



Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah

Ismiati^{1*}, Sofiatin² & Luluk Fikri Zuhriyah³

¹²³UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

*b01219021@student.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah mengkaji desain dakwah millennial Ustadz Hanan Attaki dalam sebuah akun media sosial Instagram dengan nama @ayah_amanah, seperti strategi dakwah, metode penyampaian, target mad'u, dan pilihan pesan yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, serta pendalaman data dengan metode observasi, wawancara, dan analisis konten sosial media. Hasil Penelitian menggambarkan bahwa Ustadz Hanan Attaki dalam media sosial Instagram @ayah_amanah ini berdakwah secara langsung dari kota ke kota yang kemudian di dokumentasikan dan diunggah melalui akun Instagram @ayah_amanah. Untuk strategi dakwah yang digunakan Ustadz Hanan Attaki yaitu dakwah persuasif dan sentimental, yakni berdakwah dengan cara memikat hati para mad'u, dibuktikan dengan pesan-pesan dan tema yang dipilih dalam kajiannya ringan, mudah dipahami, menggunakan bahasa millennial, dan dianggap sesuai dengan kondisi target dakwahnya yaitu anak-anak muda. Implikasi dalam penelitian ini ialah memberikan referensi berdakwah dengan cara terbaru dan mengikuti perkembangan digital, dakwah yang di desain fleksibel, santai, dan kreatif.

Kata Kunci: Desain dakwah; instagram; Hanan Attaki; millennial.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the design of millennial da'wah Ustadz Hanan Attaki in an Instagram social media account under the name @ayah_amanah, such as da'wah strategies, delivery methods, mad'u targets, and message choices conveyed by Ustadz Hanan Attaki. Using a descriptive qualitative research approach, as well as data deepening with observation, interview, and social media content analysis methods. The results of the research illustrate that Ustadz Hanan Attaki in this @ayah_amanah Instagram social media preaches directly from city to city which is then documented and uploaded through @ayah_amanah Instagram account. For the da'wah strategy used by Ustadz Hanan Attaki, namely persuasive and sentimental da'wah, namely preaching by captivating the hearts of mad'u, as evidenced by the messages and themes chosen in his study are light, easy to understand, use millennial language, and are considered in accordance with the condition of the target da'wah, namely young people. The implication in this study is to provide a reference for da'wah in the latest way and follow digital developments, da'wah is designed to be flexible, relaxed, and creative.

Keywords : Da'wah design; instagram; Hanan Attaki; millennial.

PENDAHULUAN

Para pemuda di era millennial saat ini memiliki minat terhadap dunia dakwah yang di desain dengan cara yang fleksibel, santai, dan kreatif. Begitu pula dengan para pendakwahnya, bukan hanya melakukan dakwah dari masjid ke masjid, musholla, dan lembaga pengajian saja, tetapi juga penting untuk mengikuti era millennial seperti berdakwah juga bisa melalui media sosial. Tujuannya adalah untuk penyebaran dakwah yang lebih luas dan dapat bersaing di era yang serba digital seperti saat ini.

Munculnya media baru dalam berdakwah yakni melalui media sosial yang beragam macamnya, seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Telegram, dan media sosial lainnya yang dapat dimanfaatkan menjadi media penyampaian pesan dakwah Islam dengan metode lebih praktis, dapat dijangkau dimana saja, dan kapan saja. Terutama untuk anak-anak muda millennial yang di setiap kegiatannya selalu berkaitan dengan media sosial.

Media sosial itu sendiri adalah alat komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi, yang dianggap juga sebagai sebuah platform di mana pengguna bisa membagikan sebuah konten (Ishanan, 2017). Media sosial ialah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya dapat saling terhubung melalui undangan teman atau kolega yang mempunyai akses untuk mengunjungi profil mereka serta saling membangun sebuah hubungan baru. Salah satu sosial media yang sering dipakai pada kalangan masyarakat saat ini ialah Instagram (Isnaini, 2018).

Instagram memiliki 2.000.000.000 (2 miliar) orang yang aktif sebagai pengguna di setiap bulannya. Hingga kemudian Instagram dijadikan sebagai platform media sosial dengan pengguna paling banyak di dunia. Instagram lebih dominan digunakan oleh kaum anak muda millennial dikarenakan fitur-fitur yang visualnya bagus, cocok untuk mengabadikan konten-konten multimedia, ditambah lagi dengan kemampuan Instagram untuk terus memperbarui fitur yang bisa digunakan, sehingga hal ini dapat menjadi menarik untuk digunakan (Sikumbang et al., 2024).

