panggilan. Panggilan itu adalah panggilan kepada Allah Swt.¹⁵ Secara terminologi, dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Pembinaan diri sendiri menjadi sesuatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan keteladanan. Penyampaian ajaran agama kepada masyarakat dilakukan secara bijak sehingga ajaran islam dipahami dan diamalkan oleh msyarakat. Diperlukan adanya pembimbing kehidupan beragama agar agama menjadi panduan bagi kehidupan manusia.¹⁶

¹² Syaikh Muhammad Abduh, *Risalah Tauhid*, hal. 13.

¹³ Imam Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, Juz 3, hal. 50.

¹⁴ Syekh Yusuf Al-Qaradawi, *Fiqh al-Da'wah*, hal. 98.

¹⁵ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam membentuk Da'I dan Khotib Profesional* (Jakarta:kalam mulia, 2005), h.2

¹⁶ Bambang S.Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 126

Dakwah juga berarti mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Ditinjau dari segi komunikasi, dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif atau hikmah dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai dengan ajaran Islam tersebut.¹⁷

Secara terminologi atau istilah, banyak para ahli yang memberikan definisi terhadap kata dakwah, dimana definisi tersebut saling melengkapi satu dengan yang lainnya. Beberapa ahli yang mendefinisikan kata dakwah antara lain. Dakwah bermakna mengajak manusia dengan bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.¹⁸ Dakwah Islamiyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'ah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.¹⁹

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.²⁰

Dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi atau masyarakat.²¹ Dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah SWT, percaya dan mentaati apa yang telah diperintahkan oleh Rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah SWT, seakan-akan melihat-Nya.²²

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan aktivitas atau usaha baik secara individu maupun kolektif secara sadar guna menyampaikan kebenaran yang datang dari Allah SWT, dan Rasul-Nya kepada individu lain maupun khalayak umum agar dapat diterima dengan baik dan diamalkan secara istiqomah dalam kehidupan sehingga akan tercapai suatu kebahagiaan di dunia dan akhirat.

¹⁷ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2002), Cet 2, h. 38

¹⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 1.

¹⁹ *Ibid.*, h. 1.

²⁰ Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 6.

²¹ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 2001), h. 194.

²² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2009) h. 1.

Di dalam dakwah kita juga mengenal adanya unsur-unsur dakwah yang meliputi sebagai berikut.

1. Subjek dakwah/pelaku dakwah (Da'i)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu atau berbentuk organisasi atau lembaga. Selain profesional, kesiapan subjek dakwah baik penguasaan terhadap materi maupun metode, media dan psikologi sangat menentukan gerakan dakwah untuk mencapai keberhasilan. Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia.²³

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa da'i adalah seorang komunikator atau subjek dakwah yang menyampaikan pesan-pesan Islam kepada komunikannya atau objek dakwahnya baik secara individu maupun kelompok .

2. Objek dakwah /penerima dakwah (Mad'u)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam atau tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Masyarakat baik individu atau kelompok sebagai objek dakwah memiliki strata dan tingkatan yang berbeda-beda. Seorang da'i hendaklah memahami karakter serta siapa yang diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan dakwah. Dengan mengetahui karakter dan kepribadian mad'u maka dakwah akan lebih terarah karena tidak disampaikan secara serampangan tapi mengarah kepada profesionalisme. Mad'u akan dengan mudah menerima pesan dakwah yang disampaikan karena baik materi, metode atau media yang digunakan tepat dan sesuai dengan kondisi mad'u.

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam atau tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.²⁴ Masyarakat baik individu atau kelompok sebagai objek dakwah memiliki strata dan tingkatan yang berbeda-beda. Seorang da'i hendaklah memahami karakter serta siapa yang diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan dakwah. Dengan mengetahui karakter dan kepribadian mad'u maka dakwah akan lebih terarah karena tidak disampaikan secara serampangan tapi mengarah kepada profesionalisme. Mad'u akan dengan

²³ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), Cet. 1, h.75

²⁴ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2004), h. 90.

mudah menerima pesan dakwah yang disampaikan karena baik materi, metode atau media yang digunakan tepat dan sesuai dengan kondisi mad'u.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa mad'u adalah komunikan atau objek yang akan menerima pesan dakwah baik individu maupun kelompok.

