PESAN-PESAN DAKWAH HANAN ATTAKI DI INSTAGRAM

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) Pada Prodi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
IAIN Bone

Oleh

ANDI SISKA
NIM. 03.16.2022

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BONE

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Watampone, 03 Desember 2020

Penulis,

ANDI SISKA

NIM: 03.16.2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari Andi Siska, NIM: 03.16.2022. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, setelah meneliti dan mengoreksi dengan seksama skripsi yang bersangkutan dengan judul ***"Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki Di Instagram",*** menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan kesidang *munaqasyah.*

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Watampone, 03 Desember 2020

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
Dr. KURNIATI ABIDIN, S.Sos., M.Si	**Dr. HJ. FATIMAH, S.S., M.Hum.**
NIP. 197209012003122001	**NIP. 197504182006042002**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul *"Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki di Instagram"* yang disusun oleh saudari Andi Siska NIM 03.16.2022, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 10 Desember 2020, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Watampone, 16 Februari 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Ruslan Sangaji, S.Ag., M.Ag	(.....)
Sekertaris	: Dr. Abdul Hakim, S.Ag., M.Ag	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Samsinar.S, S.Ag., M.Hum	(.....)
Munaqisy II	: Andi Nur Aisyah Rusnali, M.I.Kom	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Kurniati Abidin, S.Sos., M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Dr. HJ. Fatimah, S.S., M.Hum	(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakulta Ushuluddin dan Dakwah

Dr. Ruslan Sangaji S.Ag., M.Ag

NIP. 197303232000031004

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمدلله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين أمابعد

Puji syukur patut kita panjatkan kepada Allah Swt, karena dengan karunia dan rahmat-Nya kita dapat diberi kesehatan untuk menjalankan aktivitas kita, terlebih atas hidayah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Hanya kepada-Nya penulis memohon ampunan atas dosa dan khilaf, bila tulisan ini ada kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Manusia hanya makhluk yang tidak sempurna, penuh kekurangan, tempat noda dan dosa.

Menyadari bahwa eksistensi dasar kemanusiaan kita, sebagai makhluk yang diciptakan dari Kemahakuasaan Sang Pencipta, maka patutlah diucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul "Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki di Instagram" selesai pada waktunya. Begitu juga, sebagai hamba Allah Swt yang telah menjadikan panutannya kepada seorang Rasul, Muhammad Saw. Maka patutlah menyampaikan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad Saw. yang telah membuka jalan terang bagi kehidupan manusia. Dengan ruh keagungan-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah kehidupan manusia. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di hari akhir kelak. Aamiin....

Penulis menyadari bahwa, dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas bantuan dari berbagai pihak, baik yang bersifat materil maupun moril, sehingga dapat terwujud sebagaimana adanya. Demikian juga kepada mereka yang telah membantu

dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya serta iringan doa keselamatan kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Andi Ansar dan Ibunda Janna yang selalu menjadi motivasi penulis untuk selalu berjuang, kakak tercinta Andi Iswar seluruh keluarga yang selalu mengiringi dengan kasih sayang, doa serta memberi dukungan, baik moral, spiritual maupun material.
2. Bapak Prof. Dr. A.Nuzul, S.H. M.Hum. selaku Rektor IAIN Bone serta para Wakil Rektor I, II, dan III, yang telah memberikan fasilitas sarana dan prasarana pendidikan serta nasihat, bimbingan dan petunjuk bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
3. Bapak Dr. Ruslan, S.Ag, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, selaku dekan 1 yang senantiasa memberikan arahan kepada penulis.
4. Ibu Dr. Kurniati Abidin, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Bone beserta seluruh staf yang telah memberikan fasilitas sarana dan prasarana sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Kurniati Abidin, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing I, dan Ibu Dr. Hj. Fatimah,S.S., M.Hum. selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk-petunjuk arahan, saran, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar. Atas kesabaran dan motivasinya penulis sampaikan banyak terima kasih.

6. Bapak Junaid bin Junaid, S.Ag., M.Th.I. selaku penasehat akademik KPI kelompok satu yang senantiasa membimbing serta mengarahkan kami selama bangku perkuliahan sampai pada tahap akhir perkuliahan.
7. Kepala dan seluruh Staf Perpustakaan, yang telah memberikan pelayanan dan bantuan informasi melalui buku-buku perpustakaan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Kepala dan seluruh Staf Bagian Akademik dan Fakultas, yang telah memberikan pelayanan administrasi bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Para Dosen dan asisten dosen, serta karyawan yang senantiasa berupaya meningkatkan kualitas mahasiswa di lingkungan IAIN Bone.
10. Saudara tak sedarah terkhusus Komunikasi Penyiaran Islam kelompok 1, teman dan sahabat terbaik saya, tetap solid yang telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Rekan-rekan mahasiswa Keluarga Besar Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2016 yang saling mendukung dan memberi motivasi serta bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Sahabat-sahabat saya Suprianto Nahar, Vivi Chaerunnisa, Andi Rafida dan Yusril Mahendra yang selalu menemani serta memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Serta adik-adik mahasiswa dan para senior alumni serta semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan segala bantuannya mendapatkan imbalan pahala di sisi Allah Swt, dan penulis sangat berharap semoga skripsi ini bermanfaat adanya, terutama bagi pribadi penulis.

Terakhir, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Olehnya itu, kritik dan saran yang membangun daripembaca yang budiman sangat penulis harapkan demi perbaikan dan kebaikan karya ilmiah selanjutnya. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagipengembangan wacana keilmuan kita semua, khususnya penulis sendiri dan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone pada umumnya.

Watampone, 03 Desember 2020

Penyusun,

ANDI SISKA
NIM: 03.16.2022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... ii

HALAMAN PENGESAHAN..... iii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TRANSLITERASI xii

ABSTRAK xxxi

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Definisi Operasional..... 5

D. Tujuan dan Kegunaan 8

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Sebelumnya 10

B. Kajian Teoritis..... 12

C. Kerangka Pikir 23

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 25

B. Pendekatan Penelitian..…….. 25

1. Pendekataan Dakwah 25
2. Pendekatan Sosiologi..... 26
3. Pendekatan Studi Kajian Media..... 26
C. Data dan Sumber Data 27
D. Teknik Pengumpulan Data..... 28
E. Teknik Analisis Data..... 29

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hanan Attaki dalam Akun Instagram..... 31
B. Segmentasi dan Kemasan Dakwah Hanan Attaki di Instagram..... 32
C. Pesan-Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Postingan Instagram Hanan Attaki..... 44

BAB V : SIMPULAN

A. Simpulan..... 61
B. Saran..... 62

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Nama : Andi Siska

NIM : 03.16.2022

Judul Skripsi : Pesan-Pesan Dakwah Hanan Attaki di Instagram

Skripsi ini membahas tentang pesan-pesan dakwah Hanan Attaki di Instagram. Tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui segmentasi dan kemasan dakwah Hanan Attaki di instagram, 2). Untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan instagram Hanan Attaki.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *Libarary research* (riset pustaka), dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan. Sumber data dalam penelitian ini adalah bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

Data penelitian yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu mengemukakan hasil data yang diperoleh dalam bentuk uraian secara sistematis untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dimaksud. 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa, segmentasi dan kemasan dakwah Ustadz Hanan Attaki di Intagram sangat erat dengan mobalitas lintasan media sosial yang dilakukan secara masif. Dakwah tersebut memang banyak mengambil pesan-pesan yang mendorong para jamaah ataupun para pengguna media sosial untuk lebih banyak intropeksi diri. Tema-tema yang banyak dipilih untuk dipublikasikan lebih dominannya kini persoalan Tauhid, jika dibandingkan dengan tema-tema Syariah dan Muammalah. 2) Dari pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Instagram Hanan Attaki kebanyakan berkaitan dengan motivasi dan rasional. Dalam hal ini Ustadz Hanan Attaki ingin memberikan pemahaman kepada segmen dakwahnya yaitu remaja dengan menggunakan diksi yang mudah dipahami sesuai dengan logika anak remaja sekarang supaya mereka lebih paham tentang Islam. Terlihat dalam setiap dakwahnya membahas seputar permasalahan remaja mulai dari permasalahan remaja seperti lupa Allah ketika bahagia, susah memaafkan orang lain, kesepian, dan lain sebagainya.

Adapun beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini yaitu, pembuatan konten dakwah harus banyak menanggapi persoalan yang baru tidak hanya dalam hal Tauhid. Hal ini sebagai pendidikan juga bagi pemahaman audiens dakwah, dan perlu memberikan pemahaman kembali bagaimana dakwah media sosial dengan memberikan seri-seri tentang satu tema didasarkan kepada kajian mendalam, yang dikemas dengan penyampaian yang mudah dipahami.

TRANSLITERASI

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 sebagai berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	*Ż*	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof

ى	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberitanda. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	*Fathah*	A	A
اِ	*Kasrah*	I	I
اُ	*Dammah*	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasiinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
نَيْ	*Fathah* dan *yā’*	Ai	a dan i
نَوْ	*Kasrah* dan *wau*	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْ لَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama

... اَ ... ىَ	*fathah* dan *alif* atau *yā'*	Ā	a dan garis di atas
ـِـى	*kasrah* dan *yā'*	ī	i dan garis di atas
ـُـو	*dommah* dan *wau*	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَـاتَفِيْلَ: qila

يَمُوْ ثُ: yamūtu

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā'marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah, kasrah,* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).Contoh:

رَوْضَـةُ الأَطْفَال : *rauḍah al-aṭfāl*

اَلْـمَـدِيْـنَـةُ اَلْـفـاَضِـلَـةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

اَلْـحِـكْـمَـةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـّـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبّـَنـاَ : *rabbanā*

نَـجّـَيْـنـاَ : *najjainā*

Jika huruf ى ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf

kasrah (ـِـيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i. Contoh:

عَلِـيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Aliyyatau ‘Aly)

عَـرَبِـيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyyatau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال(*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

اَلشَّـمْـسُ : *al-syamsu*(*az*bukan*asy-syamsu*)

اَلزَّلْـزَلَـةُ : *al-zalzalah*(*-zalzalah*)

اَلْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

اَلْبِلاَدُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَـأْمُـرُوْنَ : *ta’murūna*

اَلـنَّـوْعُ : *al-nau‘*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan Bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari*al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Ẓilāl al-Qur'āin

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِيْنُ اللهِ *dinullāh* بِاللهِ *billāh*

Adapun *tā marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẒ al-jalālah,* ditransliterasi dengan huruf [t].Contoh:

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut mengenai ketentuan tentang penggunaan huruf capital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang,

tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

WamāMuḥammadunillārasūl

Inna awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallażi bi Bakkatamubārakan

SyahruRamaḍān al-lażiunzilafih al-Qur'ān

Naṣir al-Din al-Ṭūsi

AbūNaṣr al-Farābi

Al-Gazāli

Al-Munqiżmin al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Abū al-WalidMuḥammad ibnRusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abū al-WalidMuḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-WalidMuḥammadIbnu)
NaṣrḤāmidAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaṣrḤāmid(bukan: Zaid, NaṣrḤāmidAbū)

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*subḥānahūwata'ālā*
saw.	=	*ṣallallāhu 'alaihiwasallam*
a.s.	=	*'alaihi al-salām*
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahirtahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafattahun
QS …/…: 4	=	QS Al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli 'Imrān/3: 4
HR	=	Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama *dakwah* yaitu agama yang mengajak dan memerintahkan umatnya untuk selalu menyebarkan dan menyiarkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia.[1] Dakwah pada mulanya dipahami sebagai perintah Allah SWT yang terutang dalam al-Qur'an. Bagi setiap muslim yang taat kepada Allah SWT, maka perintah berdakwah itu wajib dilaksanakan. Ketika dakwah disadari sebagai suatu aktivitas setiap muslim kapanpun dan dimanapun mereka berada. Kemudian aktivitas dakwah berkembang dalam berbagai dinamikanya.[2]

Dakwah adalah usaha menyampaikan sesuatu kepada orang lain, baik itu perorangan atau kelompok tentang pandangan dan tujuan hidup manusia sesuai Islam. Dakwah dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan. Dapat pula diartikan mengajak, menyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau perbuatan nyata. Atau lebih tegasnya bahwa dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individual maupun kelompok. Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasulnya (Amar ma'ruf nahi munkar).[3] Tujuan dakwah yaitu untuk menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur'an dan al-Hadis dan mengajak manusia untuk mengamalkannya.

---

[1]Abd. Rosyad Shaleh, *Managemen Dakwah Islam,* (Jakarta: Bulan Bintang, 1987), h. 1.

[2]Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problema-Problema Psikologi, (*Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), h.35.

[3]Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2016), h.10.

Bagi Stephen Harnad, internet meupakan revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuan manusia.[4] Pada era sekarang ini perkembangan teknologi sangat cepat dan sulit terbendung lagi, termasuk salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi ini orang bisa bertukar informasi antarkota, antarnegara bahkan benua sekalipun.

Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas yang namanya internet, dan internet tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya media sosial seperti *Instagram, youtube, facebook, yahoo messengger, twitter*, dan jejaring sosial lainnya. Berbagai fasilitas tersebut merupakan suatu alternatif yang efektif dalam upaya untuk menghubungkan antara individu yang satu dengan yang lain agar terjalin hubungan silaturrahmi yang harmonis dan saling menguntungkan. Oleh karena itu, jejaring sosial tersebut tepat sekali sebagai sarana dalam membangun dakwah Islam. Hal ini dilakukan untuk menghadapi peran pemikiran yang diciptakan oleh dunia barat. Untuk menghadapi itu kita memerlukan strategi yang tepat dalam kegiatan membangun jaringan dakwah, yaitu dengan memanfaatkan perkembangan *global connection.* Sistem ini merupakan salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Aspek keuntungan yang diperoleh dengan pemanfaatan jaringan internet antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kompas.com bahwa jumlah pengguna aktif bulanan Instagram hingga November 2019 di Indonesia dilaporkan telah

[4]Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi,* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) hlm. 106.

mencapai 61.610.000.[5] Pengguna berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indinesia, dengan total persentase 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna. Alasan remaja sebagai pengguna media sosial ini sesuai dengan perkembangan remaja itu sendiri, yaitu lebih muda untuk mengikuti suatu perubahan atau perkembangan yang terjadi di media sosial. Hasil survey Ngazis menunjukkan, terdapat 76% remaja yang mengirim foto atau vidio di instagram. Pengirim foto atau video ke dalam media sosial, membuat remaja terhubung dengan orang lain secara luas, dengan kegiatan demikian kebutuhan remaja menjalin relasi sosial dengan orang lain akan dapat dipenuhi.[6]

Di balik masalah yang dihadapi oleh para pendakwah yang terjadi di media sosial, terdapat suatu sisi positif yang dapat diambil oleh audiens melalui dakwah yang digunakan serta memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Melalui media sosial ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengetahui perubahan dan informasi terkini yang sedang terjadi kepada seorang pendakwah ysng menjadi sebuah fenoemena terkenalnya seorang da'i melalui media sosialnya. Media sosial adalah media online partisipatif yang mempublikasikan berita, foto, video dan podcast yang diumumkan melalui media sosial.