Instagram di zaman yang modern ini banyak diminati oleh tiap-tiap kalangan, baik dari anak-anak, remaja sampai dengan orang tua. Instagram memberikan banyak kemudahan kepada masyarakat dalam berbagi segala hal. Hal ini membuat Instagram menjadi tempat untuk saling bertukar ilmu atau *sharing* informasi. Sehingga membuat para pengguna mendapatkan banyak informasi termasuk bidang dakwah dengan cara mengikuti atau follow akun dakwah tersebut (Isnaini, 2018).

Instagram dapat menjadi tempat berdakwah bagi para da'i, baik dengan cara mengunggah video maupun foto dengan menggunakan caption sebagai pendukung agar mudah di pahami. Sehingga dapat memberikan mad'u pemahaman yang lebih mudah untuk mendengar dan melihat nasihat dakwah yang

diberikan lewat tayangan video atau foto yang diunggah pada Instagram. Hal ini yang menjadikan dakwah di era millennial menjadi dinamis, terjadi perubahan besar mulai dari mudahnya orang-orang untuk mendapatkan konten dakwah hingga dengan pilihan dari cara dakwah yang disampaikan oleh para pendakwah (da'i) yang mereka sukai (Deslima, 2020).

Dakwah dapat didefinisikan sebagai langkah-langkah penyampaian atau transmisi ajaran agama Islam dari seorang pendakwah sebagai subjek kepada penerima dakwah sebagai objek agar bisa bersikap dan bertingkah laku sesuai ajaran agama yang diterimanya (Parhan & Alifa, 2020). Dakwah pertama kali dilakukan dengan menggunakan metode *bil-lisan* (perkataan) yaitu dengan menggunakan lisan untuk menyampaikan suatu pesan dakwah kepada mad'u agar lebih mudah memahami isi suatu pesan dakwah yang disampaiannya. Kemudian ada pula metode *bil-kalam* ialah sebuah cara menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan, dan ada pula metode dakwah *bil-hal* yang mana dakwah disampaikan melalui perbuatan yang dilakukan oleh pendakwah (da'i) (Rustandi & Hendrawan, 2022).

Dalam sebuah penelitian yang ditulis oleh Abdul Salam, 2020, dengan judul "Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)." Membahas tentang pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media *Youtube* Pemuda Hijrah, yang banyak di minati oleh kaum anak muda (Salam et al., 2020). Selanjutnya dalam penelitian yang ditulis Khoiru Nisa (2023) dengan judul "Peran Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan Efektivitasnya sebagai Media Dakwah Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik." Membahas tentang Efektivitas dakwahnya, dengan menggunakan teori ini dinilai sangat efektif karena pesan yang disampaikan mudah diterima, sebab tema yang diangkat selalu *relate* dengan permasalahan anak-anak muda, serta bisa di jangkau kapan saja dan dimana saja (Nisa et al., 2023).

Seperti halnya yang peneliti temukan dalam sebuah media sosial Instagram, dalam akun bernama @ayah_amanah yang merupakan sebuah *Event Organizer* (EO) yang akhir-akhir ini melakukan kolaborasi dengan Ustadz Millennial dan terkenal di semua kalangan terutama bagi anak muda yaitu Ustadz Hanan Attaki, dengan menggunakan tema-tema millennial seperti "Gwenchanayo" yang merupakan bahasa asal korea yang sempat viral dikalangan anak muda dengan arti (aku ngga apa-apa), lalu ada pula tema "Uncertainty (Mencari Solusi Ketika hidup lagi capek-capeknya)", " Hilang Untuk Healing" dan banyak lagi tema-tema millennial lainnya yang menarik kalangan anak muda untuk datang ke kajian Ustadz Hanan Attaki.

Dalam akun Instagram @ayah_amanah ini juga di unggah dokumentasi kegiatan pengajian yang dipimpin oleh Ustadz Hanan Attaki sebagai *quesstar* nya dan diikuti dengan ustadz millennial seperti, Ustadz Agam Fachrul, Ustadz Husain

Basyaiban, dan yang lainnya sebagai tokoh dakwah kedua setelah Ustadz Hanan Attaki.