3. Materi dakwah (Maddah)

Maddah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i pada mad'u. Secara umum materi pokok yang disampaikan dalam dakwah terdiri atas akidah, syariah ibadah, muamalah, dan akhlaq. Berdasarkan pemaparan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa maddah adalah materi atau pesan-pesan yang telah dipersiapkan oleh seorang da'i untuk disampaikan kepada mad'u.

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu atau berbentuk organisasi atau lembaga.²⁵ Selain profesional, kesiapan subjek dakwah baik penguasaan terhadap materi maupun metode, media dan psikologi sangat menentukan gerakan dakwah untuk mencapai keberhasilan.²⁶

Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia. Berdasarkan pemaparan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa da'i adalah seorang komunikator atau subjek dakwah yang menyampaikan pesan-pesan Islam kepada komunikannya atau objek dakwahnya baik secara individu maupun kelompok .

4. Media dakwah (Washilah)

Media atau washilah dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Washilah dakwah terdiri dari lima macam yakni:²⁷

Washilah dakwah terdiri dari lima macam yakni:

- a. Lisan, dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lain sebagainya.
- b. Tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat (korespondensi), spanduk, flashcard, dan lain sebagainya.
- c. Lukisan, gambar, karikatur, dan lain sebagainya.
- d. Audio visual: alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya, tv, film, slide, OHAP, internet, dan lain sebagainya.

²⁵ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), Cet. 1, h.75

²⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2009 h.13

²⁷ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2004), h.120

- e. Akhlaq: perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta di dengarkan oleh mad'u.²⁸

Beberapa media tersebut dapat menjadi sarana paling efektif dalam berdakwah jika dalam penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan. Lisan, dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lain sebagainya. Tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat (korespondensi), spanduk, flashcard, dan lain sebagainya.

5. Thariqoh (metode) dakwah

suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia

6. Atsar (efek) dakwah

dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang dai dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqoh* tertentu. Maka akan timbuln respons dan efek pada *mad'u* (penerima dakwah).

b. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah rencana atau metode yang dirancang secara sistematis untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, dengan tujuan untuk mengajak mereka mengikuti atau mengamalkan ajaran-ajaran tersebut. Dalam konteks ini, strategi dakwah tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi agama, tetapi juga mencakup pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk memahami kondisi sosial, budaya, dan psikologis masyarakat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.²⁹

Strategi dakwah adalah pendekatan dan metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat, baik kepada Muslim maupun non-Muslim. Dalam melaksanakan dakwah, penting untuk mengadaptasi strategi yang sesuai dengan konteks sosial, budaya, dan kebutuhan spiritual masyarakat. Berikut adalah beberapa strategi dakwah yang efektif beserta catatan kakinya:

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu :

- 1) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

²⁸ Ibid,h.121

²⁹ Nurdin, Ali. *Metodologi Dakwah Islam: Pendekatan dan Strategi*. Jakarta: Penerbit Citra Media, 2010, hlm. 45

2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Dari uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan agar strategi yang digunakan dapat mencapai tujuan yang diharapkan:

- a. Strength (kekuatan) yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya dan piranti yang dimiliki.
- b. Weakness (kelemahan) yakni memperhitungkan kelemahan- kelemahan yang dimilikinya yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki sebagai kekuatan.
- c. Opportunity (peluang) yakni seberapa besar peluang yang mungkin tersedia hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos.
- d. Threats(ancaman) yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.³⁰