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk 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.

---

[5]https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0, Diakses pada tanggal 30 Juni 2020.

[6]Setiasih, Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. Jurnal Psikologi Ulayat, Volume. 2. No. 2. Fakultas Psikoogi Universitas Surabaya, Desember 2015) h.426.

Fenomena media sosial yang paling populer pada saat ini yaitu *instagram*. Media sosial yang satu ini memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunanya dengan jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000.[7] *Instagram* di Indonesia dimanfaatkan sebagai salah satu wadah untuk berbisnis online seperti *endorsment,* pengenalan *product,* media dakwah, hiburan, dan lain-lain. Salah satu pendakwah di Indonesia yang ikut serta dalam pengguna manfaat dari *instagram*, yaitu Ustadz Hanan Attaki. Beliau merupakan seorang da'i yang berdakwah melalui media sosial yang sedang populer saat ini. Beliau memiliki dakwah yang berbeda dengan para da'i pada umumnya. Ustadz Hanan Attaki adalah *prototype* penceramah modern: muda, gaul dan pintar mengelola media sosial. Sosoknya menjadi perbincangan di kalangan remaja dan pemuda Islam, khususnya di satu pusat dakwah dengan ribuan anak muda yang menyemut kala kajian yang diampunya tiba.

Akun instagram Hanan Attaki yang dibuat pada tanggal 9 Oktober 2015 hingga sampai tahun 2020 kini memiliki jumlah *followers* sebanyak 8,5 juta, dan *following* sebanyak 94 dengan 871 postingan.[8] Jika dilihat dari konten-konten dakwah Hanan Attaki yang ada di instagram kebanyakan konten tersebut lebih merujuk pada konsep intropeksi diri, intropeksi diri yang dimaksud adalah proses pengamatan terhadap diri sendiri dan pengungkapan pemikiran yang disadari, keinginan, dan sensasi. Proses tersebut berupa mental yang disadari dan biasanya dengan maksud tertentu dengan berlandaskan pada pikiran dan perasaannya, sehingga

[7]Astrid Rahadiana Putri, "Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 61 Juta" dalam https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVQ, 30 Juni 2020.

[8]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020.

banyak masyarakat khususnya anak muda remaja yang menyukai cara berdakwah dari Hanan Attaki karena meraka menganggap disamping bahasa yang disampaikan mudah dipahami dan dimengerti. Hanan Attaki juga mempunyai cara tersendiri bagaimana dia menyampaikan dakwahnya sehingga diterima oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana segmentasi dan kemasan dakwah Hanan Attaki di instagram?
2. Bagaimana pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan instagram Hanan Attaki?

C. *Defenisi Operasional*

1. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah pertemuan dua disiplin ilmu yaitu komunikasi dan dakwah. Secara sederhana dapat ditegaskan bahwa objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini, dapat dijelaskan berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah, terutama antara komunikator (da'i) dan mad'u, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah. [9]

2. Remaja

Remaja adalah masa peralihan diri anak menuju dewasa, pada masa ini terjadi berbagai macam perubahan yang cukup bermakna baik secara fisik, biologis, mental

[9]Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan pertama 2010), h.1.

dan emosional serta psikososial. Kesemuanya ini dapat mempengaruhi kehidupan pribadi, lingkungan keluarga maupun masyarakat.[10]

E.H Erikson mengemukakan bahwa adolesensia merupakan masa dimana terbentuk suatu perasaan baru mengenai identitas-identitas mencangkup cara hidup pribadi yang dialami sendiri dan sulit dikenali oleh orang lain. Istilah *adolescence* berasal dari kata latin *adolescere* (kata bendanya *adolescentia* berarti 'tumbuh' atau 'tumbuh menjadi dewasa'. Seringkali istilah ini dipakai sebagai sebutan bagi kaum remaja. Lazimnya, masa remaja dimulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum. Penelitian tentang perubahan perilaku, sikap, dan nilai-nilai menunjukkan bahwa pada masa remaja berada dengan pada akhir masa remaja. Dengan demikian, secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yakni awal masa remaja dan akhir masa remaja.[11]

Garis pemisah antara awal masa remaja dan akhir masa remaja terletak kira-kira di sekitar usia 17 tahun. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari usia 13 tahun sampai 16 atau 17 dan akhir masa remaja dimulai dari usia 16 atau 17 tahun sampai 21 tahun.[12]

Menurut Syaikh M. Jamaluddin Mahfuzh menyatakan bahwa usia 12 tahun sampai 15 tahun disebut fase permulaan remaja, usia 15 tahun sampai 18 tahun disebut fase pertengahan remaja, usia 18 sampai 22 tahun disebut paripurna remaja, dan usia 22 tahun sampai 30 tahun disebut fase pematangan remaja dan pemuda. Sedangkan menurut Yulia Singgih, remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak dan masa dewasa yakni antara 12 tahun sampai 21 tahun.

---

[10]https://www.dosenpendidikan.co.id/remaja. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020
[11]Elfi Yuliana Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: teras, 2005), hlm. 178.
[12]Elfi Yuliana Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: teras, 2005), hlm. 179.

Masa remaja meliputi perkembangan, pertumbuhan dan pemasalah yang jelas berbeda dengan masa sebelumnya maupun masa sesudahnya. Dengan demikian, bantuan kepada remaja untuk menyelesaikan suatu masalah sebaiknya dilandasi pendekatan yang khusus dari sudut psikologi remaja.[13]

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* mengikuti akun instagram kita.[14]

Menurut Bambang, instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.[15]

Instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang digunakan banyak orang sebagai sarana untuk menyebarkan video dakwah khususnya konten dakwah untuk remaja zaman sekarang. Aplikasi instagram sendiri terdiri dari menu *home page, comments, explore, profile, dan new feed.*

---

[13]Elfi Yuliana Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: teras, 2005), hlm. 180

[14]M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal FISIP* Volume. 4. No.2 Oktober 2017. (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau). h.7.

[15]M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial @wisatadakwahokuru Terhadap Minat Berkunjung Followers. Jurnal FISIP Volume 4. No.2, Oktober 2019. (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau). h. 7.

4. Akun Instagram @hanan_attaki

Akun instgram @hanan_attaki adalah akun resmi milik Ustad Hanan Attaki yang mulai bergabung dengan instagram pada 9 Oktober 2015. Akun instgram milik Ustad Hanan Attaki kini memiliki followers kurang lebih 8,2 juta, following 90, dan kurang lebih ada 844 postingan dan masih terus bertambah setiap harinya.[16]

Dalam akun instagram Hanan Attaki mulai 9 Oktober 2015 sampai 2020 terdapat 567 video. Ustad Hanan Attaki memanfaatkan akun instagram sebagai sarana berdakwah dan mengajak anak muda jaman sekarang khususnya remaja supaya berhijrah dari hal yang kurang baik menjadi lebih baik dan yang sudah baik supaya lebih baik lagi dan seterusnya.

Konten video yang diupload dalam akun Ustad Hanan Attaki terdiri dari video ceramah, kegiatan bersama pemuda hijrah, kegiatan ketika kajian diberbagai kota bersama jama'ah, video dari lintas negara terkait korban kisruh Palestina Israel, kegiatan membantu sesama di rumah singgah kanker di Bandung, kegiatan keseharian Ustad Hanan Attaki bersama keluarga, serta ilustrasi dakwah Ustad Hanan Attaki dengan animasi serta visual dakwah dengan keindahan alam maupun kekuasaan Allah swt.

D. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan penulis melaksanakan penelitian ini adalah:

a. Untuk mengetahui strategi @hanan_attaki dalam konten dakwah remaja di akun instagram.

[16]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 19 Juni 2020.

b. Untuk mengetahui analisis konten dakwah remaja di akun instagram @hanan_attaki.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang dakwa dan ajaran-ajaran Islam bagi pengguna media sosial.

2) Sebagai sumbangsi referensi mengenai strategi dakwah Hanan Attaki dalam akun instagram.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi pengguna media sosial agar dapat menanamkan nilai-nilai dakwah sesuai dengan syarat Islam agar dapat meningkatkan kesadaran diri dalam kehidupan sehari-hari.

2) Bagi peneliti dapat memberikan pengalaman dan pemahaman tentang strategi dakwah Hanan Attaki dalam akun instagram agar dapat diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Sebelumnya

Salah satu syarat yang harus dipenuhi seorang peneliti untuk menunjukkan keaslian suatu penelitian yang dilakukan yaitu menegaskan perbedaan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Setelah peneliti mencari dan mencermati hasil penelitian yang berkaitan dengan pesan-pesan dakwah Hanan Attaki di Instagram penulis tidak menemukan judul yang sama, namun dalam penelitian ini mempunyai relevansi dengan sejumlah tulisan yang ada. Adapun penelusuran terkait hasil-hasil penelitian yang dilakukan ini antaranya:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Anis Fitriani yang berjudul "*Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah"*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah dan mengetahui isi pesan dakwah yang paling dominan dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah pada keseluruhan mengandung tiga kategori pesan dakwah, yakni : pesan akidah, pesan syariah, dan pesan ahklaq. Pesan akhlaq yang paling dominan yaitu pesan akhlaq dengan

perolehan persentase sebesar 58,15%, pesan akidah dengan persentase 29,08%, pesan syariah dengan persentase 12,17%.[1]

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Anis Fitriani dengan penelitian ini yaitu, Anis Fitriani meneliti tentang pesan-pesan dakwah yang ada didalam akun youtube Pemuda Hijrah sedangkan penelitian ini meneliti mengenai bagaimana segmentasi dan kemasan dakwah Hanan Attaki di instagram dan bagaimana pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan instagram Hanan Attaki.

Kedua, Skripsi yang disusun oleh Syifa Husnia Mardhina pada tahun 2018 yang berjudul "*Analisis Isi Pesan Dakwah akun Instagram @dakwahjomblo".* Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui imbauan pesan dakwah dalam akun instagram @dakwahjomblo dan untuk mengetahui kategorisasi pesan dakwah dalam akun instgram @dakwahjomblo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat dan teori pesan dakwah dari Al-Bayununiy dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang diposting selama bulan November 2017 yaitu sebanyak 111 postingan, yang termasuk dalam klasifikasi yaitu sebanyak 67 pesan. Imbauan pesan 27 yang terbagi dalam empat kategori yaitu imbauan motivasi (14 pesan), imbauan rasional (1 pesan). Imbauan emosional (6 pesan), dan imbauan takut (6 pesan), dan kategori pesan dakwah terdapat 40 postingan yang terbagi dalam kategori akidah (9 pesan), syariah (14 pesan) dan akhlaq (17 pesan). Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa imbauan pesan yang lebih banyak diunggah yaitu mengenai imbauan motivasi, sedangkan

[1]http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42476/1/ANIS%20FITRIANI-FDK.pdf, Diakses pada tanggal 16 Juli 2020.

untuk kategori isi pesan dakwah, yang lebih banyak diunggah yaitu mengenai aspek akhlaq.[2]

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Husnia Mardhina dengan penelitian ini yaitu, Syifa Husnia Mardhina meneliti tentang imbauan pesan dakwah dalam akun instagram @dakwahjomblo dan kategorisasi pesan dakwah dalam akun tersebut sedangkan penelitian ini meneliti mengenai bagaimana segmentasi dan kemasan dakwah Hanan Attaki di instagram dan bagaimana pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan instagram Hanan Attaki. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Husnia Mardhina dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan instagram sebagai obyek penelitian.

B. Kajian Teoritis

1. Pengertian Dakwah

Perubahan masyarakat yang begitu dinamis seiring dengan laju perkembangan pengetahuan dan teknologi yang pesat merupakan suatu kenyataan yang tidak bisa dihindari. Setiap lembaga dakwah harus melengkapi diri dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi sebelum ia terjun berdakwah di tengah-tengah masyarakat yang majemuk. Mencermati kenyataan ini, maka dalam melakukan dakwah dibutuhkan sistem manajemen, rumusan strategi dan metode dakwah yang tepat sesuai dengan kondisi masyarakat yang dihadapi para juru dakwah.[173]

Istilah dakwah dalam Al-qur'an diungkapkan dalam bentuk *fi'il* maupun *masdar* sebanyak lebih dari seratus kata. Al-Qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang disertai dengan resiko masing-masing

[2]http://digilib.uinsgd.ac.id/12111/, Diakses pada tanggal 16 Juli 2020.
[3]Ahmad Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PLP2M, 1983), h. 4.

pilihan. Dalam Al-Qur'an, dakwah dalam arti ***mengajak*** ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam arti ***mengajak kepada Islam dan kebaikan,*** dan 7 kali ***mengajak ke neraka atau kejahatan***. Disamping itu, banyak sekali ayat-ayat yang menjelaskan istilah dakwah dalam konteks yang berbeda.[184]

Adapun dari aspek terminologis, pakar dakwah Syekh Ali Mahfuz mengartikan dakwah dengan mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru kepada mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka dari kebiasaan buruk supaya mendapatkan keberuntungan di dunia dan di akhirat.

Bagi Ahmad Mahmud, dakwah jika ditinjau dari segi kosa kata, merupakan bentukan kata kerja inklinasi dan motivasi (*fi'lun imalatun wa tanghabu).* Melalui analisa ini, dakwah diartikan sebagai usaha memberikan penawaran kepada orang agar bersikap condong dan termotivasi melakukan ajaran Islam. Dakwah kepada Islam, artinya tugas untuk mempengaruhi orang agar ia menjadi condong dan menyukai Islam, baik dengan cara teoritis atau nasihat, mupun secara praktis atau keteladanan (*min quolin au fi'il).* Dalam pengertian ini, bentuk dakwah dalam praktiknya bukan hanya sekedar teoritis-instruktif atau dikenal dengan lisan *al-maqal,* tetapi menuntut juga bentuk tindakan empiris yang dikenal dengan lisan *al-hal*.[5]

[4]Yusuf Yunan, *Menajemen Dakwah, (*Jakarta: Prenada Media, 2006), h. 17.