Selain itu, para selebriti muda millennial juga dijadikan sebagai moderatornya seperti Una, Clara Shinta, Nadzhira Shafa, Anselma Putri, dan lainnya. Tidak hanya itu, bahkan yang datang dalam kegiatan ini bukan hanya anak muda biasa pada umumnya, tetapi juga berasal dari kalangan selebriti muda, para *conten creator* seperti Rey Mbayang, Dinda Hauw, Anisa Rahma, Natta Reza, Syifa Hadju, Ira Nandha, Asila Maisa, dan masih banyak lainnya. Dokumentasi yang diberikan ada yang berupa foto, video dakwah dan sesi tanya jawab dengan para peserta, panitia, bahkan pembicara, serta penggalan pesan dakwah yang diringkas menjadi video *reels*. Hal ini yang dapat menjadi pembeda, dan menarik anak muda untuk ingin hadir dan mendaftar di kegiatan pengajian bersama Ustadz Hanan Attaki.

Pelaksanaan dakwahnya juga tidak digelar di masjid atau tempat ibadah lainnya, namun dilaksanakan di sebuah gedung pertemuan/ *ballroom* hotel di setiap kota yang dikunjungi. Rumor nya hal ini dilakukan agar para mad'u yang belum menganggap dirinya pantas memasuki masjid (rumah Allah) juga turut hadir di acara pengajian ini. Seperti waktu acara diadakan di Surabaya, pengajian di gelar di Dyandra Convention Center Surabaya, lalu malang, tepatnya di Ballroom HARRIS Hotel & Conventions Malang.

Oleh karena itu, menarik untuk dibahas sebuah desain dakwah yang baru dan belum diterapkan oleh Ustadz Millennial lainnya. Dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dimuat dalam akun Instagram @ayah_amanah ini sebagai bentuk pembaruan metode dakwah yang bisa digunakan dalam era millennial ini, begitu juga pesan dakwah yang disampaikan, bahkan bagaimana strategi pelaksanaannya.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta analisis deskriptif sebagai metode yang digunakan (Moleong, 2013). Pendekatan penelitian kualitatif ini dipilih untuk digunakan agar dapat memberikan penjabaran yang relevan dengan proses terjadinya komunikasi persuasif oleh Ustadz Hanan Attaki yang di promosikan dalam akun Instagram @ayah_amanah ketika menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Penelitian ini dimulai dengan observasi dan wawancara dalam memenuhi kebutuhan mengumpulkan data dari sumber yang relevan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi, kemudian diperkuat dengan sumber-sumber pustaka baik berupa buku ataupun jurnal sebagai referensi tambahan. Dilakukan juga logika induktif untuk kebutuhan analisis data, sehingga hasil penelitiannya berupa kata-kata deskriptif tentang realitas yang diteliti (Sugiyono, 2017). Selanjutnya tahap mereduksi data dan menarik kesimpulan. Pengumpulan data utama dalam penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ustadz Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 (43 tahun/2024) dengan nama lengkap Teuku Hanan Attaki. Ia merupakan anak ke 5 dari 6 orang bersaudara. Sejak kecil Hanan Attaki sudah dekat dan gemar dengan Al-Qur'an, dikenal cerdas mulai dari bangku sekolah dan sering menjuarai Musabaqah Tilawatil Qur'an di daerahnya.

Pendidikan Hanan Attaki yaitu di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh pada tahun 2000, hingga kemudian mendapat beasiswa dan melanjutkan studi di Universitas Al Azhar, Kairo, Mesir, karena prestasinya dalam hal Tilawatil Qur'an. Hanan Attaki memilih jurusan Tafsir Al-Qur'an Fakultas Ushuluddin. Kemudian, pada tahun 2004 Hanan Attaki mendapatkan gelar licence (Lc.) Prestasinya pun di masa itu ialah pernah terpilih sebagai Qori terbaik di Fajar TV, sekaligus menjadi pengisi acara tilawah di channel Iqro TV dan Fajar TV.

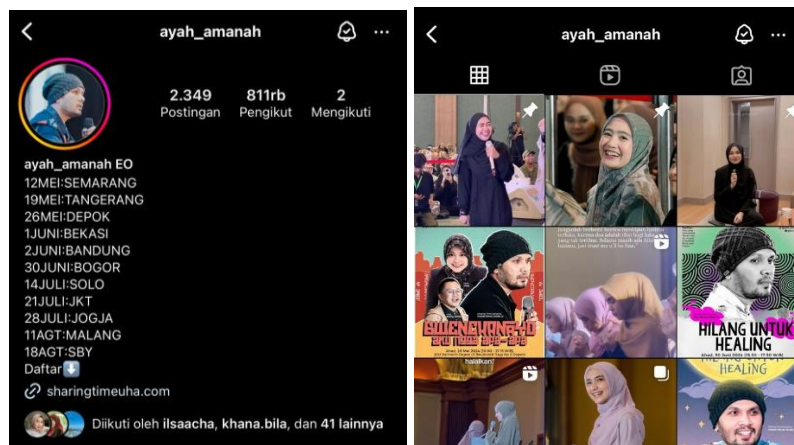
Setelah itu, Hanan Attaki dan keluarga pulang ke Bandung dan bekerja sebagai pengajar SQT (Sekolah Qur'an Tahfidz) Habiburrahman dan Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Qur'an Salman di ITB (Institut Teknologi Bandung). Lalu pada tahun 2015, di Kota Bandung pula Hanan Attaki mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah yang kemudian menjadi saluran dakwahnya yang ada di media sosial, baik itu melalui Instagram dan Youtube dengan nama akun @Shiftmedia.id (Pemuda Hijrah). Melalui media ini, Hanan Attaki merangkul anak-anak muda dalam kegiatan dakwahnya.