C. Strategi Dakwah Di Era Digital

a. Pemanfaatan Teknologi

Era digital memungkinkan pendakwah untuk memanfaatkan berbagai teknologi dan platform online sebagai sarana untuk menyebarkan pesan agama. Internet, media sosial, aplikasi mobile, dan website menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat

b. Aksesibilitas Informasi

Era digital telah mengubah cara manusia mengakses informasi. Dengan adanya internet, informasi tentang agama dan dakwah menjadi lebih mudah dijangkau oleh banyak orang. Dakwah dalam era digital dapat memanfaatkan platform online, situs web, dan aplikasi mobile untuk menyediakan konten yang informatif, bermakna, dan mudah diakses.

c. Interaksi dan Keterlibatan Audiens

Media sosial dan platform digital lainnya telah memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara dakwah dan audiens. Fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, atau grup diskusi memungkinkan audiens untuk berpartisipasi, bertanya, dan berdiskusi tentang pesan dakwah. Dakwah dalam era digital dapat memanfaatkan interaksi ini untuk membangun koneksi yang lebih kuat dengan audiens.

d. Kreativitas Konten Dakwah era digital

³⁰ Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Amzah, 2009) h. 88-89

Mebutuhkan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian audiens. Konten-konten seperti video inspiratif, podcast, tulisan informatif, atau gambar-gambar yang menarik dapat digunakan untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik dan bermakna bagi generasi milenial.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif. Hal ini penulis gunakan, karena data yang di kumpulkan lisan dan tulisan yang mengandung arti atau makna, tersirat dan mempunyai sebuah pesan dan bukan angka angka kemudian peneliti meneliti Strategi Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital, langkah pertama adalah mendeskriptifkan data yang di peroleh dari Startegi Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital terdapat dua pengertian. Pertama sebagai kegiatan pengumpulan data dan melukiskannya sebagai mana adanya. Kedua deskriptif dilakukna oleh peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif.³¹

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian dikantor Majalah Suara Hidayatullah Suarabaya dan waktu yang digunakan peneliti mulai November 2023 – Agustus 2024.

3. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data yang mencakup. Sumber data primer adalah data yang bersumber dari Kantor Majalah Suara Hidayatullah Suarabaya. Sumber data skunder yaitu data yang bersumber dari buku buku yang berkaitan dengan Strategi,Dakwah,dan lainnya yang ada hubungan nya dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan di teliti .Pengumpulan data yang dapat di lakukan dalam berbagai setting dan cara .Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karna tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitianini,peneliti menggunakan model-model dari segi cara dan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi dan dokumentasi.

5. Instrumen Penelitian

³¹ Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta :Logos ,1997) hal 60-61

Dalam penerapan ini peneliti adalah instrument terpenting dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu peneliti adalah faktor utama dalam mengumpulkan data-data Majalah Suara Hidayatullah dalam penelitian Strategi Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di era Digital, Panduan wawancara inilah yang akan mengarahkan peneliti kearah fokus penelitian, kemudian data yang diperoleh akan dikembangkan oleh peneliti ketika berhadapan dengan data yang telah ditemukan. Dokumentasi. Instrument dalam pengumpulan data terakhir yaitu dokumentasi, dalam penelitian ini berupa, foto-foto, catatan-catatan, yang ada di Media Dakwah Suara Hidayatullah.

7. Teknik Analisa Data

Analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada masyarakat umum dan para dai yang menyebarkan majalah ini hingga ke plosok Negeri.³² Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, dimana analisa tersebut dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sehingga datanya sudah jenuh.

8. Uji Keabsahan Data

Cara uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif.³³ yaitu dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi.

PEMBAHASAN

Majalah diartikan jenis penerbitan yang terbit berkala yang terartur, misalnya mingguan tengah bulanan atau bulanan. Majalah mulai berkembang sejak akhir abad 19, ketika media tersebut lahir sebagai media hiburan utama. Karena saat itu baik radio maupun televisi belum banyak dikenal banyak orang. Dalam situasi masyarakat itulah kemudian majalah mulai tumbuh dengan membuka halaman iklan sebagai daya tarik nya. Setelah muncul nya televisi dengan kecanggihan dan keistimewaannya akhirnya majalah terlempar. Akan tetapi akan tetap bertahan dan tampil dengan gaya yang coraknya baru.