[5]Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana Pernada Media Group, 2011), h. 28-31.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah memiliki beberapa unsur yang menjadikan dakwah bisa efektif dilakukan, yakni sebagai berikut[196]:

a. Subjek dakwah (*Da'i)*

Subjek dakwah adalah pelaku dakwah yang kita kenal dengan sebutan *Da'i* atau *Muballigh* ditengah masyarakat. Dalam pelaksanaannya pendakwah bisa melakukannya sendirian ataupun secara bersama-sama. Hal ini disesuaikan dengan seberapa besar dan kecilnya audien dakwah tersebut. Posisi da'i harus dilihat dari segi pengalaman dan pemahaman keagamaan yang memadai. Da'i bertanggung jawab atas pesan yang disampaikan.

b. Objek dakwah *(Mad'u*)

Mad'u merupakan target dari pesan dakwah dari seorang da'i. Bisa dijelaskan bahwa *Mad'u* sebagai kelompok yang beragam tak terbatas pada ras, gender, maupun agama tertentu. Tipe *Mad'u* dibagi menjadi tiga yaitu, *Mu'min, Kafir,* dan *Munafik.* Dari kategori demikian proses penyampaian dakwah memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

c. Materi dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah adalah bahan yang dijadikan sandaran untuk disampaikan kepada *Mad'u*. Bahasan dalam Maddah ini merupakan nilai-nilai keislaman yang tercakup kepada akidah (keimanan), syariah, muammalah, dan akhlak.

d. Metode dakwah

Metode dakwah merupakan langkah penting, dalam hal ini biasanya setiap pendakwah memiliki cara yang khas dalam pembawaannya. Pendakwah

[6]Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan Aplikasi* (Jakarta: PT Rinena Cipta, 2009), h. 13.

biasanya membawakan dengan cara menyesuaikan kepada aspek psikologi dan sosiologi dari audiennyaa. Tujuannya untuk diyakinkan dan dikerjakan.[207]

3. Strategi Dakwah

Istilah strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif. Istilah strategi sering diidentikkan dengan taktik yang secara bahasa dapat diartikan sebagai *"corcerning the movement of organisms in respons to external stimulus"*.[218]

Strategi dalam bahasa Yunani memiliki arti "*the art of the general"* atau lebih dikenal sebagai seni yang sering kali digunakan oleh para panglima saat berada dalam peperangan. Seiring berjalannya waktu maka strategi bukan hanya lagi digunakan dalam istilah perang melainkan sudah menjadi kata yang dapat kita dengar setiap hari, strategi juga sudah memiliki penempatan kata yang lebih luas. Jl. Thompson mengatakan strategi adalah suatu hal untuk menuju hasil akhir, dan hasil akhir ditentukan oleh sebuah strategi yang disusun oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.[229]

Jika dipandang dalam aspek komunikasi, strategi komunikasi memiliki beberapa tujuan penting, seperti (Brent D. Peterson dan Dallas Burnet) dalam buku Effendy menjelaskan bahwa terdapat tiga tujuan penting dari strategi komunikasi untuk dipahami di antaranya:[2310]

---

[7]Said Ali Wahanif Al-Qthani, *Dakwah Islam Dakwah Bijak,* (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), h. 100.

[8]Adams dan Lewis Mulford, *World University Dictionary* (Washington DC: Publisher Company Inc, 1965), h. 1019.

[9]Sandra Oliver, *Public Relation Strategy* (London: Arrangement with KOGAN PAGE LTD 2001), h. 2.

[10]Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2011), h. 32.

a. *To secure understanding*

To secure understanding adalah dimana komunikan memahami apa pesan yang disampaikan oleh komunikator.

b. *To estabilish acceptance*

To estabilish acceptance adalah step selanjutnya yaitu memberikan pemahaman terhadap komunikan atas pesan yang telah ia terima.

c. *To motivate action*

To motivate action adalah *step* terakhir yaitu memotivasi komunikan untuk melakukan sesuatu atas pesan yang sudah diterima dan dipahami.

Adapun tidak jauh berbeda dengan penerapan strategi komunikasi terdapat tiga tahapan dalam melaksanakan strategi komunikasi menurut Fred R. David di antaranya:[2411]

1) Merumuskan Strategi

Merumuskan adalah tutup tahap pertama, penting bagi sebuah organisasi atau perusahan untuk menentukan analisis SWOT karena dalam tahap ini organisasi akan diminta membangun tujuan dan menganalisis seluruh kebaikan dan keburukan dari strategi yang akan dibuat baik dari internal maupun eksternal organisasi, membuat rencana cadangan, dan menentukan sasaran yang akan dituju.

2) Implementasi Strategi

Implementasi strategi berarti melakukan aksi dari apa yang sudah dirumuskan, tahap ini bisa dibilang tahap yang paling sulit karena dalam

[11]Fred R. David, *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition* (New Jersy: Pearson Education Inc, 2007), h. 37.

tahap ini organisasi harus menghadapi apapun yang akan terjadi saat mengeksekusi strategi yang sudah dirumuskan sebelumnya. Penting untuk mengimplementasikan strategi karena akan menjadi sia-sia apa yang sudah dirumuskan.

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi adalah tahap ketiga dimana pada tahap ini sebuah organisasi akan mengukur apa yang sudah dilakukan, apakah berhasil atau malah gagal. Dalam tahap ini organisasi perlu melakukan beberapa hal seperti kembali melihat faktor apa saja yang terjadi saat melakukan strategi komunikasi, melihat hasil yang dicapai, serta merancang kembali hal yang perlu dilakukan guna memperbaiki kesalahan yang dilakukan.

Strategi dapat dipahami sebagai cara dan daya upaya untuk menghadapi secara tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Jika strategi dikaitkan dengan dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dalam dakwah ialah siasat, taktik yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah.[2512]

4. Teori New Media

New media adalah media yang sudah dipengaruhi oleh teknologi. Di era informasi ini media sudah menyediakan platform langsung, informatif, cerdas, dan interaktif untuk menghasilkan ruang diskusi. Teori new media mengubah

[12]Pimay dan Awaludin, *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri* (Semarang: Resail, 2005), h. 59.

sebagian besar perhatian pada ontologi media digital sebagai ciri khas yang akan menggantikan sejarah media di abad kedua.

Konsep new media pada dasarnya adalah hasil dari budaya dunia maya dengan teknologi komputer modern. Data digital dikendalikan oleh sofware dan teknologi komunikasi terkini yang semakin berkembang pesat. Sebagian besar teknologi yang dideskripsikan sebagai "new media" bersifat digital, dan sering kali memiliki karakteristik dapat terhubung kejaringan, dapat dikompres, interktif dan tidak memihak. Contohnya adalah internet, situs web, CD-ROOM dan DVD.

Kaum muda tertarik pada cara mudah mendapatkan informasi dengan segala seuatu yang berbasis internet atau smartphone yang memberikan mereka informasi pilihan kapanpun dn dimanapun. Anak muda jadi tidak perlu menunggu jadwal siaran berita ditelevisi hanya untuk mendapatkan informasi. Blog, internet, portal berita online, Facebook, Youtube, Podcast, dan bahkan SMS, semuanya adalah media baru.[2613]

Teori *new media* merupaakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas mengenai perkembngan media dari konvensional ke era digital.

Dalam *teori new media*, terdapat dua pandangan yng dikemukakan oleh Pierre Levy, yakni:

a. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia

[13] https://qwords.com/blog/teori-new-media/. Diakses pada tanggal 5 Februari 2021.

mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibt dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada mayarakat.

b. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikn diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.[2714]

Defenisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua bersifat rumit menjadi ringkas.

5. Dakwah Melalui Media

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah antara, atau rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam bahasa Arab media sama dengan wisalah atau dalam bentuk Jama' (ganda), Wasa'il yang berarti alat atau perantara.[2815]

[14]Repository.uin-suska.ac.id. Di akses pada 15 Februari 2021.
[15]Ali Aziz, *ilmu Dakwah,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 403.

Pada era globalisasi tidak saja teknologi komunikasi saja yang mengalami perkembangan, tetapi kebutuhan masyarakat akan nilai-nilai agama senarai dengan gejala perkembangan teknologi. Media menjadi saluran efektif yang cukup memberikan wahana lebih luas, murah dan cepat. Publik pun akan dengan mudah melakukan kajian keagamaan dengan menyerap dan mendengarkan pesan-pesan cepat dan visual dalam media sosial.

Menurut Stewart M. Hoover interaksi antara media dan agama semakin jelas sebagai media dan agama telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Di media, ada tren dalam teknologi dan dalam ekonomi yang menghasilkan saluran yang semakin beragam, *terdesentralisasi* dan multi saluran lingkungan hidup. Karena semakin banyak saluran telah muncul di media tradisional dan digital, ranah media online dan sosial, pasar yang berkembang untuk berbagai konten telah berkembang, secara signifikan menurunkan apa yang menjadi penghalang untuk masuk oleh agama.[2916]

Media semakin beroperasi seperti pasar, karena semakin banyak permintaan untuk agama dan spritualitas, persedian media semakin meningkat. Antara lain, peningkatan pasokan nilai-nilai agama yang dimediasi ini, berarti agama itu dan Spritualitas semakin tersedia diluar batas "agama" formal, sebuah situasi yang memilki implikasi yang mengubah dunia bagi lembaga-lembaga tersebut.

Kehadiran dan kegigihan pendakwa'an di dunia digital dalam beberapa tahun terakhir telah disertai dengan perubahan penting dalam banyak hal agama. Perubahan yang paling menonjol diantaranya adalah penurunan otoritas para

[16]Stewart M. Hoover, *Media and Religion, 2008. The Center for Media, Religion, and Culture Univerity of Colorado at Boulder, USA.*

pemimpin agama, lembaga dan doktrin. Hal tersebut terjadi karena berbagai alasan, orang saat ini mengambil lebih banyak tanggung jawab untuk keyakinan mereka sendiri, spritualitas, dan identitas agama. Seiring dengan menurunnya kepercayaan publik terhadap institusi di Indonesia secara umum, lembaga-lembaga keagamaan juga kehilangan keunggulan dan otoritas, mereka kurang penting dalam menentukan apa yang orang yakini dan cara mereka menjalani hidup mereka.

Hamzah Ya'qub sebagaimana dikutip wahyu ilahi membagi media atau alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam menjadi lima yaitu;

a. Verbal, inilah media dakwah paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
b. Teks, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, email), spanduk, dll.
c. Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
d. Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, *slide*, OHP (*Over Head Projector*), internet dan sebagainya yang disimpulkan sebagai aural.
e. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh masyarakat.
f. *Mad'u*[3017]

Pada era *new media*, dakwah memiliki saluran baru yang menyasar kepada banyak audien secara acara. Pesan agama mencair dan dapat disampaikan

[17]Lukman Hakim *Komunikasi Dakwah* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Pres, 2013), h. 40.

siapa saja. Tetapi ada juga yang menggunakan media sosial sebagai tempat efektif dalam menyebarkan simbol, bahasa, bahkan suara secara sekaligus tanpa hambatan.

Media komunikasi pada saat ini adalah media baru yang sebagian besarnya berupa media *digital*, komputer, dan jaringan informasi dan komunikasi pada abad ke-20. Komputer dan internet merupakan bentuk nyata dari hasil revolusi komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Masyarakat dapat mengakses informasi dan dapat berkomunikasi dengan sesamanya melalui media yang terkoneksi dengan jaringan internet. Melalui teknologi komunikasi seperti komputer dan *smartphone* yang terkoneksi oleh jaringan internet, masyarakat dengan mudah dapat mencari informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan berkomunikasi tanpa hambatan. Teknologi komunikasi inilah yang hampir setiap masyarakat kekinian menggunakannya dan populer dengan istilah *new media* (media sosial).[3118]

Eksistensi *new media* saat ini ternyata membawa sisi positif dan sisi negatif jika kita lihat keunggulan *new media* tersebut. Sisi positifnya adalah dengan keunggulan yang dimiliki oleh new media, masyarakat saat ini begitu dimanjakan dalam berkomunkasi dan mencari informasi yang dibutuhkan. Namun sisi negatifnya adalah dengan kemudahan yang dimiliki oleh *new media*, masyarakat bisa mengalami ketergantungan. Ketergantungan tersebut bisa saja berupa tidak lepasnya pandangan mata seseorang pada *Smartphonenya.*

Media sosial adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna mempersentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagai

[18]Yesi Pupta. "Pemanfaataan New Media dalam Memudahkan Komunikasi". *Jurnal Pekommas.* Vol 18 No. 3, Desember, 2019.

komunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Kemudian media sosial juga merupakan media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna sosial media untuk menghasilkan konten (*user-generated content).*

Salah satu media sosial yang cukup populer di tengah masyarakat ialah *Instagram.* Media yang dimiliki oleh perusahaan media sosial *Facebook* ini semakin hari mendapatkan tempat di khalayak masyarakat. Layaknya media sosial lainnya *Instagram* juga tempat berbagi dan berekspresi. Sekalipun masih tidak bebas nilai dan tetap bisa dipertanggung jawabkan.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *"insta"* berasal dari kata *"instan"*, seperti foto secara instan, seperti palaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram"* berasal dari kata *"telegram"* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan gabungan dari kata insta dan telegram. Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *Following* dan *Followers*. *Following* berarti mengikuti pengguna, dan *followers* berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan respon *(feedback)* dengan *like* (suka) terhadap foto yang dibagikan.[3219]

[19]Meutia Puspita Sari *"Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiwaa Fisip Universitas Riau"*(JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017), h. 6.

Salah atu fitur yang dimiliki Instagram yaitu *vidgram*. Sebetulnya Vidgram adalah termasuk konten yang general. Instagram mengkategorikan video berdasarkan genre (atau tipe konten) seperti misalnya komedi, musik, permainan (*game*), dan banyak lagi melalui masing-masing akun yaang ada di dalam Instagram.

Dalam dakwah media sosial memiliki konsep tersendiri, karena saluran media sosial yang luas sehingga strateginya pun tidaklah sama dengan dakwah melalui lisan pada umumnya. Pengguna dakwah menggunakan perangkat media memiliki dampak berbeda dari umumnya. *High frecuency* yang dimiliki media dengan cepat mensuplai pesan selama ini dakwah dengan media sosial setidaknya ikut membantu memberikan ruang baru dan keberagaman audein dakwah. Apalagi ditengah kalangan milenial yang sadar akan penggunaan teknologi tingkat tinggi suplai pesan yang semakin fleksibel.