Fakta menarik dari Hanan Attaki ialah suaranya yang lembut dan merdu serta khas, yang dapat meluluhkan hati pendengarnya. Seperti membaca ayat Al-Qur'an saat menjadi Imam Shala atau ketika membacakan ayat ketika berdakwah yang membuat para pendengarnya merasa tenang. Selain itu, gaya berpakaian Hanan Attaki lebih terlihat modis dan millennial, berbeda dengan para penceramah pada umumnya yg biasanya menggunakan sarung, jubah, surban, dan yang lainnya, namun Hanan Attaki memilih berpenampilan gaul seperti anak muda dengan menggunakan celana, baju kemeja kotak-kotak, dan cupluk. Agar para muda-mudi dapat menganggapnya sebagai teman, dan bukan untuk menggurui (Salam et al., 2020).

Hanan Attaki juga mempelajari hobi-hobi yang disukai anak-anak muda seperti touring, skateboard, parkour, BMX, ngopi, dan gaya-gaya kebiasaan anak muda pada umumnya, agar bisa bergaul dengan para anak muda, hingga akhirnya mengajak anak-anak muda ke pengajiannya untuk berdakwah melalui pemuda hijrah (Salam et al., 2020). Selain fokusnya mengembangkan media sosial pemuda hijrah, Hanan Attaki juga tetap mengisi dan menghadiri undangan-undangan sebagai penceramah dari satu kota ke kota lainnya. Seperti halnya yang baru-baru ini di temukan dalam akun Instagram @ayah_amanah dimana program kegiatannya adalah kajian yg di selenggarakan di beberapa kota di Indonesia.

Kegiatannya pun diminati banyak orang yang di dominasi oleh anak muda millennial yang sedang mempunyai gundah gulana dan kegalauan di masa mudanya, baik itu tentang perasaannya, karir dan pendidikannya, serta masa depannya.

Akun Instagram @ayah_amanah ini dibuat pada tanggal 26 September 2017, dan baru menggait kegiatan Bersama Ustadz Hanan Attaki pada tanggal 25 Februari 2018 hingga sekarang. Kegiatan dakwah dilakukan rutin setiap dua bulan sekali di setiap kotanya. Sekarang, akun Instagram @ayah_amanah sudah memiliki 811.000 followers, dan 2349 postingan dan masih terus bertambah di setiap harinya.



Sumber: Screenshoot profil Instagram @ayah_amanah

Gambar 1.

Profil Instagram @ayah_amanah memuat dokumentasi-dokumentasi kegiatan dakwah, dengan jumlah postingan dan pengikut yang tinggi

Pengikutnya di dominasi oleh para muda-mudi usia 15-40 tahun, dan postingannya diisi dengan dokumentasi-dokumentasi kegiatan dakwah dan penggalan-penggalan video ceramah Ustadz Hanan Attaki. Serta menariknya lagi, belum ada penelitian tentang dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media dakwah Instagram @ayah_amanah.

Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram @ayah_amanah

Metode Dakwah merupakan cara-cara agar dakwah dapat tersampaikan dengan baik, dilakukan oleh kelompok ataupun individu, bahkan masyarakat secara luas agar pesan-pesan dakwah dapat mudah dipahami dengan baik. Metode dakwah seharusnya dirancang dengan tepat serta menyesuaikan dengan latar belakang

kondisi dan situasi penerima pesan dakwah atau mad'u (Fatoni & Rais, 2018; Prianto, 2023).