Majalah terus mengalami perkembangan dengan kemunculnya berbagai macam majalah seperti majalah bisnis, majalah anak-anak, majalah film, majalah teknologi, majalah pengetahuan, majalah agama dan lain sebagainya. Majalah tersebut mempunyai metode dan strategi sendiri untuk menarik simpati masyarakat sebagai pembacanya. Beberapa contoh majalah dengan

³² Dewi, S. *Metode Penelitian Dakwah*. (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2015) hlm 39

³³ Tjutju, S. *Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. (Bandung: 2012), hlm 17-29

peredikat nama baik yang pernah terbit seperti Panji masyarakat, Tempo, Ayah Bunda, Bobo, Humor dan sebagainya.

Majalah tersebut memiliki segmen tersendiri dan mempunyai isi sesuai dengan masyarakat. Misalnya majalah ayah bunda di konsumsi oleh ibu muda yang sedang menanti kelahiran anaknya serta perawatnya. Majalah agama di konsumsi oleh masyarakat yang ingin meningkatkan masalah spiritual.

Pada tingkat tertentu perkembangan majalah baik pada aspek kuantitas maupun kualitas penerbitnya telah mendorong semakin majunya budaya membaca bagi masyarakat pada saat itu. Masyarakat menerima informasi melalui media cetak bukan berita mulut ke mulut. Hal yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan majalah adalah tentang loyalitas pembaca, kompetisi pasar dan kondisi ekonomi masyarakat.

Majalah mempunyai perbedaan yang sangat signifikan bila dibanding media lain seperti surat kabar dan televisi. Terutama dalam hal penetapan harga dalam setiap penerbitan baru bagi pembacanya. Itulah sebabnya melalui strategi penerbitannya majalah tidak pernah merasa ketinggalan, walaupun untuk mengangkat berita suatu peristiwa yang sudah lama dan memang banyak diberitakan oleh koran, televisi dan radio. Hal ini adalah bukti nyata bahwa majalah tetap laris di baca orang. Perbedaan media massa lain dengan majalah dapat dilihat dari masalah terbitnya, majalah terbit setiap minggu, tengah bulan, maupun bulanan, sedangkan media lain seperti surat kabar terbitnya menyangkut hari ataupun bulan dan media elektronik menyangkut jam, hari atau bulan. Dari segi pesan, majalah terbit dengan isi yang beragam seperti artikel, berita hangat, cerita yang mengandung sastra dan puisi, resensi cerita fiksi, humor, tajuk rencana dan dakwah.

Majalah yang berkembang sekarang dapat dijadikan sebagai sarana dakwah. Majalah bila sudah dikatakan sebagai majalah dakwah maka pembahasannya tentang dakwah dan ada juga dakwah hanya berupa rubik dalam sebuah majalah dan hanya berupa bagian dari rubrik saja dalam satu majalah, pesan-pesan dakwah terungkap dalam setiap rubik nya dan sumbernya berdasarkan Al Qur'an dan hadist. Majalah dakwah memuat revolusi pembebasan, perjuangan melawan berbagai tindak penganiyaan dan keberanian menghadapi tantangan zaman. Salah satu contohnya adalah masing-masing majalah Suara Hidayatullah, karna di dalam nya berisi tentang risalah-risalah agama sumber pada Al Qur'an dan hadist di setiap rubik nya. Memuat juga tentang ajakan kepada manusia untuk beriman kepada Allah swt dan menjalankan segala perbuatan sesuai dengan ajaran islam.

Kelebihan dakwah melalui majalah adalah efektif dan efisien, jika da'i mengungkapkan misinya sesuai kondisi dan situasi masyarakat, dan pesan-pesan pun terungkap dengan bahasa yang

lugas dan mudah di pahami dan mempunyai daya tarik agar pembaca tidak bosan membacanya sehingga masyarakat paham dan menjalankan segala yang di sampaikan dalam majalah tersebut. Dakwah akan berhasil ketika mad'u nya merubah perbuatannya dari yang tidak sempurna hingga menjadi sempurna, dari perbuatan buruk menjadi lebih baik dan segala kehidupannya sesuai dengan ajaran agama islam.