Berdasarkan skema di bawah ini menunjukkan ada kultur baru dalam dampak yang diakibatkan oleh media. Karena audien dalam skema perputaran pesan tidaklah menikmati sendiri pesannya dan kemudian melakukan *share* secara cepat lewat perangkat yang dimilikinya.[3320]

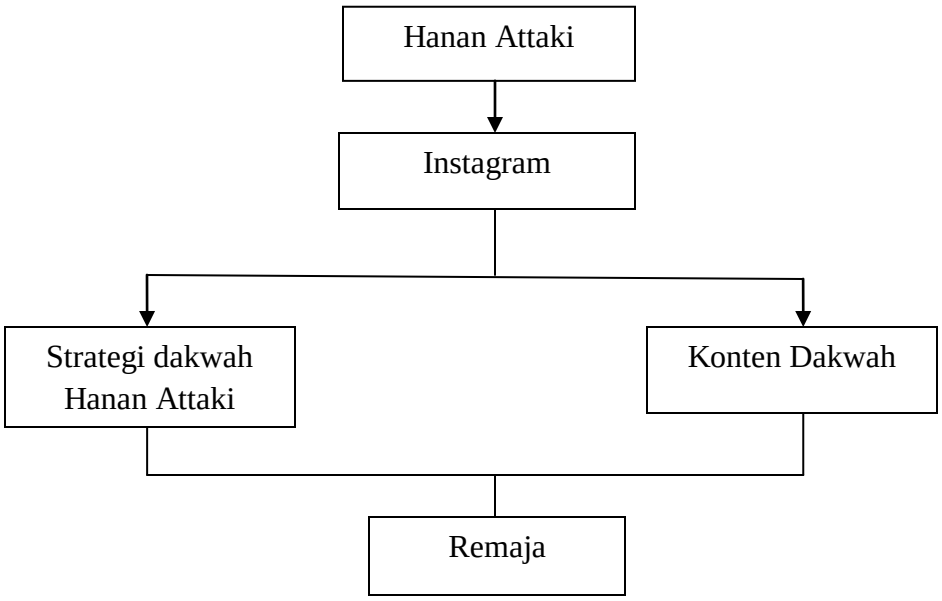
C. Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan maka pada bagian ini, diuraikan kerangka pikir yang dijadikan sebagai pedoman dan landasan berpikir dalam melaksanakan penelitian ini. Dengan pertimbangan dan gambaran dari penjelasan

[20]Mustofa, *Prinsip-prinsip Dakwah via Media Sosial"*, dalam APLIKASI: (*Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama)*, Vol. 16, h. 51-55.

diatas, penulis akan memberikan sajian kerangka pikir disertai dengan penjelasann. Adapun kerangka pikir yang dimaksud adalah:

Gambar 1.1 : Kerangka Pikir



Berdasarkan skema/gambaran diatas dapat dijelaskan bahwa dakwah di zaman sekarang dapat dilakukan berbagai cara, salah satunya dakwah melalui instagram. Dakwah melalui internet yang dimaksud adalah dakwah yang dilakukan oleh Hanan Attaki, kemudian instagram merupakan media yang digunakan Hanan Attaki dalam melakukan/menyiarkan dakwahnya.

Selanjutnya, adapun strategi dakwah yang dilakukan oleh Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwah melalui internet lebih mengarah kepada konten remaja masa kini.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu unsur yang sangat urgen karena berfungsi sebagai sarana pengumpulan data dan analisis data yang sangat menentukan keberhasilan penelitian.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pustaka atau riset kepustakaan. Penelitian ini akan menggali konten dakwah remaja pada akun instagram @hanan_attaki.

Penelitian pustaka atau riset pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan.

Jika melihat dari jenis penelitian berdasarkan analisis datanya adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan merupakan proses pembuatan, cara mendekati, usaha dalam rangka aktivitas peneliti untuk mengadakan hubungan dengan orang lain yang diteliti.

Adapun pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1) Pendekatan Dakwah

Pendekatan dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang komunikator untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Dengan kata lain, pendekatan dakwah harus bertimpu pada suatu pandangan *human oriented* dengan menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.[1]

2) Pendekatan Sosiologi

Pendekatan sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hidup bersama dalam masyarakat, dan menyelidiki ikatan-ikatan antara manusia yang menguasai kehidupan itu. Sosiologi tidak menetapkan kearah mana sesuatu seharusnya berkembang dalam arti memberi petunjuk-petunjuk yang menyangkut kebijaksanaan kemasyarakatan dari proses kehidupan bersama tersebut, diambil simpulan arti dari pendekatan sosiologi tersebut adalah suatu landasan kajian sebuah studi atau penelitian untuk mempelajari hidup bersama dalam masyarakat. Ilmu sosial tidak mudah membuat garis pemisah yang tegas antara disiplin ilmu yang satu dengan yang lain. Hingga kesan adanya tumpang tindih sering kali tidak dapat dihindari, termasuk memahami dalam hal ini kajian sosiologi antropologi. Sosiologi berusaha memahami hakekat masyarakat dalam kehidupan kelompok, baik struktur, dinamika, institusi, dan intraksi sosialnya. Antropologi berusaha memahami perilaku manusia (*antropos*) sesuai latar belakang kepercayaan dan kebudayaan secara manusiawi (*humaniora*)[2]

---

[1]http://kelompok4kpia.blogspot.com2018/11macam-macam-model-pendekatan-dakwah.html/m=, Diakses 15 Juli 2020.

[2]https://darniahbongas.wordpress.com/2010/07/03/pendekatan-sosiologi-salah-satu-alat-untuk-memahami-agama//, Diakses 15 Juli 2020.

3) Pendekatan Studi Kajian Media

Kajian media adalah disiplin ilmu pengetahuan yang mempelajari konten, sejarah, dan pengaruh berbagai media, khususnya media massa.

2. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai segala hal berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, tidak semua informasi atau keterangan merupakan data.[3] Data hanyalah sebagian dari informasi, yakni yang berkaitan dengan penelitian.[4]

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:[345]

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

2) Data Sekunder

Data skunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak

---

[3]Tatang M.Amirin, Menyusun Rencana Penelitian (Cet. III; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), h. 42.

[4]Tatang M. Amirin, Menyusun Rencana Penelitian (Cet. III; Jakarta: PT Raja Grafindo, 1995) h.130.

[5] https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-data-primer-dan-data-sekunder. Diakses pada tanggal 10 Desember 2020.

dipublikasikan. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

b. Sumber data

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini, sebagaimana disebutkan di atas adalah akun instagram @hanan_attaki.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan mempermudah perolehan data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan instrumen sebagai alat bantu untuk mengumpukan data-data yang dibutuhkan. Adapun instrumen penelitian yang akan digunakan peneliti adalah:

a. Pedoman observasi, yaitu pengamatan terhadap suatu objek atau akun instagram yang akan diteliti.

b. Alat dokumentasi seperti: kertas atau buku saku, dan pulpen untuk mencatat.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:[35]

a. Observasi

b. Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dalam penelitian ini difokuskan pada akun instagram @hanan_attaki.

---

[6]Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar ''Metodologi Penelitian Social" Jakarta; 2000) h. 54.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau berupa *screen shoot*. Untuk memperoleh data dari penelitian ini adalah akun instagram @hanan_attaki.

d. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya.

5. Teknik Analisis Data

Data harus segera dianalisis setelah dikumpulkan dan dituangkan dalam bentuk laporan. Tujuan analisis data ialah untuk mengungkapkan data apa yang masih perlu dicari.

Ada beberapa cara untuk menganalisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data *(data reduction)* mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksikan memberikan gambaran yang lebih jelas.

b. Display Data

Data yang semakin bertumpik-tumpuk itu kurang dapat memberikan gambaran serta menyeluruh. Oleh sebab itu diperlukan display data.

c. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi

Data yang didapat itu kemudian mencoba untuk mengambil kesimpulan. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahab selanjutnya.

Cara umum, analisis data penulis yang digunakan diatas memiliki korelasi yang baik. Mengambil dan mengumpulkan data dari akun instagram @hanan_attaki. Kemudian dianalisis dengan pertama-tama melalui tahap memilih hal-hal pokok dan penting. Selanjutnya data tersebut disajikan baru setelah itu ditarik kesimpulan dan juga melakukan verifikasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hanan Attaki dalam Akun Instagram

Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Ia memiliki 6 orang saudara dimana ia adalah anak kelima. Sejak masih anak-anak, Hanan Attaki sudah dekat dengan al-Qur'an.

Dikenal cerdas saat masih duduk disekolah dasar sehingga ia kemudian mendapat beasiswa untuk pendidikannya. Beberapa kali Hanan Attaki menjuarai Musabaqah Tilawatil Quran didaerahnya hadiahnya berupa televisi dan juga sepeda. Untuk sepeda ia pergunakan untuk berangkat ke sekolah.

Setelah selesai menamatkan pendidikannya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, beliau mendapat beasiswa ke universitas Al Azhar, Kairo, Mesir karena prestasinya dalam hal tilawatil Quran.

Di Al Azhar, Hanan Attaki kuliah Fakultas Ushuluddin dengan mengambil jurusan Tafsir al-Qur'an. Sewaktu kuliah di Kairo Mesir, Hanan Attaki bergabung dalam kelompok studi al-Qur'an dan ilmu-ilmu Islam dan menjadi pemimpin redaksi dari buletin 'Salsabila' yang dipimpin oleh beberapa tokoh Ikhwanul Muslimin Mesir.

Untuk mencukupi kebutuhan hidupnya selama kuliah di Mesir, Hanan Attaki mencoba banyak bisnis, mulai dari cetaring, berjualan bakso, hingga sebagai 'joki' Hajar Aswad saat musim Haji tiba dengan modal nekat.

Disini pula Hanan Attaki bertemu dengan jodohnya. Istri Hanan Attaki bernama Haneen Akira. Mereka berdua menikah disaat sama-sama menempuh pendidikan di Al Azhar, Kairo Mesir. Dari pernikahannya dengan Ustadzah Haneen

Akira, Hanan Attaki mempunyai tiga orang anak bernama Maryam, Aisyah dan Yahya.

Di tahun 2004, Hanan Attaki menamatkan kuliahnya di Al Azhar, Kairo Mesir dan mendapat gelar Lc (License). Di tahun 2005, ia sempat terpilih sebagai qori terbaik Fajar TV, Kairo dan mengisi acara tilawah di channel Fajar Tv dan Iqro Tv. Setelah menematkan pendidikannya di Mesir, Hanan Attaki kemudian kembali ke Indonesia dan tinggal di kota Bandung. Disini ia tinggal bersama dengan istri dan anaknya yang bernama Aisyah. Di Bandung, Hanan Attaki bekerja sebagai pengajar SQT Habiburrahman an Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Quran Salman di ITB.

Di kota Bandung pula Hanan Attaki mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah pada bulan Maret 2015 yang kemudian menjadi saluran dakwahnya. Pemuda Hijrah memiliki akun di Instagram, Facebook serta Twitter.

Selain menjadi founder pemuda hijrah dan mengajar di berbagai tempat.Ustadzah Hanan attaki kerap mengisi kajian mengenai Islam di Masjid Trans Studio Bandung. Disini jamaahnya banyak di ikuti oleh para pemuda sebab kajiannya yang ia bawakan menarik dan penyampaiannya pun mudah di mengerti.

Hanan Attaki bergabung di instagram pada tanggal 9 Oktober 2015. Pada tanggal 9 Mei 2019 Hanan Attaki mengunggah konten dakwah dengan durasi 6 detik yang mempertontonkan seorang pemuda yang membantu orang tua belajar menggunakan *skeateboar* dengan harapan semua orang berhak tertawa dan bahagia dengan melakukan hal yang bermanfaat dengan tetap menjaga silaturahmi.

Unggahan pertama Hanan Attaki berupa foto pada tanggal 18 Oktober 2015 yang dimana menampilkan sebuah foto kegiatan piknik di hutan bersama rekannya dengan harapan teman yang baik adalah teman yang mengajak kamu untuk

mengingat Allah. Mengunggah konten dakwah dengan tema keajaiban hidup datang lewat diam dengan durasi video 03:03 yang diunggah melalui IG TV pada akun pribadinya pada tanggal 21 September 2019.[361]

B. Segmentasi dan Kemasan Dakwah Hanan Attaki di Instagram

Perkembangan teknologi informasi media sosial menjadi potensi untuk menjadi sarana penting dalam menghubungkan semua individu di dunia. Perubahan ini menyebabkan seseorang dapat membuat komunitas daringnyaa sendiri atau hubungannya berdasarkan minat mereka melintasi dunia tanpa dibatasi oleh ras, bangsa, dan agama. Akibatnya, individu dapat memperoleh manfaat besar dari sosial ini dari teknologi media. Manfaat media sosial juga dapat digunakan studi mani sebelumnya. Media sosial juga dapat digunakan untuk memfasilitasi sosial hubungan, meningkatkan harga diri, dan kepuasan hidup. Bahkan, Media sosial juga memiliki kemampuan untuk bertukar tanya jawab dalam waktu singkat di antara orang yang terlibat.[372]

Ustadz Hanan Attaki mencuat ke publik dengan ceramah-ceramah yang dikenal dengan nada dakwah dan sering kali sendu. Publik pun mengira lelaki usia paruh baya tersebut hanyalah remaja yang baru saja menemukan hidayah dalam agama Islam. Nyatanya Ustadz Hanan Attaki juga merupakan lulusan dari kampus Islam Ternama di Mesir

Dakwah di tengah anak-anak remaja kian populer, selain masalah keseharian yang menjadi ulasan diangkat sedemikian menarik. Kesan dakwah formal kadang semakin hari tidak lagi menjadi patokan. Ustadz Hanan Attaki bahkan sering kali

---

[1] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Hanan_Attaki. Di akses pada tanggal 22 Februari 2020.

[2]Smith, P. R. And Z. Zook, *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*, 5th ed, (London: Kogan Page Limited, 2011), h. 111.

memakai atribut yang dianggap mencerminkan remaja masa kini, yakni memakai sweater, topi, kupluk dan bahkan celana jeans. Dakwah Ustadz Hanan Attaki terbilang menarik karena tidak menonjolkan kesan-kesan pola hirarkis antara pendakwah dan audiensnya.

Potret remaja dalam setiap sesi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki memang terbilang sangat unik. Bahkan kadang-kadang memakai tema-tema permasalahan remaja yang memang sedang membutuhkan asupan kerohanian serta untuk mendukung stabilitas mental spiritualnya.

Dalam Dakwah Ustadz Hanan Attaki nampaknya generasi muda memang dianggap sebagai audien dakwah yang tepat karena perihal usia produknya serta pilihan hidup yang masih beragam dan panjang waktunya. Di sisi lain kalangan remaja tidak sepenuhnya menjadikan sumber agama sebagai meraih kebahagian.

Ustadz Hanan Attaki sebagai da'i melakukan dakwah kepada kalangan remaja nampaknya mengerti betul bagaimana peluang pasar remaja sebagai agent penyebaran pesan agama yang paling efektif. Gairah dan ekspektasi kalangan remaja dalam melihat dunia memang dianggap sebagai kecenderungan yang absah sebab kalangan muda mempunyai banyak target dan ambisi. Sekalipun ekspektasi kadang menimbulkan jiwa-jiwa permisif bagi kalangan remaja untuk mencapai targetnya.

Sudah tentu populernya dakwah Ustadz Hanan Attaki memilih segmentasi sendiri yang secara spesifik dapat meningkatkan efektifitas dakwahnya. Segmentasi bisa dikatakan sebagai cara sekaligus usaha untuk melibatkan semua upaya dan teknik sekaligus. Segmentasi juga dapat disimpulkan sebagai kaca dari sebuah ukuran-ukuran dalam tindakan yang dilakukan. Berikut ini dijelaskan beberapa

segmentasi dan kemasan yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki berdakwah di instagram yaitu:

1. Meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah

   Penjelasan ini memberikan pengertian pada dasarnya dakwah merupakan usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusian yang universal (egaliter, keadilan dan kemerdekaan). Dakwah berusaha mengembangkan fitrah dan kehanifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya.