Hasanuddin dalam salah satu bukunya yang berjudul “Metode Dakwah” menyatakan bahwa metode berasal dari bahasa Yunani, yaitu *methodos* yang memiliki arti jalan. Dalam bahasa Arab dikenal dengan sebutan *tariq*. Dapat diartikan metode sebagai cara-cara penyampaian pesan yang telah diatur dengan proses pemikiran panjang dengan tujuan mencapai sesuatu. (Rahmatullah, 2016)

Kemudian, Abd al-Arim juga berpendapat bahwa metode dakwah merupakan sebuah ilmu yang mengikat dengan cara menyampaikan pesan dakwah langsung serta mengatasi segala macam bentuk kendalanya. Metode dakwah dianggap sebagai suatu proses dan cara untuk menyampaikan pesan dakwah, disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u (Handaru, 2021).

Tujuan dari adanya metode dakwah ini ialah sebagai bentuk pemberian cara agar lebih mudah, terarah, dan serasi antara pembawa pesan dakwah dengan penerima pesan dakwah, sering ditemukan pula bukti bahwa metode yang kurang tepat dapat menyebabkan kurang sempurnanya aktivitas dakwah. begitu pula jika metode yang digunakan sudah pas dan sesuai, pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh mad'u. maka aktivitas dakwah dapat dikatakan berjalan dengan lancar (Rahmatullah, 2016). Di era millennial seperti sekarang ini, metode dakwah atau cara berdakwah melalui media sosial sedang ramai menjadi tontonan, terutama untuk kaum anak muda yang segala kebutuhannya didapatkan dengan menggunakan *smartphone*, maka muncullah para da'i-da'i muda yang turut menyebarkan dakwah melalui konten-konten menarik di media sosial seperti yang lagi ramai digunakan saat ini ialah Instagram (Rizqy et al., 2023).

Satu akun Instagram yang peneliti temukan yaitu @ayah_amanah, yang merupakan sebuah *event organizer* yang menyediakan kajian dakwah dengan *tageline* “sharing time” bersama Ustadz Hanan Attaki. Dalam media ini diadakan jadwal kajian di beberapa kota yang dilakukan dengan cara berkelanjutan seperti dua sampai tiga bulan sekali. Daerah yang menjadi tujuan dakwah bertempat di kota Surabaya, Malang, Bandung, Tangerang, Yogyakarta, Jakarta, Semarang, Bekasi, dan masih banyak kota lainnya. Metode Dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam media Instagram @ayah_amanah ialah melalui dua cara, yang pertama dakwah secara langsung, dakwah melalui sosial media. Berikut untuk penjabarannya:

Dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dilakukan secara langsung, dari kota ke kota, masjid ke masjid, dan dari tempat satu ke tempat lainnya. Ustadz Hanan Attaki menggunakan Strategi Dakwah melalui hati. Yakni penyampaian pesan melalui tindakan dan ucapan yang halus dan menyentuh hati, pesan yang disampaikan juga menggunakan bahasa yang disederhanakan menjadi bahasa anak muda millennial. Pelaksanannya pun juga dilakukan secara interaktif, ada sesi

penyampaian materi dan sesi tanya tanya jawab. Seperti halnya yang ada dalam suatu video *reels* yang di unggah di Instagram @ayah_amanah, ketika salah satu peserta menyampaikan pertanyaan sekaligus curhat ke ustadz hanan attaki tentang kegelisahannya dalam hal perasaan. Tentang kekhawatirannya dalam memperjuangkan masa depan, dan masih ada banyak variasi pertanyaan lainnya.

Seperti pertanyaan yang disampaikan oleh Jul ketika sharing time di Kota Malang yaitu “jika kita menyukai dua orang sekaligus, bolehkan kita mendoakan agar bisa berjodoh dengan salah satunya? Dan bagaimana cara terbaik untuk memilihnya?” dan jawaban Ustadz Hanan Attaki ialah, “boleh-boleh saja kita berdoa kepada Allah, minta lah dan pilihkanlah yang terbaik dari keduanya, tapi kita harus yakin dan berlapang dada atas hasil akhirnya, karena prinsipnya, Allah akan memberikan kepada kita apa yang kita mau, atau jauh lebih baik dari yang kita mau”.

Selanjutnya dakwah yang dilakukan melalui media sosial, ialah dakwah dalam suatu video pendek yang membahas satu tema, kemudian dikemas menjadi sebuah konten *reels* Instagram yang berisi tentang cuplikan-cuplikan pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki atau bahkan sekedar Kumpulan video-video pendek yang disatukan menjadi video dokumentasi. Dakwah di media sosial ini dilakukan dengan satu arah, atau tidak ada interaksi langsung dengan mad'u. Biasanya Mad'u memberikan feedbacknya melalui *like*, komentar, atau bahkan membantu *share* konten dakwahnya melalui *story*.