1. Profil Sejarah Majalah Suara Hidayatullah

Majalah suara Hidayatullah didirikan oleh ustadz Abdullah Said pada tahun 1986 di Balikpapan. Dalam penyebutannya Majalah Suara Hidayatullah bisa di singkat Sahid. Majalah Suara Hidayatullah merupakan salah satu dari badan usaha di lingkungan Pondok Pesantren Hidayatullah yang menggarap di bidang pres. Dalam proses penerbitan nya Majalah ini di kelola oleh PT Lentera Jaya Abadi. Lentera Jaya Abadi adalah PT milik organisasi yayasan Hidayatullah (<http://www.Hidayatullah.com> Desember 2005).

Pada awalnya, Majalah Suara Hidayatullah hanya berupa buletin. Buletin ini memuat hasil karya beberapa santri di Pesantren Hidayatullah Balikpapan. Buletin Hidayatullah berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan tersebut membuktikan betapa strategis dakwah bil qalam melalui media massa, buletin tersebut terus berkembang sampai akhirnya berbentuk majalah beredar seperti sekarang. Pada awalnya buletin Hidayatullah diterbitkan di Balikpapan. Namun kualitas teknis, penerbitan di pindahkan ke Surabaya. Majalah Suara Hidayatullah telah melahirkan penulis-penulis representative membawakan misi Hidayatullah. Para penulis kemudian di sebut da'i di bidang media massa.

Majalah Suara Hidayatullah berisi tentang problematika dan dinamika dakwah, baik di Indonesia maupun dunia. Di dalam nya ada rubrik wawancara tokoh ternama, kajian Al Qur'an dan hadits, serta kisah kisah heroic perjuangan para da'i berbagai pelosok tanah air serta masalah keluarga. Majalah Suara Hidayatullah terbit setiap bulan sekali.

Majalah Suara Hidayatullah terus mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut tercapai karna potensi yang ada di majalah tersebut yaitu:

- a) Telah memiliki terbit izin SIUPP.No 1105/SK/Menpen/SIUPP/1999
- b) Jumlah koresponden yang selalu meningkat sehingga mendukung materi dakwah
- c) Dukungan Ponpes Hidayatullah yang di jadikan salah satu strategi dakwah dalam bidang tulisan
- d) Meningkatkan jumlah pelanggan yang semakin bertambah dan meningkat sehingga mendukung perkembangan Majalah Suara Hidayatullah

- e) Adanya penyalur atau pasar yang mendukung sehingga majalah tersebar di seluruh Indonesia

Adapun struktur organisasi Majalah Suara Hidayatullah tersusun sebagai berikut :

Penerbit	: PT. Lentera Jaya Abadi
Izin terbit	: SIUPP No 1105/Menpen/SIUPP/1999
Pendiri	: Ust Abdullah Said (alm)
Perintis	: Mansur Salbu (alm) Abdul Latief Usman
Derikatur	: Yusuf Majadi
Wakil Derikatur	: M.Hidayat, Miyantono
Accounting System	: Purwanto
General Meneger	: Ahmad Damanik
Pemimpin Redaksi	: Thoriq
Redaktur Pelaksana	: Sirajudin Muslim
Sidang Redaksi	: Hamim Tohari, Haryono Madari, Dzikrullah, Pramudya, Saiful Hamiwanto, Mahladi Murni, Dadang Kumasyadi, Bambang Subagyo, Bahrul Ulum, Pamudi Utomo, Ahmad Damanik, Ahmad Fezeri, Masykur
Sekretaris Redaksi	: Mudzaki
Desain&Percetakan	: Tajudin Sahriel, Musta'inul Haq, Muhammad Muslih Al Haq
Pemasaran	: M.Sobah, Ahmad Kusaini, Rohman, Miftah Farid, Hadi Purwoto,
Iklan	: Niesky H Permana,
Kuangan	: Miftah Farid , M Jazuli
General Manager	: Bambang Subagyo
Pemimpin Redaksi	: Cholis Akbar
Rediktor	: Rofi Munawar