   Dakwah Ustad Hanan Attaki memiliki prinsip bagaimana nilai-nilai ketuhanan dalam agama Islam itu diserap dan dijadikan mode gerak aktif ummat. Agama harusnya menjadi acuan koreksi diri dengan mehasabah atas peristiwa yang dialami oleh manusia. Ustadz Hanan Attaki dalam beberapa dakwahnya mengisyaratkan untuk kembali kepada jalan Allah, artinya sisi religius dihidupkan kembali dan tidak selalu bersebrangan dengan aktifitas keduniaan semata.

   Agama dianggap menjadi alat autokritik terbaik untuk mengukur seberapa tepat langkah manusia yang dipilih terutama dalam menentukan pilihan tindakan yang akan dilakukan. Selama ini Ustadz Hanan Attaki mengemasnya dengan bahasa yang cukup sederhana bahwa manusia dalam mengartikan diri (*self)* harus bersamaan dengan kepercayaan akan dorongan nilai-nilai ketuhanan yang ada dalam diri manusia.

Metode pendekatan dakwah Ustaadz Hanan Attaki dapat dijelaskan berdasarkan penuturan Bunny Asfian Nurrachman Asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki.[383]

> "Kalau bicara soal gagasan, Ustadz Hanan Attaki pernah sharing sama saya, jadi gagasan ini hadir berawal dari keresahan Ustadz Hanan Attaki yang mikir gimana caranya bisa menarik minat anak muda biar suka sama kegiatan dakwah dan ibadah. Minimal tidak usah suka dulu lah, tapi tertarik, nah' dari situ Ustadz mulai coba ngobrol sama Kang Inong dan beberapa temannya yang waktu itu sudah sering ikut kajian rutin Ustadz Hanan di masjid Al-Latif."

Dari keterangan Bunny Asfian Asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki, melihat persoalan keagamaan kian tidak memiliki spirit sehingga cenderung banyak memilih etika moral yang kadang tidak sejalan dengan konsepsi Islam. Etika moral ini kadang kadang diserap dari kebiasaan-kebiasaan dan budaya tertentu yang bersinggan dengan kita. Melihat tauhid sebagai pradigma yang utuh dan benar bagi setiap aktivitas manusia, terlepas dari Tauhid spitualismenya pada proses agama, akan tetapi pada akhirnya mengena pada prespektif politik, hukum, ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya kita.[394]

2. Perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan pradigmatik pemahaman agama.

Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala kemapanan keberagamaan seolah-olah sudah merupakan standar keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Pemahaman agama yang terlalu eksoteris dalam memahami gejala-gejala kehidupan dapat menghambat pemecahan masalah sosial yang dihadapi oleh para juru dakwah itu sendiri.

---

[3]Wawancara Bunny Asfian Nurrachman, pada tanggal 16 September 2020.
[4]Wawancara Bunny Asfian Nurrachman, pada tanggal 16 September 2020.

Pengertian sederhananya bahwa agama tidak harus selalu bicara hal normatif semata, agama mesti menyatu dengan fenomena sosial dan menjadi alat untuk memecahkannya. Ustadz Hanan Attaki mencoba merangkai ulang pesan keagamaan dengan mengangkat banyak persoalan baru di tengah masyarakat serta memberikan pemaknaan yang lebih mudah dicerna oleh Mad'u.

Salah satu hambatan pesan agama memang berasal dari selalu menekankan aspek lama tanpa melihat betapa dinamisnya situasi sosial masyarakat. Pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki lebih sedikit melemparkan dasar-dasar formatif agama, tetapi lebih kepada agama dianggap bekerja dengan baik untuk membantu muslim lebih takwa.

Argumentasi ketaqwaan lebih kepada nila-nilai problematika keseharian yang nyatanya dalam pemikiran Ustadz Hanan Attaki seringkali menganggap terlalu susah dan berat. Dalam anggapan Hanan Attaki perkara ketaqwaan bisa dimulai dengan hal-hal yang sederhana. Kesedarhanaan disini diambil dari peristiwa yang dijalani sehari-hari.

Maka wajar tema-tema kajian dakwah Ustadz Hanan Attaki selalu tidak terlepas dari pada perilaku masyarakat muslim dengan lingkungannya. Pada saat pasca reformasi wacana keislman banyak membahas konteks Islam dan moderenisasi. Alhasil, kajian keislaman teresebut masih dimengerti oleh sebagian masyarakat kita dengan cakupan pendidikan yang mapan. Namun, pusaran wacana keislman dan modenisasi bahkan lebih jauh ke Islam dengan Liberalisasi makin memudar. Maka masyarakat muslim lebih muda memahami islam itu sebagai agama yang cenderung adaptif. Akan tetapi, hal ini memang

menumbuhkan sikap yang cukup permisip bahkan hati-hati. Karena alih-alih ingin tidak ketinggalan dengan bentuk moderenitas, masyarakat muslim juga tidak mau meninggalkan keimanan. Dua hal ini yang dipandang oleh Ustadz Hanan Attaki sebagai sikap yang dapat membuat masyaratakat muslim tidak memliki spirit yang baik dalam merespon sosialnya.

Ustadz Hanan Attaki mengupayakan agar spirit agama masih sesuai dengan keperluan zaman. Dalam perkembangan ekonomi dan teknologi dan akibatnya bagi manusia, agama harus mampu memberikan penilaian dan pemaknaan ulang bagaimana manusia melakukan gerak sosial tanpa harus menihilkan peran agama di ruang tersebut. Satu hal yang dihadapi manusia moderen ialah seringkali menapikan keberadaan Tuhan dan agama. Sesuatu yang sangat bertantangan dengan fitrah manusia. Secara faktual telah mengakibatkan tercabutnya makna hidup, akibat hilangnya transendental dalam hidup kita.

Bunny Asfian Nurchman Asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki menjelaskan dakwah yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki banyak terlibat di dunia remaja yang memiliki hobby kekinian.

> "kebetulan Ustadz tahu kalau Kang Inong itu banyak relasi komunitas-komunitas anak muda di sekitaran Bandung. Itu makanya kalau kamu lihat isi ceramah Ustadz Hanan Attaki yang ada di dalam video instagramnya kesannya anak gaul banget, kaya BMX, Skateboard, sama Parkur, terus dibungkus ama kegiatan ibadah dan juga ceramh gaulnya Ustadz Hanan Attaki."[406]

Keterlibatan Ustadz Hanan Attaki dalam kelompok pemuda kekinian di Bandung mengindikasikan bahwa budaya pemuda muslim kita memang juga ikut perkembangan moderen. Inilah yang kemudian menjadikan Dakwah dalam

[6]Wawancara Bunny Asfian Nurrachman, pada tanggl 16 September 2020.

kegiatan Ustadz Hanan Attaki berusaha menyelesaikan persoalan kepercayaan akan spiritualitas sekaligus mental.

3. Strategi yang inovatif dalam dakwah

Dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk yang mengandung unsur *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*.

Model penyampaian dakwah pada umumnya semakin hari dipandang tidak begitu efektif, terutama bagi kalangan anak remaja. Seperti yang disampaikan di depan, bahkan kadang kala ada hararkis yang cenderung tidak disenangi kalangan remaja. Dengan perkembangan teknologi informasi, dakwah dapat diterjemahkan lebih luas. Ustadz Hanan Attaki bahkan tidak menonjolkan simbol seperti pada umumnya da'i lakukan. Simbol yang dimaksud adalah pakaian dan kemasan bahasa sebagai komunikasi kepada *Mad'u*. Dia berupaya *fashion* bukan selalu menjelaskan status taraf keagamaannya tetapi alat agar lebih dekat dengan kalangan remaja. Dan nyatanya pendekatan tersebut lebih berhasil, mereka (remaja) mulai merasa nyaman dengan dakwah yang tidak membuat beban dengan kerangka aturan normatif. Tetapi Ustadz Hanan Attaki juga berupaya agar dari pesannya akan sedikit demi sedikit membentuk karakter.

Bunny Asfian Nurrachman Asiten pribadai Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bagaimana metode dakwah imperatif dari Ustdz Hanan Attaki.

> "Visi Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah sekarang ini melalui Kontennya yang ada di Instagram adalah mengajak anak muda lebih dekat sama Allah, taat sama ibadah dan jadi generasi yang lebih bermanfaat. Makanya *Qoutes* hidup Ustadz Hanan Attaki "Banyak Manfaat", dan anak muda yang ikut di kajian bersama fans-fans Ustadz tahu quotes dan video

> ceramh Ustadz Hanan Attaki dijadikan motivasi sama mereka agar bisa menjadi anak muda yang keren tapi sholeh dan Sholehah."[417]

Dalam konten Hanan Attaki anak-anak remaja diberi pemahaman, yang paling menarik bahwa hobi kalangan muda diberikan tetap tumbuh sekalipun itu tetap berkembang dari perilaku yang ditimbulkan oleh globalisasi. Inilah yang kemudian banyak mendapatkan simpati. Akhirnya anak remaja dapat memadukan antara keimanan dan kemoderenan sekaligus, sekalipun nampak bertentangan tetapi tetap berjalan baik.

1) Audien Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u dari dakwah Ustadz Hanan Attaki bisa dijelaskan bahwa mayoritas yang mengisi ialah usia produktif yakni kalangan remaja *milineal*. Kalangan *milineal* ini cukup populer karena dianggap tipikal kelas masyarakat yang menjadi penentu pembanguan ke depan.

Dibanding generasi sebelum, generasi *millineals* memang dinilai cukup unik, hasil riset yang dirilis oleh *Pew Research Center* mengatakan secara gamblang mengenai keunikan generasi *millineals* dibanding generasi-generasi sebelumnya. Hal ini mencolok dari generasi millineals dibanding generasi-generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop/musik. Kehidupan generasi *millineal* tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, *entertainment/*hiburan sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi ini. Hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya yang sangat mementingkan etos kerja, moral dan hormat.[428]

Dalam konteks Indonesia, hal yang sama juga terjadi, hasil survei yang dilakukan Alvara Research Center tahun 2014 menunjukkan Generasi yang lebih

[7]Wawancara Bunny Asfian Nurrachman, pada tanggal 16 September 2020.
[8]www.eastspiring.com. Diakses pada tanggal 21 September 2020.

muda, 15 – 24 tahun lebih menyukai topik pembicaraan yang terkait musik/film, olahraga dan teknologi. Sementara generasi yang berusia 25 – 34 tahun lebih menyukai topik yang termasuk didalamnya sosial politik, ekonomi dan keagamaan. Konsumsi internet penduduk kelompok usia 15 – 34 tahun juga jauh lebih tinggi dibanding dengan kelompok penduduk yang usianya lebih tua.[439]

Dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki kalangan *milinial* menjadi objek utama. Tentu memang tidak muda mengajak kalangan milineal untuk mempercayai sesuatu dengan mudah. Sifat kalangan *milinial* yang skeptis dengn segala hal dan lebih suka coba-coba hal baru, sudah tentu mereka hanya mengikuti apa yang menurut mereka sudah benar dan pas. Utadz Hanan Attaki banyak menyodorkan pesan dengan menggunakan media sosial yang dibentuk sedemikian menarik. Mad'u dari kalangan *milinial* lebih menyerap informasi dengan visual. Hal ini dibentuk oleh paparan media sosial dari *gadget.*

Bunny Asfian Nurrachman Asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki menunjukkan bahwa kalangan muda memang banyak terpengaruh oleh dakwah yang banyak di media sosial yakni *Instagram.*

"Kalau Misinya, ya semua itu ada di dalam konsep dakwahnya Ustadz Hanan Attaki dalam akun instagramnya. Konsep dakwah lewat *Instagram* jadi daya tarik buat anak muda cari tahu, terus tertarik dan akhirnya mau ikut kajian-kajian Ustadz Hanan Attaki.[4410]

Dari posting di media sosial follower di akun dengan mudah menjadi pendengar setia. Dari waktu ke waktu, *Mad'u* dari Ustadz Hannan Attaki

[9]https://alvara-strategic.com/generasi-millennial-indonesia-tantangan-danpeluangpemuda-indonesia, Diakses pada 21 September 2020.

[10]Wawancara Bunny Asfian Nurrachman, pada tanggl 16 September 2020.

semakin banyak. Persuasif yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki lewat komunikasi massa lebih terlihat progressif. Banyaknya *Mad'u* yang ikut dalam majelis Ustadz Hanan Attaki bisa ditegaskan kampanye gerakan hijrah yang dilakukannya. Jadi ibarat bola salju, jamaah majelis Ustadz Hanan Attaki memang menyebar dengan cepat.

Karakter *Mad'u* dari Ustadz Hanan Attaki tidak banyak jauh berbeda dengan *Mad'u* pada umumnya. Proses inti dalam penyampaian dakwah masih melewati majelis. Tetapi memang setiap jamaah selalu diupayakan untuk melaksanakan kewajiban Sholat lima waktu. Pemuda Hijrah yang didirikan oleh Ustadz Hanan Attaki sejatinya merupakan bentuk lingkungan sosial keagamaan di mana mereka telah mengalami pencerahan dalam peraktek agama misal dalam menjalankan kewajiban dalam agama. Memang tidak diketahui dengan jelas apakah ada simbolik tertentu. Tetapi Pemuda yang berhijrah merupakan bentuk kesan sekaligus dorongan untuk memanifestasikan etika moral kebaikan.

Untuk mencapai tujuan dakwah, maka perlu menyelaraskan antara aktivitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal. Selain itu dakwah juga harus dilihat dari tantangannya, dilihat dari segi kuantitas dan kualitas, mayoritas penduduk Indonesia sebanyak 87% adalah seorang muslim. Kondisi ini pada satu sisi merupakan kekuatan bagi dakwah Islam, apabila potensi, kualitas, dan partisipasi umat yang mayoritas ini dapat digerakan. Namun, sebaliknya jumlah mayoritas ini dapat juga menjadi kelamahan, bila tidak dibarengi kualitas yang tidak memadai.

Ustadz Hanan Attaki telah memussatkan beberapa objek dakwahnya dengan tepat. Menyentuh kalangan muda dalam ruang lingkupnya, juga dengan strategi dakwah yang muda dicerna, tidak monoton, dan juga menarik.

Daya tarik lain Ustadz Hanan Attaki ialah pemilihan tema-tema yang menyisir keseharian anak muda. Persoalan mental remaja dan cara menghadapinya memang menjadi *trending* tersendiri yang memikat anak muda untuk selalu meminta nasehat kepada Ustadz Hanan Attaki.

Jika dilihat secara terperinci dalam penyebaran konten kampanye dakwah Ustadz Hanan Attaki tema seperti berserah diri kepada Allah, dan tema-tema tentang ikhlas dan taqwa mendominasi di media sosialnya. Ceramah ustadz Hanan Attaki memang memiliki *followers* setia, sejauh ini akun *Instagram* miliknya sudah tembus 8.5 juta pengikut.