Seperti kegiatan dakwah Ustadz Hanan Attaki Bersama EO Instagram @ayah_amanah. Dimana di kegiatannya yang dilakukan secara langsung, yang diberikan runtutan *rundown* acara yang asik dan seru, dengan Moderator satu yaitu Bunny selaku asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki ditemani oleh selebriti perempuan sebagai moderator kedua, seperti Una, Nadzira Saffa, Clara Shinta, Febby Rastanty, Abun Sungkar, Nashwa Zahra, dan lainnya yang membuka acara dengan seru, tanya jawab dengan audience, seputar dari mana, alasan hadir, dan lain-lain. Selanjutnya diisi dengan kegiatan dakwah dari Ustadz Hanan Attaki ditemani dengan Ustadz Muda lainnya seperti Husain Basyaiban, atau bahkan Agam Fachrul. Kemudian dilanjut dengan sesi curhat (tanya jawab) dengan audiens tentang hal yang berkaitan dengan tema dakwah.

Sama halnya dengan yang ditulis oleh Fathurrahman, bahwa dengan menggunakan metode dakwah versi tanya jawab, akan memberikan suasana yang lebih seru dan dapat membangun kedekatan antara mad'u dan da'i. Sehingga kedekatan secara emosionalnya lebih terlihat dan kegiatan dakwah dapat berjalan dengan khidmat, pesan dapat diterima dengan baik, dan tepat sasaran (Rumata et al., 2021).

Kegiatan dakwah kemudian di unggah melalui akun media sosial Instagram @ayah_amanah berupa video dokumentasi, foto kegiatan, atau bahkan penggalan

pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang menarik banyak perhatian netizen untuk mengikuti kegiatan dakwah selanjutnya. Hal ini merupakan sebuah metode terbaru dari kegiatan dakwah Ustadz Hanan Attaki yang sampai saat ini masih banyak dilirik dan disukai anak-anak muda.



Sumber: Dokumentasi kajian dakwah bersama @ayah_amanah

Gambar 2.

Kegiatan kajian dakwah yang dilaksanakan @ayah_amanah bersama Ustadz Hanan Attaki yang di Moderatori Nadzhira Syafa

Dengan menggunakan metode ini, pesan dakwah yang disampaikan dapat mudah diterima oleh mad'u yang hadir langsung di lokasi merasakan sensasinya, yang melihatnya secara online ikut tersentuh dan ingin mengikuti kegiatan kajian berikutnya. Seperti yang peneliti temukan dalam wawancara panitia kajian @ayah_amanah dengan para peserta kajian, dimana kajiannya sangat menarik seperti yang di sampaikan oleh Nadzhira Shafa ketika di wawancara tim panitia yaitu *“event ayah amanah ini sangat cocok untuk ikutan, pesannya yang disampaikan ga berat, cocok buat anak muda yg masih sendiri, untuk fokus ngembangin diri, fokus mengejar mimpi, dan mendekatkan diri kepada Allah”* Tema-tema dakwahnya pun tentang rasa takut menghadapi masa depan, tentang trauma sakit hati, yang permasalahan-permasalahan itu sering muncul buat seumur-an anak-anak muda, jadi event ini sudah *relate* dengan kebutuhan anak muda, dan biasanya sekali ikut, jadi nagih pengen ikut lagi, lagi, dan lagi.

Dana Paramita sebagai salah satu peserta kajian Ustadz Hanan Attaki dalam sharing time tema “uncertainty” juga mengatakan bahwa pemilihan pesan dan metode penyampaian ustadz hanan attaki sangat mudah dipahami dan selalu relate dengan permasalahan anak-anak muda saat ini, yang hadir pun juga banyak dari kalangan anak muda, jadi selain untuk menambah ilmu juga bisa menambah teman-teman hijrah bareng. *“aku seneng banget karena topiknyanya yang dipilih sangat relate dengan permasalahan anak-anak muda, dan yang paling aku suka itu saat sesi tanya jawab,*

seru dan menginspirasi banget pokoknya, next time kita bakal hadir lagi ya”.



Sumber: Dokumentasi tanya jawab kepada peserta kajian

Gambar 3.