2. Visi Misi Suara Hidayatullah Surabaya

Visi Majalah Suara Hidayatullah sebagai berikut:

1. Menjadi Perusahaan Media Islam yang Tangguh, Unggul dan Terpercaya

Misi Majalah Suara Hidayatullah

1. Mengembangkan dakwah melalui berbagai media yang dikelola secara profesional

2. Memberiakan kontribusi yang riil dala pemenangan perjuangan Islam melalaui ormas Hidayatullah
3. Mengusahakan kesejahteraan bagi semua Stakeholder

Hasil Penelitian

Strategi Media Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital

Strategi Media Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital. Di era saat ini banyak Majalah yang sudah tidak aktif seperti dulu seperti Majalah-Majalah Islam yang saat itu masih mendominasi edisi Majalah. Seperti yang di ucapkan oleh ustadz Thoriq sebagai pimpinan redaksi Majalah Suara Hidayatullah menyatakan: “Salah satu faktor eksistensi Majalah Suara Hidayatullah adalah dengan hubungan emosional terhadap pembaca, oleh karena itu Majalah Suara Hidayatullah selalu memberikan rubrik-rubrik /topik pembahasan yang menarik untuk di baca. Dari sumber yang di terima Majalah Suara Hidayatullah menggunakan majalah ini untuk komunikasi dakwah, dalam memberi informasi yang terkini melalui media majalah, namun sebelum lebih jauh, majalah suara Hidayatullah mempertahankan ke eksisannya melalui para da'i nya, program-program yang di tampilkan dalam media selalu mengedepankan keutamaan dakwah dalam pembahsan majalahnya”.³⁴

Strategi dakwah Majalah Suara Hidayatullah di era digital mencakup beberapa aspek kunci untuk menjaga relevansi dan daya tariknya di tengah perkembangan teknologi. Berikut adalah beberapa strategi yang bisa diterapkan:

- 1) Penguatan Kehadiran Digital: Suara Hidayatullah dapat memperkuat kehadirannya di berbagai platform digital seperti website, media sosial, dan aplikasi Mobile. Dengan memanfaatkan SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing), majalah ini bisa menjangkau audiens yang lebih luas melalui pencarian online.
- 2) Penyediaan Konten Multi-Platform: Untuk menjangkau audiens yang lebih beragam, Suara Hidayatullah bisa menyediakan konten dalam berbagai format seperti artikel, video, podcast, infografis, dan e-book. Konten yang variatif ini dapat diakses melalui berbagai perangkat dan platform.
- 3) Interaksi dengan Pembaca: Membangun komunitas online melalui media sosial dan forum diskusi memungkinkan interaksi yang lebih intens dengan pembaca. Strategi ini

³⁴ Hasil wawancara dengan pimpinan redaksi ustadz Thoriq sekaligus observasi Langsung Lapangan pada tanggal 15 November 2023

juga dapat membantu dalam memahami kebutuhan dan minat pembaca serta mengarahkan konten sesuai dengan feedback yang diterima.

- 4) Penyediaan Konten yang Aktual dan Relevan: Di era digital, kecepatan dalam menyajikan informasi menjadi sangat penting. Suara Hidayatullah harus fokus pada penyediaan konten yang aktual, relevan, dan sesuai dengan isu-isu yang sedang tren, khususnya yang berkaitan dengan dakwah Islam.
- 5) Monetisasi Digital: Untuk mendukung keberlanjutan finansial, majalah ini bisa mengeksplorasi berbagai model monetisasi seperti iklan digital, konten berlangganan, atau donasi pembaca. Ini penting untuk mempertahankan kualitas konten di era digital.
- 6) Kemitraan dan Kolaborasi: Menjalin kerjasama dengan influencer, organisasi dakwah lain, atau platform media digital yang relevan dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas Suara Hidayatullah.
- 7) Penggunaan Data Analytics: Memanfaatkan analitik data untuk memahami perilaku audiens online dan mengevaluasi performa konten adalah kunci untuk terus mengembangkan strategi yang efektif. Dengan analisis ini, Suara Hidayatullah bisa menyesuaikan kontennya agar lebih tepat sasaran.