Apa yang disajikan oleh Ustadz Hanan Attaki sebenarnya memberikan gambaran baru bahwa tema-tema yang muda diterima khalayak ialah konsepsi kita dalam menghadapi persoalan sosial kita. Pada umumnya dakwah lebihnya mengangkat hal-hal fiqh dan muamalah dalam Islam. Tetapi Ustadz Hanan Attaki lebih memilih mengambil tema-tema yang berkaitan dengan Tauhid dengan dikemas kekinian.

Strategi khusus yang menjadi titik penting dalam dakwah media Ustadz Hanan Attaki yakni "*One Minutes Boster"*. *One Minutes Boster* istilah *blow up* pesan dakwah serentak dalam semua kanal media sosial. Instagram memiliki fitur komplit secara massif menambah daya tekan kepada publik media sosial. Sehinga Ustadz Hanan Attaki memilih Instagram sebagai alat untuk menyampaikan dakwahnya.

Dalam strategi dakwahnya Ustadz Hanan Attaki menerapkan sistem sharing baik melalui media sosial instagram ataupun secara langsung. Agar terjalin kenyamanan antara seorang pendakwah dan juga seluruh target dakwahnya. Hal ini

merupakan salah satu faktor menjadikan Ustadz Hanan Attaki di gemari digenerasi muda terutama kaum hawa hampir di seluruh Indonesia dan juga di luar Indonesia.

Strategi pemanfaatan sosial media sebagai media dakwah memiliki keunggulan yang sangat bagus, dengan adanya media sosial, para penggunanya dapat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan, dalam hal ini Ustadz Hanan Attaki dapat dengan mudah menyampaikan materi dakwahnya.

Disisi lain, pemanfaatan media dakwah memiliki kelamahan dalam menunjang dakwah Islam. Yang pertama, akses sosial terbatas hanya orang-orang yang sudah mengetahui media sosial saja. Kedua, masih tergantung seberapa banyak orang yang menanggapi dakwah tersebut, dan dengan adanya berbagai kalangan, tidak semua kalangan memiliki referensi keagamaan yang sama.

Dibalik hal-hal tersebut, dengan adanya media sosial khususnya dalam hal strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam mensyiarkan dakwahnya melalui instagram dapat memperlancar dan mempercepat jalannya dakwah dan bisa membangun ukhuwah islamiyah. Terkhusus dikalangan generasi muda Islam sebagai penerus keberlangsungan dakwah.

C. Pesan-Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Postingan Instagram Hanan Attaki

Pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Instagram Hanan Attaki yang dimaksud adalah menganalisis isi pesan yang ada di akun instagram @hanan_attaki. Agar upaya rekonstruksi masyarakat muslim melalui dakwah tepat pada sasaran, maka perlu diadakan analisa dan pengkajian tentang ruang lingkup unsur-unsur dakwah secara komprenshif, sehingga kegiatan dakwah tepat berjalan secara terarah dan dapat mencapai tujuan.

Untuk mencapai tujuan dakwah, maka perlu menyalaraskan antara aktivitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal. Selain itu dakwah juga harus dilihat dari tantangannya, dilihat dari segi kuantitas dan kualitas, mayoritas penduduk Indonesia sebanyak 87% adalah seorang muslim. Kondisi ini pada satu sisi merupakan kekuatan bagi dakwah Islam, apabila potensi, kualita, dan partisipasi umat yang mayorita ini dapat digerakkan. Namun, sebaliknya jumlah mayoritas ini dapat juga menjadi kelemahan, bila tidak dibarengi dengan kualita yang tidak memadai.

Dalam analisis ini, Ustadz Hanan Attaki telah memutuskan beberapa objek dakwahnya dengan tepat. Menyentuh kalangan muda dalam ruang lingkupnya, juga dengan strategi dakwah yang muda dicerna , tidak monoton, dan juga menarik.

Daya tarik lain Ustadz Hanan Attaki ialah pemilihan tema-tema yang menyisir keseharian anak muda. Persoalan mental remaja dan cara menghadapinya memang menjadi *trending* tersendiri yang memikat anak muda untuk selalu meminta nasehat kepada Ustadz Hanan Attaki. Hal ini juga ditegaskan oleh Bunny Asfian Nurrachman:

"Terlebih pembahasan dakwahnya Utadz temanya juga anak muda sekali seperti pembahasan cinta dan kegalau-galauan anak muda, serta retorika bahasa Ustadz Hanan yang memang sudah dikonsep terlebih dahulu menggunakan bahasa santai yang bisa dibilang gaul begitu."[4511]

Jadi dilihat secara terperinci dalam penyebaran konten dakwah Hanan Attaki tema seperti berserah diri kepada Allah, dan tem-tema tentang ikhla dan taqwa

[11]Diolah dari data wawancara bersama Bunny Asfian Nurrchman. Pada tanggal 16 September 2020.

mendominasi di media sosialnya. Ceramah Utadz Hanan Attaki memang memiliki *follower* setia, sejauh ini akun *Instagram* miliknya udah tembus 8 juta pengikut.[4612]

Apa yang disajikan oleh Ustadz Hanan Attaki sebenarnya memberikan gambaran baru bahwa tema-tema yang mudah diterima khalayak ialah konsepsi kita dalam menghadapi persoalan sosial kita. Pada umumnya dakwah lebih mengangkat hal-hal fiqh dan muamalah dalam Islam. Tetapi Ustadz Hanan Attaki memilih mengambil temaa-tema yang berkaitan dengan Tauhid dengan dikemas kekinian.[4713]

Ada beberapa kekuatan penting yang menjadikan dakwah Ustadz Hanan Attaki yakni menjadikan semua saluran mediaa sosial sebagai alat yang mentrasmisikan semua pesan-pesan dakwahnya. Popularitas Utadz Hanan Attaki membuat semua kanal media sosialnya dibanjiri oleh pengikitnya atau orang tertarik ingin tahu dengan dakwah-dakwahnya. Ustadz Hanan Attaki bukan sosok D'i pertama yang menggunakan media sosial sebagai majelis digitalnya. Sosok seperti Aa Gym dan Habib Basalamah juga dikatakan Da'i yang banyak menyedot perhatian dari *Mad'u* nya.

Beberapa item media sosial yang paling banyak menyedot pengikut yakni *Instagram* dan *Youtube.* Tetapi kita fokus bagaimana *vidgram* yang ada pada akun instagram Hanan Attaki dengan durasi 60 detik, serta pesan dakwah yang didesain simpel dan *to the point.* Ada cara khusus yang menjaadi titik penting dalam dakwah media Ustadz Hanan Attaki yakni *"One Minutes Boter"* seperti yng dijelaskan oleh Bunny Asfian Nurrachman :

---

[12]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 16 September 2020.

[13]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 19 Juni 2020.

"Kalau strategi dakwah Ustadz Hanan Atttaki lewat Instagram itu beliau yang mengkonsep segala kajian dakwah yang akan dia sampaikan dan memberikan team pemuda hijrah untuk mengerjakannya. Eperti salah satu contohnya "One Minutes Boter" dalam bentuk video pendek. Itu jadi konten dasar Ustadz Hanan Attaki lewat Instagram. Karena itu sangat gampang untuk dicerna sama kalangan pemuda yang sukanya sama hal-hal yang simpel dan tida ribet. Itu yang juga kadang bikin anak muda yang nonton jadi baper, soalnya pembahasannya tentang hal simpel kaya cinta, perasaan dan putus asa, itu kan problemnya anak muda banget."[4814]

One Minutes Boter istilah *blow up* pesan dakwah serentak dalam semua kanal media sosial. *Instagram* memiliki fitur komplit secara massif menambah daya tekan kepada publik media sosial. Sekalipun demikian pengguna media sosial bagi sarana dakwah setidaknya memiliki kelebihan dan kekurangan dalam efektifitas mobilisasi dan pesan.

Strategi pemanfaatan sosial media sebagai media dakwah memiliki keunggulan yang sangat bagus, dengan adanya media sosial, para penggunanya dapaat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan, dalam hal ini Ustadz Hanan Attaki dapat dengan mudah menyampaikan materi dakwahnya.

Di sisi lain, pemanfaatan media dakwah memiliki kelemahan dalam menunjang dakwah Islam. Yang pertama, akses masih terbatas hanya orang-orang yang sudah mengetahui media sosial saja. Kedua, masih tergantung seberapa banyak orang yang menanggapi dakwah tersebut, dan dengan adanya berbagai kalangan, tidak semua kalangan memiliki refrensi keagamaan yang sama.

[14]Diolah dari data wawancara bersama Bunny Asfian Nurrchman. Pada tanggal 16 September 2020.

Ustadz Hanan Attaki menjadikan semua saluran media sosial sebagai alat untuk menyampaikan semua pesan-pesan dakwahnya. Popularitas Ustadz Hanan Attaki mampu membuat akun media sosialnya menjadi ramai dan mengundang banyak orang untuk melihat Vidgram dakwah beliau. Berikut ini adalah hasil dari beberapa analisis isi konten dakwah remaja yang terkandung dalam akun instagram @hanan_attaki:

1. Vidgram pertama berjudul "KURANG BAIK APALAGI?

Isi materi Vidgram yang berjudul "Kurang Baik Apa Lagi?" :

"Hidup saya kok gini-gini aja, logikanya nih kalau kita beriman hidup kita tuh sebenarnya gak gini-gini aja. Hidup kita harusnya lebih parah dari ini, hidup kita tuh harusnya banyak masalah. Cuman sebagian besar masalah sudah Allah hindarkan, sudah Allah selamatkan kita dari masalah-masalah itu. Cuman dikasih sebagian kecil, itu sebagai pengingat buat kita, kan Allah

kangen. Kadang-kadang kalau nggak dikasih masalah sama sekali kadang kita jauh sama Allah.”[4915]

Dalam Vidgram yang berjudul “Kurang Baik Apa Lagi?” Ustadz Hanan Attaki memberikan ulasan yang mudah dipahami oleh generasi mileneal untuk menjelaskan bagaimana kebaikan Allah kepada kita. Dari ulasan Vidgram diatas sedikitnya kita bisa langsung mengerti bagaimana kita harus bersyukur, yang terkadang sebagian besar dari kita lupa akan cara beryukur. Maka dari itu Ustadz Hanan Attaki memberikan pendekatan yang paling penting untuk diterapkan adalah bersyukur atas nikmat Allah, yang dimana nantinya kita akan senantiasa bisa menerima takdir Allah.

Selain tentang Vidgram yang berjudul ”Kurang Baiak Apa Lagi?” masih ada pembahasan-pembahasan materi yang bermakna yang tidak ukar untuk dipahami yang kemudian dikemas dalam bentuk Vidgram-Vidgram Ustadz Hanan Attaki, dimana semua materinya adalah cuplikan-cuplikan dari isi kajian beliau yang rutin dilakukan baik dalam kajian yang diselenggarakan oleh Gerakan Pemuda Hijrah (*Shift)*, ataupun rangkaian tour dakwah beliau didalam dan diluar Negri.

[15]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 18 September 2020.

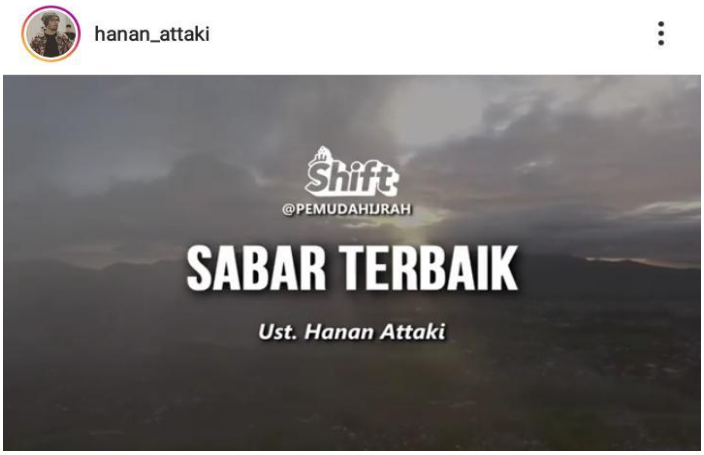
2. Vidgram ke 2 berjudul “KANGEN KARENA”

Vidgram ke-2 ini berisi “*kangen kepada orang yang banyak masalah, karena pingin ngasih solusi dalam masalahnya. Kangen kepada orang yang berbuat amal sholeh, karena pingin ngangkat drajatnya. Jadi kangennya Allah itu, untuk kita. Kangennya kita, untuk diri sendiri. Allah nggak pernah ngungkit-ungkit. Ahh... kamuma datang karena banyak dosa, bukan untuk sayakan? Nggak gitu. Memang kita datang kepada Allah pingin diampuni dosa. Emang kita datang karena kita butuh. Dan butuhnya kita kepada Allah, bentuk dari yakinnya kita. Kan suka ada yang ngomong gini, ke Allah mah gak usah banyak minta. Ngga enak, mending perbanyak ibadah aja. Emangnya Allah tuh akan berat kalau kita minta? Kan enggak, justru meminta kepada Allah itu ibadah dan Allah seneng banget dimintai sampai Allah tuh ngerasa malu kalau ada yang minta dan Allah itu nggak mengabulkan Allah malu”.*[5016]

[16]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 18 September 2020.

Dalam materi Vidgram yang berjudul “Kangen Karena” ini Ustadz Hanan Attaki membahas tentang bagaimana seseorang diberi masalah, namun di Vidgram ini terlihat dari isi yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki bahwa ketika kita mendapat masalah bukan berarti Allah membenci kita, justru ketika kita mendapatkan masalah itu mungkin saja pertanda kalau Allah Merindukan kita. Dalam Vidgram ini kita diajarkan bahwa Allah sangat senang ketika kita minta bantuan kepadanya.

3. Vidgram ke-3 berjudul “Sabar Terbaik”



Vidgram ke-3 ini berisi *“ketika orang diberikan ujian oleh Allah SWT maka manusia itu ada dua tipe, ada manusia yang berkeluh kesah ada manusia yang bersabar atas ujian. Dan orang yang bersabar ini juga bermacam-macam, ada yang sabar dengan pasrah, ada yang sabar justru dengan memperbaiki diri karena dia sadar tidak ada masalah yang menimpanya kecuali ada yang salah dalam dirinya. Tidak ada musibah menimpa dia kecuali ada sesuatu yang dia lakukan, yang mungkin bukan kebaikan yang mungkin dosa, sehingga selain bersabar dia mencoba untuk*

mengevaluasi diri, memperbaiki diri dan inilah model manusia yang sabar dan paling baik".[51]

Dalam Vidgram yang berjudul "Sabar Terbaik" ini Ustadz Hanan Attaki membahas tentang bagaimana seorang yang di uji itu bisa bersabar akan ujian Allah. Disini Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa manusia itu ada 2 tipe yaitu ada manusia yang berkeluh kesah dan ada juga manusia yang bersabar. Namun sabar manusia itu juga ada bermacam-macam, karena ada manusia yang bersabar dengan cara berpasrah dan ada juga manusia yang bersabar dengan cara lebih memperbaiki diri. Disini Utadz Hanan Attaki memberikan penekanan bahwa yang paling penting untuk diterapkan adalah bersabar dan menerima takdir Allah yang dimana nanti kita akan senangtiasa bisa menerima takdir Allah.