Tanya jawab panitia event @ayah_amanah kepada peserta kajian dakwah bersama Ustadz Hanan Attaki tentang pendapatnya setelah mengikuti kajian

Berdasarkan *review* diatas, membuktikan bahwa penggunaan metode dakwah yang diberikan oleh Ustadz Hanan Attaki dan yang disediakan oleh event @ayah_amanah berhasil menyita perhatian publik, utamanya anak-anak muda millennial yang sedang dalam fase pencarian jati diri. Hal ini sependapat dengan temuan baru yang lagi ramai akhir-akhir ini, bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah bisa menggunakan komunikasi dua arah. Dakwah yang disampaikan pun tidak harus menggunakan bahasa baku dan ceramah saja, tetapi juga dapat menggunakan bahasa millenia, berbentuk konten-konten dakwah kreatif menggunakan bahasa millennial seperti video trend vlog, quote, infografis, dan bentuk penyampaian pesan kreatif lainnya (Rumata et al., 2021). Oleh sebab itu, metode-metode dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dapat menjadi temuan metode baru untuk referensi berdakwah di era millennial.

Strategi Dakwah dan Manajemen Penggunaan Instagram @ayah_amanah

Strategi pada umumnya berarti suatu perencanaan yang digunakan oleh suatu kelompok atau individu dalam meraih tujuan yang akan dicapai serta melihat kesempatan yang ada, tantangan dan kemungkinan-kemungkinan yang akan dihadapi. Jika dikaitkan antara strategi dan dakwah diperlukan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang mudah diterima oleh mad'u (Ishanan, 2017; Syamsudin et al., 2023). Semakin baik menggunakan strategi ketika ingin menyampaikan pesan dakwah, maka semakin baik pula pesan dakwah dapat tersampaikan sesuai rancangan dan tujuannya, dengan begitu pesan dakwah dapat

diterima dan dipahami dengan baik pula. Terlebih dakwah era millennial sekarang, diharuskan merancang strategi-strategi dakwah dalam menyampaikan pesan melalui media sosial (Dulwahab, 2010; Rizqy et al., 2023).

Instagram memiliki banyak fitur-fitur yang terbaru dan menarik perhatian para penggunanya yang dapat menjadi media yang lebih aktif dalam berkreatifitas dan juga memberikan kemudahan bagi para penggunanya. Seperti yang peneliti temukan pada Instagram @ayah_amanah, menggunakan fitur-fitur seperti *reels*, *story* Instagram, *like*, *commend*, *follow*, *caption*, *mention*, *hashtag*, dan banyak fitur lainnya. Dalam menggunakan media sosial, pasti memiliki perencanaan-perencanaan yang dianggap efektif dalam menarik seseorang atau kelompok dengan tujuan memberikan pemahaman kepada mad'u atas pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui postingan Instagram (Abzar, 2015; Sadly, 2018).

Ustadz Hanan Attaki ialah seorang pendakwah muda millennial yang menggunakan strategi dakwah ala millennial yakni berdakwah melalui media sosial, Ceramah Ustadz Hanan Attaki naik ke publik beradarkan ceramah-ceramah yang cara berdakwah yang lemah lembut, menggunakan suara sendu. Hal ini yang menjadi perhatian masyarakat banyak tentang dakwah Ustadz Hanan Attaki yang sekaligus lulusan dari Al-Azhar, salah satu kampus ternama di Mesir.

Berdakwah dalam kalangan anak-anak muda semakin populer, dikarenakan *problem* sehari-hari pembahasan menarik di dengarkan oleh kaum anak-anak muda. Cara berdakwah formil sudah bukan lagi menjadi patokan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Bahkan ala millennial, menggunakan bahasa gaul, juga menarik perhatian anak-anak muda. Seperti yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki yang berdakwah hanya dengan menggunakan celana panjang, kemeja, dan topi, yang dapat memberikan kesan baru dan mau didengarkan oleh kaum anak-anak muda (Rosidi, et.al, 2023).

Menggunakan Strategi Komunikasi Dakwah Persuasif. Komunikasi Persuasif sangat diandalkan dalam kegiatan dakwah. Sesuai dengan definisi dari Larson, Komunikasi persuasif adalah sebuah kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberitahu audiens, mengubah sikap dan kepercayaan mad'u, juga mengubah perilaku mereka agar sesuai dengan pesan dakwah. Ustadz Hanan Attaki juga sering menggunakan dakwah persuasif ini untuk membentuk kesadaran mad'u nya untuk terus berada di jalan Allah, melibatkan Allah, dan berserah kepada Allah (Rosidi, et.al, 2023).