Hasil analisis peneliti dengan mengadopsi strategi-strategi ini, Majalah Suara Hidayatullah dapat terus berkembang dan tetap relevan sebagai media dakwah di era digital.

Majalah *Suara Hidayatullah* adalah salah satu media dakwah Islam yang sudah cukup dikenal di Indonesia. Dalam era digital, strategi media dakwah yang diterapkan oleh *Suara Hidayatullah* harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen informasi, perkembangan teknologi, dan dinamika sosial yang terjadi di masyarakat. Berikut adalah analisis strategi dakwah yang diterapkan oleh *Suara Hidayatullah* dalam era digital:

a) Pemanfaatan Platform Digital

Suara Hidayatullah memiliki situs web resmi dan mungkin aplikasi mobile yang memungkinkan pembaca mengakses konten dengan mudah. Konten di website mencakup artikel, berita, dan kajian Islami yang dapat diakses oleh pengguna di mana saja dan kapan saja.

b) Media Sosial

Suara Hidayatullah aktif di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Media sosial digunakan untuk menyebarkan konten dakwah, termasuk kutipan inspiratif, artikel singkat, video dakwah, dan infografis yang mudah dibagikan oleh pengguna.

c) Konten Multimedia

E-Magazine dan E-Book: Versi digital dari majalah atau buku yang diterbitkan dalam bentuk *e-magazine* atau *e-book* memungkinkan pembaca untuk menikmati konten dalam format yang lebih fleksibel.

d) Monetisasi Konten

Iklan dan Sponsorship: *Suara Hidayatullah* bisa memanfaatkan iklan digital dan sponsorship untuk menghasilkan pendapatan. Konten yang disponsori oleh pihak ketiga atau iklan yang relevan dengan nilai-nilai Islam dapat dipublikasikan di platform mereka.

e) Analisis dan Pengukuran Kinerja

Penggunaan Data Analytics: Menggunakan alat analitik digital untuk memahami perilaku pembaca, mengukur kinerja konten, dan mengidentifikasi tren dapat membantu dalam menyesuaikan strategi konten untuk meningkatkan efektivitas dakwah.

Hasil kesimpulan peneliti dari Strategi Media Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital adalah strategi media dakwah *Suara Hidayatullah* di era digital melibatkan adaptasi terhadap teknologi baru, pemanfaatan berbagai platform digital, serta pendekatan yang interaktif dan terukur. Dengan mengintegrasikan teknologi dan media sosial, *Suara Hidayatullah* dapat terus menyebarkan pesan dakwahnya secara efektif dan mencapai audiens yang lebih luas dalam era digital yang terus berkembang.

Simpulan

Hasil peneliti dari strategi dakwah adalah bahwa dakwah harus dilakukan secara terencana dan terarah untuk mencapai tujuan menyebarkan ajaran Islam secara efektif. Strategi dakwah melibatkan pendekatan yang mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan audiens, menggunakan metode yang relevan dan bijaksana, serta menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini mencakup penggunaan media yang tepat, dialog yang konstruktif, dan teladan yang baik dari para da'i (pendakwah). Tujuan utamanya adalah menyebarkan kebaikan, membina umat, serta memperkuat keimanan dan ketakwaan dalam masyarakat