4. Vidgram ke-4 berjudul "Cinta Sejati"

*Vidgram ke-4 ini berisi "Kalimat "**Alam Yajidka Yatiiman Fa'aawa"** itu adalah kalimat pembuktian, seolah-olah Allah ngomong ke kita tu gini (kamu gak inget dulu ketika kamu pernah gini... gini... gini... iapa yang*

[17]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses padatanggal 18 September 2020.

nolong kamu?, emangnya kamu nggak inget ketika dulu kamu pernah terpuruk siapa yang buat kamu Survive?, ketika kamu hampir celaka siapaa yang menyelamatkan kamu?, ketika kamu gini siapa yang menolong kamu?, dan seterusnya... dan seterusnya...) Allah pengen ngingetin kita kalau kita tuh walnya gak punya apa-apa, bukan iapa-siapa, gak bermodalkan apapun, Allah yang Fa'awaa, Fahada, Fa'aaghnaa, itu terjadi kepada kehidupan kita maing-masing. Siapapun boleh meningggalkan kita, tapi Allah ngga pernah ninggalin kita. Gak ada cinta yang lebih sejati pastinya selain cinta dari Allah kepada hambanya."[5218]

Dalam materi Vidgramyng berjudul "Cinta Sejati" mungkin hampir semua *Viewers* Ustadz Hanan Attaki mengira Vidgram ini membahas tentang cinta-cintaan atau perasaan cinta dari eseorang untuk seseorang lainnya. Namun dalam Vidgram yang diposting beliau di akun Instagramnya, justru Ustadz Hanan Attaki malah memberi penyadaran dn penekanan bahwa tidak ada cinta sejati kecuali cinta dari Allah kepada seluruh makhluknya.

Dalam ulasan materi Vidgram Ustadz Hanan Attaki memberikan nuansa sejuk yang kemudian mampu menghipnotis anak muda yang melihat Vidgram tersebut merenung sejenak tentang hakikat cinta yng sesungguhnya. Dan materi tersebut mampu manjadi salah satu pembahasan yang membuat banyk anak muda, terutama kaum Hawa penasaran untuk kemudian datang dan mengikuti langsung bersama Ustadz Hanan Attaki.

[18]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 18 September 2020.

5. Vidgram ke-5 ini bejudul “LAPANG DADA”

Vidgram ke-5 ini berisi *“Gimana caranya kita bisa rela kalau pas kita berdoa minta sesuatu, Allah malah kasih kita ujian. Gimana caranya kita bisa rela kalau kita di tolak dengan alasan-alasan yang kadang-kadang gak masuk akal, padahal kita udah berjuang untuk caper-caperan habis-habisan, modalnya juga udah keluar banyak tapi ditolak, gimana caranya kita bisa rela atau lega. Seseorang yang dekatnya dengan kita tapi nikahnya sama orang lain, gimana caranya kita bisa rela? Nah ini semuanya adalah tentang “**Sharhusadr**” (berlapang dada). Berlapang dada yang paling pertama dan paling penting adalah berlapang dada terhadap ketentuan Allah. Seberapa besar lapang dada kita sehingga dada kita itu muat dengan kesalahan orang lain. Makin lapang, makin banyak kesalahan orang yang muat di dalam dada kita, gak sampai bikin nyesek.”*[5319]

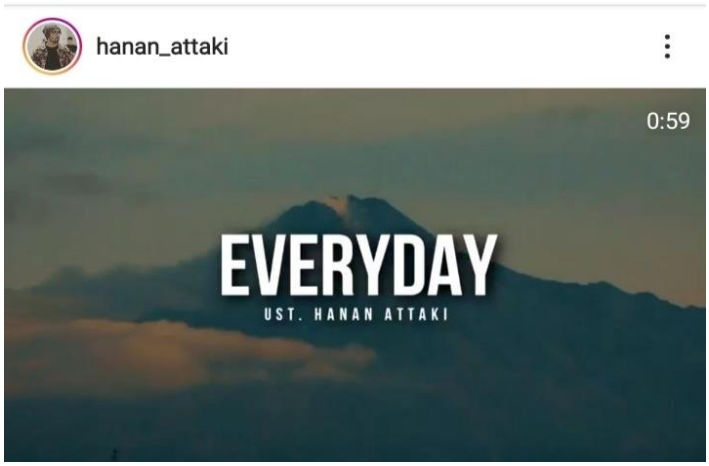
Dalam Vidgram yang berjudul “LAPANG DADA” Ustadz Hanan Attaki memberikan ulasan yang mudah dipahami oleh generasi milineal untuk menjelaskan

[19]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 18 September 2020.

apa itu sifat lapang dada, dan bagaimana cara penerapan terkecil agar kita bisa melakukan apa itu yang disebut dengan sifat lapang dada. Dari ulasan Vidgram diatas sedikitnya kita bisa langsung mengerti tentang sifat lapang dada, yang terkadang bagi sebagian besar lainnya lapang dada adalah hal yang sulit untuk dilakukan.

Maka dari itu Ustadz Hanan Attaki memberikan penekanan yang paling penting untuk di terapkan adalah ikhlas menerima takdir Allah, yang dimana nantinya kita akan senantiasa bisa menerima dan kemudian sanggup berlapang dada.

6. Vidgram ke-5 ini bejudul "EVERDAY*"*



Vidgram ke-6 ini berisi "*setiap Hari Allah itu sibuk mengampuni dosa hambanya, setiap hari Allah kasih Rezeki untuk hambanya, setiap hari Allah itu kasih solusi nolongin, dengerin doa, mengijabah doa. Semua kebaikan Allah itu berikan "everday". Setiap kasih nikmat, setiap hari kasih ampunan, setiap hari kasih pahala, setiap hari ngasih kebaikan. Malam dan siang semuanya. Cuma diantara sekian banyak waktu yang baik ada waktu yang istimewa, yang jelas tidak ada waktu yang jelek. Semua itu baik, tapi diantara yang baik itu ada yang istimewa, misalnya kayak sepertiga malam terakhir dailnya, kalau weeklynya jum'at, kaalau mounthlynya pertengahan*

> *ayyamul baidh, kalau setahunnya romadhon, gitukan. Romadhon juga itu nanti emua hari dibulan romadhon itu baik, tapi nanti ada lailatul qadr malam tertentu di sepuluh hari terakhir, yang jelas "Kulla Yaumin Huwa Fii Sya'n."*[5420]

Dalam ulasan materi Vidgram yang berjudul "EVERDAY" Ustadz Hanan Attki memberikan kean kekinian yang kemudian ternyata pribahasanya adalah tentang betapa Allah setiap hari selalu ada untuk seluruh hambanya. Makna "*Kulla Yaumin Huwa Fii Sya'n"* (etiap hri adalah ketentuan Allah) yng memberikan penyadaran pada kaum muda yang meilhat Vidgram beliau sadar terhadap rahman dan rahimnya Allah itu tidak pernah ada habinya.

Selain itu beliau juga menjelaskan bahwasanya setiap hari adalah baik, dan diantara kebaikan-kebaikan tersebut tentunya ada yang lebih baik. Mungkin disini Ustadz Hanan Attaki memberikan penjelasan singkat tentang harusnya kita selalu mencari kebaikan-kebaikan disetiap hari yang kita lalui, dan diantara kebaikan itu juga ada waktu yang diamana waktu tersebut lebih baik dibanding hari-hari baik lainnya. Hal tersebut lagi-lagi berhasil memberikan kesan yang baik untuk semua followers Hanan Attaki yang menonton semua Vidgran beliau, hal ini terbukti dari semakin banyaknya generasi muda yang mengikuti akub Instagram beliau dan juga yang datang langung di kajian-kajian langsung Ustadz Hanan Attaki.

Karena dalam konsep komunikasi ada yang disebut dengan komunikasi efektif. Komunikasi efektif adalah pertukran informasi, ide, perasaan yang menghasilkan perubahan sikap sehingga terjalin sebuah hubungan baik antara

---

[20]https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 18 September 2020.

memberi pesan dan penerima pesan. Pengukuran efektivitas dari suatu proes komunikasi dapat dilihat dari tercapainya tujuan si pengirim pesan.[5521]

Dari hasil analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram Hanan Attaki menerapkan sistem sharing baik melalui media sosial Instagram ataupun secara langsung, agar terjalin kenyamanan antara seorang pendakwah dan juga seluruh target dakwahnya. Hal ini merupakan salah satu faktor yang menjadikan Ustadz Hanan Attaki digemari oleh generasi muda terutama kaum hawa hampir di seluruh Indonesia dan juga di luar Indonesia.

Kesuksesan Ustadz Hanan Attaki dalam menananmkan pesan melalui media sosial Instagram melalui Vidgram-Vidgramnya dapat dilihat dari banyaknya *viewers* dan juga *followers* beliau di Instagram, kemudian setelah dari media sosial Instagram Ustadz Hanan Attaki menggiring semua yang menyukai materi-materi dakwahnya untuk datang mengikuti kegiatan-kegiatan kajiannya secara langsung.

Hampir dari seluruh rangkaian kajian-kajian beliau, ramai di penuhi generasi muda yang telah siap memantapkan diri dalam berhijrah, dan menimba ilmu guna meningkatkan keimanan kepada Allah secara berama-sama. Konten dakwah remaja yang diposting dalam akun Instagram Hanan Attaki kebanyakan berkaitan dengan motivasi dan rasional.Dalam hal ini Ustadz Hanan Attaki ingin memberikan pemahaman kepada segmen dakwahnya yaitu remaja dengan menggunakan diksi yang mudah dipahami sesuai dengan logika anak remaja sekarang supaya mereka lebih paham tentang Islam. Terlihat dalam setiap dakwahnya membahas seputar permasalahan remaja mulai dari permasalahan remaja seperti lupa Allah ketika bahagia, susah memaafkan orang lain, kesepian, dan lain sebagainya.

[21] https:/id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_efektif. Diakses pada tangga l1 Oktober 2020.

Maka dari itu konten dakwah remaja ini sangat cocok bagi remaja yang sedang mengalami permasalahan pada pubernya. Permasalahan pertama, pada fase kehidupan remaja, sumber indetitasnya individu yang mengatur perilaku dan peran remaja berasal dari norma sosial dan institusi yang berlaku di masyarakat. Kedua, perkembangan moral remaja berkaitan dengan peraturan-peraturan dan nilai-nilai mengenai apa yang harus dilakukan remaja dalam interaksinya dengan orang lain. Ketiga, pengaruh kelompok sebaya amat besar dalam kehidupan remaja. Mengingat sangat pentingnya remaja bagi generasi penerus bangsa dan agama.

Menurut Manheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahunan dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama.[5622]

Menurut peneliti Kupperschmit (2000) generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh yang signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.[5723]

Menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul The Lucky Few: *Betweenthe Greatest Generation and the Baby Boom,* generasi milineal adalah mereka yang lahir dalam rentan tahun 1983 sampai 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang di cetuskan oleh Karl Kannheim 1923, generasi milenial

[22]http://jurnal.stiema.ac.id/index.php/ama/article/Menurut%20Manheim%20(1952)%20generasi%20adalah,dan%20pengalaman%20historis%20yang%20sama. Diakses pada tanggal 18 September 2020.

[23]http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016Lirmanto%20Pardinate#:text=Peneliti%20menggunakan20defenisi%20generasi%20dari,tahap%20perkembangan%20yang%20kritis. Diakses pada tanggal 18 September 2020.

adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial disebut juga generasi Y. istilah itu mulai dipakai oleh editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.

Berikut adalah pengelompokan generasi menurut National Chamber Foundation:

a. Jenis generasi GI Generation

   Generasi GI Generation ini lahir pada tahun 1901-1924.

b. Jenis generasi Silent Generation

   Generasi Silent Generation ini lahir pada tahun 1925-1946.

c. Jenis generasi Baby Boom Generation

   Generasi Baby Boom Generation ini lahir pada tahun 1946-1964.

d. Jenis generasi Generation X

   Generasi Generation X ini lahir pada tahun 1965-1979.

e. Jenis generasi Millenial generation

   Generasi Millenial generation ini lahir pada tahun 1980-1999

f. Jenis generasi Millenial Z

g. Generasi Millenial Z ini lahir pada tahun 2000 sampai sekarang.

   Generasi milenial memiliki karakter unik, salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan pengguna dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Selain itu generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatife, mempunyai *passion* dan produktif.

Adapun analisis remaja menurut penulis dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki setelah melihat perkembangan remaja millennial sekarang ini diantaranya yaitu:

1. Ingin serba cepat, mudah berpindah pikiran dalam waktu singkat, serta dekat dengan media sosial.

2. Mudah terpengaruh dengan perkembangan teknologi tanpa memfilter efek yang didapatkan.
3. Lebih suka menonton video kajian dakwah melalui media sosial yang lebih mudah dilihatnya, karena dengan memegang *smartphone* semua yang diinginkan remaja akan mudah didapatkan.

Selain itu, konten dakwah remaja yang diposting oleh Ustadz Hanan Attaki tidak jarang menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat, sebagian masyarakat ada yang berpendapat bahwa dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam pemilihan diksi terlalu berlebihan sehingga akan menghilangkan makna sesungguhnya dan dianggap kurang sopan. Dalam berdakwah Ustadz Hanan Attaki juga pernah dikomentari terkait dengan ciri perempuan sholehah adalah 55kg kriteria berat badan yang ideal tersebut yang kemudian menjadi permasalahan di kalangan publik, dan orang yang berat badannya tidak ideal merasa tersinggung terutama kaum hawa.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah peneliti melakukan analisis terhadap data-data yang telah didapatkan, peneliti akan memaparkan simpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Berikut simpulan yang ditarik dari hasil penelitian:

1. Segmentasi dan kemasan dakwah Ustadz Hanan Attaki sangat erat dengan mobalitas lintasan media sosial yang dilakukan secara massif. Dakwah tersebut memang banyak mengambil pesan-pesan yang mendorong para jamaah ataupun para pengguna media social untuk lebih banyak intropeksi diri. Tema-tema yang banyak dipilih untuk dipublikasikan lebih dominannya kini persoalan Tauhid, jika dibandingkan dengan tema-tema Syariah dan Muammalah.

   Ustadz Hanan Attaki melakukan pembaharuan pemaknaan ulang kembali makna agama, dengan berusaha menyuguhkan makna spiritualitas lebih hidup dan fleksibel yang relevan dengan permasalahan ummat.

   Fungsi media social seperti Video pendek *(Vidgram)* dalam *Instagram* dapat menjadi bahan kreatif dari dakwah-dakwahUstadz HananAttaki.
2. Dari pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Instagram Hanan Attaki kebanyakan berkaitan dengan motivasi dan rasional. Dalam hal ini Ustadz Hanan Attaki ingin memberikan pemahaman kepada segmen dakwahnya yaitu remaja dengan menggunakan diksi yang mudah dipahami sesuai dengan logika anak remaja sekarang supaya mereka lebih paham tentang Islam. Terlihat dalam setiap dakwahnya membahas seputar

permasalahan remaja mulai dari permasalahan remaja seperti lupa Allah ketika bahagia, susah memaafkan orang lain, kesepian, dan lain sebagainya.

Maka dari itu konten dakwah remaja ini sangat cocok bagi remaja yang sedang mengalami permasalahan pada pubernya. Permasalahan pertama, pada fase kehidupan remaja, sumber identitasnya individu yang mengatur perilaku dan peran remaja berasal dari norma sosial dan institusi yang berlaku di masyarakat. Kedua, perkembangan moral remaja berkaitan dengan peraturan-peraturan dan nilai-nilai mengenai apa yang harus dilakukan remaja dalam interaksinya dengan orang lain. Ketiga, pengaruh kelompok sebaya amat besar dalam kehidupan remaja. Mengingat sangat pentingnya remaja bagi generasi penerus bangsa dan agama.

B. Saran

Adapun beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pembuatan konten dakwah harus banyak menanggapi persoalan yang baru tidak hanya dalam hal Tauhid. Hal ini sebagai pendidikan juga bagi pemahaman audiens dakwah.
2. Perlu memberikan pemahaman kembali bagaimana dakwah media sosial dengan memberikan seri-seri tentang satu tema didasarkan kepada kajian mendalam, yang dikemas dengan penyampaian yang mudah dipahami.
3. Bagi remaja biasa menjadi motivasi diri untuk terus bisa berbuat baik, dengan cara memahami dan mengamalkan yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki supaya generasi muda lebih baik lagi akhlaqnya.

DAFTAR RUJUKAN

Adams dan Mulford, Lewis. *World University Dictionary*. Washington DC: Publisher Company Inc, 1965.

Al-Qthani, Said Ali Wahanif. *Dakwah Islam Dakwah Bijak.* Jakarta: Gema Insani Press, 1994.

Amirin, Tatang M. *Menyusun Rencana Penelitian.* Cet. III; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999.

Amrullah, Ahmad. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial.* Yogyakarta: PLP2M, 1983.

Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nashori. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problema-Problema Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994.

Asfian Nurrachman, Bunny. *Wawancara.* pada tanggal 16 September 2020.

Aziz, Ali. *ilmu Dakwah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.

Basit, Abdul. *Dakwah Remaja Kajian Remaja Dan Institusi Dakwah Remaja*. Purwokerto,Stain Press:Cetakan Pertama2011.

David, Fred R. *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition.* New Jersy: Pearson Education Inc, 2007.

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2011.

F. D, David. *Perceived Usefulnesss. Pereceived Ease Of Ue, and Ussers Acceptance of Information Technology.* MIS Quarterly, 1989. Vol. XIII.

Hakim, Lukman. *Komunikasi Dakwah.* Surabaya: IAIN Sunan Ampel Pres, 2013.

[1]https://id.m.wikipedia.org/wiki/Hanan_Attaki. Di akses pada tanggal 22 Februari 2020.

http://digilib.uinsgd.ac.id/12111/. Diakses pada tanggal 16 Juli 2020.

http://jurnal.stiema.ac.id/index.php/ama/article/Menurut%20Manheim%20(1952)%20generasi%20adalah,dan%20pengalaman%20historis%20yang%20saa. Diakses pada tanggal 18 September 2020.

http://kelompok4kpia.blogspot.com/2018/11/macam-macam-model-pendekatan-dakwah.html/m=1. Di akses 15 Juli 2020.

http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-06/S56254-Lirmanto%20Pardinate#:-:text=Peneliti%20menggunakan%20defenisi%20generasi%20dari,tahap%20perkembangan%20yang%20kritis. Diakses pada tanggal 18 September 2020.

http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42476/1/ANIS%20FITRIANI-FDK.pdf. Diakses pada tanggal 16 Juli 2020.

https://alvara-strategic.com/generasi-millennial-indonesia-tantangan-dan-peluang-pemuda-indonesia. Diakses pada 21 September 2020.

https://darniahbongas.wordpress.com/2010/07/03/pendekatan-sosiologi-salah-satu-alat-untuk-memahami-agama/. Diakses 15 Juli 2020.

https://instagram.com/hanan_attaki?igshid=egooszu6b5bs, Diakses pada tanggal 19 Juni 2020.

https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0, Diakses pada tanggal 30 Juni 2020.

https://www.dosenpendidikan.co.id/remaja, Di akses pada tanggal 16 Juni 2020.

https:/id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_efektif. Diakses pada tangga l1 Oktober 2020.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan pertama 2010.

Ismail, Ilyas dan Hotman, Prio. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam.* Jakarta: Kencana Pernada Media Group, 2011.

Mustofa. *Prinsip-prinsip Dakwah via Media Sosial"*. dalam APLIKASI: *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agaman.* Vol. 16.

Oliver, Sandra. *Public Relation Strategy.* London: Arrangement with KOGAN PAGE LTD 2001.

P. R, Smith dan Zook, Z. *Marketing Communications: Integrating Offline and* Online with Social Media, 5th ed. London: Kogan Page Limited, 2011.

Pimay dan Awaludin. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri.* Semarang: Resail, 2005.

Pupta, Yesi. "Pemanfaataan New Media dalam Memudahkan Komunikasi". *Jurnal Pekommas.* Vol 18 No. 3, Desember, 2019.

Puspita Sari, Meutia. *"Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiwaa Fisip Universitas Riau"* JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017.

Putri, Astrid Rahadiana. "Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Capai 61 Juta" dalam https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-capai-61-juta-1sVVLzdQO0, 30 Juni 2020.

Rochmah, Elfi Yuliana. *Psikologi Perkembangan.* Yogyakarta: teras, 2005.

Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi: Perspektif Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rinena Cipta, 2009.

Setiasih. Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. Jurnal Psikologi Ulayat. Vol. II, No. II. Fakultas Psikoogi Universitas Surabaya, Desember 2015.

Shaleh, Abd. Rosyad. *Managemen Dakwah Islam.* Jakarta: Bulan Bintang, 1987.

Shihab, Alwi. *Islam Inklusif.* Bandung: Mizan, 1998.

Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah.* Jakarta: Kencana, 2016.

Usman, Husaini dan Setiady, Akbar Purnomo. *Metodologi Penelitian Social*. Jakarta, 2000.

Vardiansyah, Dani. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.

Wicaksono, M. Arif. Pengaruh Media Sosial @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal FISIP* Volume. 4. No.2 Oktober 2017. Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau.

www.eastspiring.com. Diakses pada tanggal 21 September 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Riwayat Hidup Hanan Attaki

Nama : Tengku Hanan Attaki

Lahir : Aceh, 31 Desember 1981

Agama : Islam

Anak : Maryam, Aisyah dan Yahya

Profesi : Penceramah

Biografi dan Profil Ustadz Hanan Attaki

Kajian-kajian atau topik ceramah yang dibawa Ustadz Hanan Attaki sangat mudah di mengerti dan ringan sehingga banyak masyarakat khususnya anak muda.

Masa Kecil

Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Ia memiliki 6 orang saudara dimana ia adalah anak kelima. Sejak masih anak-anak, Hanan Attaki sudah dekat dengan al-Qur'an.

Dikenal cerdas saat masih duduk disekolah dasar sehingga ia kemudian mendapat beasiswa untuk pendidikannya. Beberapa kali Hanan Attaki menjuarai Musabaqah Tilawatil Quran didaerahnya hadiahnya berupa televisi dan juga sepeda. Untuk sepeda ia pergunakan untuk berangkat ke sekolah.

Setelah selesai menamatkan pendidikannya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, beliau mendapat beasiswa ke universitas Al Azhar, Kairo, Mesir karena prestasinya dalam hal tilawatil Quran.

Kuliah di Al Azhar, Mesir

Di Al Azhar, Hanan Attaki kuliah Fakultas Ushuluddin dengan mengambil jurusan Tafsir al-Qur'an. Sewaktu kuliah di Kairo Mesir, Hanan Attaki bergabung dalam kelompok studi al-Qur'an dan ilmu-ilmu Islam dan menjadi pemimpin redaksi dari buletin 'Salsabila' yang dipimpin oleh beberapa tokoh Ikhwanul Muslimin Mesir.

Untuk mencukupi kebutuhan hidupnya selama kuliah di Mesir, Hanan Attaki mencoba banyak bisnis, mulai dari cetaring, berjualan bakso, hingga sebagai ‘joki’ Hajar Aswad saat musim Haji tiba dengan modal nekat.

Disini pula Hanan Attaki bertemu dengan jodohnya. Istri Hanan Attaki bernama Haneen Akira. Mereka berdua menikah disaat sama-sama menempuh pendidikan di Al Azhar, Kairo Mesir. Dari pernikahannya dengan Ustadzah Haneen Akira, Hanan Attaki mempunyai tiga orang anak bernama Maryam, Aisyah dan Yahya.

Qori Terbaik

Di tahun 2004, Hanan Attaki menamatkan kuliahnya di Al Azhar, Kairo Mesir dan mendapat gelar Lc (License). Di tahun 2005, ia sempat terpilih sebagai qori terbaik Fajar TV, Kairo dan mengisi acara tilawah di channel Fajar Tv dan Iqro Tv.

Setelah menematkan pendidikannya di Mesir, Hanan Attaki kemudian kembali ke Indonesia dan tinggal di kota Bandung. Disini ia tinggal bersama dengan istri dan anaknya yang bernama Aisyah.

Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah

Di Bandung, Hanan Attaki bekerja sebagai pengajar SQT Habiburrahman an Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Quran Salman di ITB.

Di kota Bandung pula Hanan Attaki mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah pada bulan Maret 2015 yang kemudian menjadi saluran dakwahnya. Pemuda Hijrah memiliki akun di Instagram, Facebook serta Twitter.

Aktif Mengisi Kaian keislaman

Selain menjadi founder pemuda hijrah dan mengajar di berbagai tempat.Ustadzah Hanan attaki kerap mengisi kajian mengenai Islam di Masjid Trans Studio Bandung.

Disini jamaahnya banyak di ikuti oleh para pemuda sebab kajiannya yang ia bawakan menarik dan penyampaiannya pun mudah di mengerti.

Konten Dakwah Hanan Attaki Dalam Akun Instagram

1. Dari konten pertama ini menjelaskan bahwa tips buat kalian para remaja yang ingin hijrah yaitu dengan cara serahkan keputusan calon mertua kepada sang pemilik hati.

2. Dari konten ke-2 ini menjelaskan berakadlah dengan Allah, bilang “apa yang di sisi Allah lebih baik”. Jangan cuman berakad dengan manusia, karena itu bisa menyebabkan kekecewaan.

3. Dari konten ke-3 ini menjelaskan bahwa sabarlah dalam meladeni pertanya-pertanyaan menjebak dari calon mertua yang cerdas. Mungkin jawaban kamu salah semua, tapi kesabaran kamulah yang membuat dia takjub.

4. Dalam konten ke-4 ini menjelaskan bahwa pintu kebahagian, kesuksesan, dan keuntungan itu adalah di telapak tangan ayah bunda kita. Cium tangannya sesering mungkin. Setelah panggilan Allah, jadikan panggilan orang tua sebagai "azan" yang kita datangkan segera mungkin. Jangan reject telponnya, jangan potong pembicaraannya, jangan duduk di tempat duduknya, hormati dia seperti raja kita, maka Allah akan mendatangkan banyak berkah dalam hidup kita.

5. Di konten ke-5 ini menjelaskan bahwa jika ingin menaklukkan hati seseorang, minta tolonglah ke sang pemilik hati. Karena, Allah itu maha membolak-balikkan hati.

6. Di konten ke-6 ini menjelaskan bahwa bagaimana caranya kita bisa rela kalau pas kita berdoa minta sesuatu, Allah malah kasih kita ujian. Bagaimana caranya kita bisa rela kalau kita di tolak dengan alasan-alasan yang kadang-kadang tidak masuk akal, padahal kita sudah berjuang untuk cari perhatian habis-habisan, modalnya juga sudah keluar banyak tapi ditolak, bagaimana caranya kita bisa rela, lega dan berlapang dada.

7. Konten ke-7 ini menjelaskan bahwa setiap hari Allah itu sibuk mengampuni dosa hambanya. Setiap hari Allah kasih Rezeki untuk hambanya, setiap hari Allah itu kasih solusi nolongin, dengarkan doa, mengijabah doa. Semua kebaikan itu Allah berikan "everday" setiap hari kasih nikmat, setiap hari ampunan, setiap hari kasih pahala, setiap hari ngasih kebaikan.

8. Konten ke-8 ini menjelaskan bahwa jika kita mau jadi seseorang hamba yang biasa-biasa saja, yang standar, atau mau menjadi hamba yang istimewa dimata Allah. Belajar cara mendapatkan cinta, salah satunya dengan meminta kepada Allah, karena cinta adalah hadiah dari Allah. Minta kepada Allah tanamkan cinta itu pelan-pelan di dalam hati kita, nanti kita akan merasakan iman itu manis rasanya. Beramal sholeh itu indah, sebagaimana yang sebagian kita sudah rasakan sekarang, seperti mencari ilmu itu indah.

9. Konten ke-9 ini menjelaskan bahwa menyerahkan hidup kepada Allah itu berarti yakin kalau dialah yang terbaik dalam mengurus kita. Jadi pasrah dan menerima segalanya tanpa perlu was-was. Adakah yang lebih baik dalam mengurus seorang bayi daripada ibunya sendiri? Maka, adakah yang lebih baik mengurus hidup seorang hamba daripada penciptanya sendiri?

10. Konten ke-10 menjelaskan bahwa rendehkanlah dirimu di hadapan mereka. Jadilah seperti pelayan untuk mereka. Jangan potong pembicaraan mereka. Tersenyumlah selalu kepadanya, sabarlah dalam memperlakukannya. Orang tua adalah pintu surga, rendah diri adalah kunci masuk pintu itu.

RIWAYAT HIDUP

Penulis yang diberikan nama lengkap Andi Siska, dengan NIM.03.16.2022, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD), prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) kelompok I (satu), lahir di Watampone pada tanggal 14 Juni 1996, penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Andi Ansar dan Janna. Menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Negri 6 Watampone pada tahun 2010, menengah pertama di SMPN 4 Watmpone pada tahun 2013, menengah atas di SMAN 4 Watampone sekarang berganti menjadi SMAN 13 Bone pada jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) pada tahun 2016, pendidikan strata satu (S1) ditempuh di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone (2020).

Pengalaman organisasi sejak memasuki dunia perkuliahan dimulai dengan ikut sertanya penulis Musyawarah Himpunan Mahasiswa Jurusan (M-HMJ) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone, Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HMPS KPI), dan Federasi Olahraga (FORSA) IAIN Bone.