Adapun kesimpulan peneliti dari Strategi Media Dakwah Majalah Suara Hidayatullah Di Era Digital yaitu strategi yang melibatkan adaptasi terhadap teknologi baru, pemanfaatan berbagai platform digital, serta pendekatan yang interaktif dan terukur. Dengan mengintegrasikan teknologi dan media sosial, di era digital ini Majalah Suara Hidayatullah mampu menyebarkan pesan dakwahnya secara efektif dan mencapai audiens yang lebih luas. Secara keseluruhan, strategi media dakwah Majalah Suara Hidayatullah berfokus pada penyampaian pesan-pesan Islam yang mendalam dan relevan dengan pendekatan yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997)
- Ahmad, M, *Pengaruh Media Sosial terhadap Dakwah Islam di Kalangan Pemuda* (Jakarta: Jurnal Dakwah, 2019)
- Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Strategic And International Studies, 1978)
- Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam membentuk da'i dan Khotib Profesional* (Jakarta: Kalam mulia, 2005)
- Arifin, Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: AlIkhlas, 1983)
- Badarudin, *Strategi Dakwah Pondok Pesantren Riyadhus Sholihin Dalam Pemberdayaan Komunikasi Sosial Pada Kelurahan Kota Baru Tanjung Karang Timur Bandar Lampung* (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016)
- Bambang S.Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pusat Bahasa,2008)
- Dewi, S. *Metode Penelitian Dakwah*. (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2015)
- DR> Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos ,1997)
- Hadari Nawawi ,*manajemen strategi;organisasi non profit Bidang Pemerintah dengan ilustrasi di bidang Pendidikan* ,(Yogyakarta:Gajahmada University Pres , 2005)
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010)
- Hamka. ***Tasawuf Modern***. (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984)
- Hasan, M. *Aplikasi Mobile sebagai Sarana Dakwah Kontemporer*. Jurnal Teknologi Islam, (2021)
- Hidayat, R. *Efektivitas Video Dakwah di Platform YouTube*, Jurnal Komunikasi Islam(2020)
- Husein umar *Strategi Mangemen In Action*(Granedia Pustaka Umum, 2001)
- Ibn Taimiyah, Manhaj. *Da'wah Salafiyah*. (Jakarta: Pustaka Azzam 2001)
- Ibnu Mas'ud. Buku. (Yogyakarta: Laksana, 2018)
- Irzum Farihah *Media Dakwah Pop Volume 1*, Nomor 2, Juli – Desember 2013, Juanda Press, 2004)
- Kustadi suhandang, *Strategi Dakwah penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*,(bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)
- M.Ridlo syabibi, *Metodologi ilmu dakwah*,(Yogyakarta :Pustaka Pelajar , 2008)
- Mohammad Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004)

- Mohammad, H. *Metologi Perkembangan Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Jurnal Pena Salsabila, 2013)
- Nasruddin Harahap, (ed), *Dakwah Pembangunan* (Yogyakarta: DPD GT 1 DIY, 1992)
- Natalina, N. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. (2014)
- Nur, S, *Kolaborasi dengan Influencer Muslim dalam Strategi Dakwah*. Jurnal Sosial dan Keagamaan, (2020)
- Nurdin, Ali, ***Metodologi Dakwah Islam: Pendekatan dan Strategi***. Jakarta: Penerbit Citra Media, (2010)
- Observasi peneliti di kantor majalah suara Hidayatullah 13 November 2023
- Pimay, Awaluddin, *Paradikmah Dakwah Humanis*, (Semarang: Rasail, 2005)
- Porter, M. E, *What is strategy?*. Harvard Business Review, (1996)
- Rahman, A, *Penulisan Artikel Keislaman sebagai Media Dakwah di Era Digital*. Jurnal Media Dakwah. (2018)
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009)
- Sondang P. Siagian, *Analisi Serta Perumusan Kebijakanaksanaan dan Strategi Organisasi*,(Jakarta: Gunung Agung, (1985)
- Suryadi, T, *Peran Media Tradisional dalam Dakwah di Era Digital*. Jurnal Komunikasi dan Dakwah, (2019)
- Syaiful bahri Djamrah, *Strategi Belajar Mengajar* ,(Jakarta :rineka Cipt, (2006)
- Tjutju, S. *Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. (Bandung: 2012)
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2002)
- Yusuf, I, *Peran Buku dan E-Book dalam Penyebaran Dakwah*. Jurnal Literasi Islam, (2017)