Dengan metode dakwah persuasif ini, Ustadz Hanan Attaki membuat mad'u nya merasakan ada kesamaan antara pesan dakwah yang diberikan dengan yang dialami oleh mad'u sehingga hal ini menandakan adanya ketertarikan dan keterlibatan psikologis mad'u. Menurut Al-Bayanuni (1995), Strategi Dakwah menjadi tiga, yaitu: (1) Strategi Dakwah Sentimentil, (2) Strategi Dakwah Rasional, (3) Strategi Dakwah Indrawi. Namun untuk Strategi Dakwah yang dilakukan oleh

Ustadz Hanan Attaki ialah Strategi Dakwah Sentimeltil, dimana Pendekatan dakwah sentimental ini disebut juga pendekatan secara emosional yang mana pendekatannya lebih fokus menggunakan hati dan perasaan untuk menarik dan menggerakkan batin mitra dakwah (Handaru, 2021).

Dibuktikan dengan interaksi antara penceramah dengan jamaah dalam kajian ini sangat interaktif, ketika Ustadz Hanan Attaki selesai menyampaikan pesan dakwahnya, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Pada sesi tanya jawab ini, tak sedikit yang memberikan pertanyaan berdasarkan kisah hidupnya, dalam bahasa gaulnya sering kita dengan dengan sebutan “curhat” (curahan hati), yang kemudian meminta solusi, motivasi atau jawaban langsung dari Ustadz Hanan Attaki.



Sumber: Dokumentasi sesi tanya jawab peserta kepada Ustadz Hanan.

Gambar 4.

Sesi tanya jawab peserta kajian kepada Ustadz Hanan Attaki yang disaksikan langsung oleh peserta kajian lainnya

Salah satu contoh pertanyaan dari sebuah peserta bernama Jul di sesi dakwah daerah Malang, Jawa Timur. Pertanyaannya, “jika kita menyukai dua orang sekaligus, bolehkan kita berdoa agar berjodoh dengan salah satu diantara mereka, dan apakah boleh kita bergaul dengan keduanya agar bisa memilih mana yang lebih baik, atau pilih salah satu saja?” karena kan kalau berdasarkan agama, kita harus memilih dia yang paling baik agamanya, tapi hati saya lebih klik dengan yang kedua, bagaimana menurut Ustadz Hanan Attaki, langkah yang seperti apa yang harus saya pilih?”, Kemudian di jawab oleh Ustadz Hanan Attaki, “kita jawabnya pakai teori aja ya, teorinya yang paling mengetahui apa yang terbaik untuk kita itu Allah, bukan kita. Jadi jangan melibatkan hati dulu sebelum Allah pilih. Kalau sudah dipikirkan oleh Allah, dalam artian akan halal dalam waktu dekat atau bahkan sudah halal, maka boleh melibatkan hati. Kita boleh suka, memilih, mengharapkan, atau tertarik lah. Nah kalau tertarik dengan dua orang sekaligus bagaimana? Ya

jangan sampai lebih dari itu sebelum Allah pilihkan, kalau untuk mendoakan keduanya boleh saja, tapi doanya minta yang terbaik menurut Allah, mau sebut namanya juga boleh. Bahkan dulu ada tabiin yang menyebut nama calon istrinya dalam berdoa di depan ka'bah, Doanya Ya Allah nikahkan saya dengan Sukainah Bintu Husain, perempuan Irak yang terkenal, setaun kemudian menikahlah mereka, di kabulkan doanya. Kalau misal tidak dikabulkan dengan nama yang kita minta, maka Allah akan mengganti yang sama atau yang lebih baik. Sesimpel itu berdoa kepada Allah.” Cuplikan sesi tanya jawab ini di temukan dalam postingan Instagram @ayah_amanah, dan masih ada banyak contoh sesi tanya jawab lainnya.

Dalam akun Instagram @ayah_amanah, tentu menggunakan strategi dakwah ala millennial, pemilihan tempatnya pun juga anak muda banget yaitu dilaksanakan di ballroom hotel atau gedung pertemuan di suatu kota ke kota lainnya, hal ini dilakukan karena banyak anak muda yang merasa belum pantas atau malu untuk memasuki masjid atau tempat agama karena kesehariannya belum bisa taat dalam beragama. Oleh karena itu, tempat yang di pilih dalam kajian ini ialah tempat berkumpul yang di desain millennial, materi yang santai dan menarik, serta cara penyampaian pesan dakwah melalui hati ke hati.

Seperti halnya yang ditulis oleh Puspito, bahwa dakwah di era millennial adalah dakwah yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat millennial, baik dari segi penyusunan strategi, media dan tempat untuk menyampaikan pesan dakwah, cara menyampaikan pesan dakwah, dan juga materi pesan dakwah yang relevan dengan kondisi masyarakat millennial (Puspito & Azhima, 2024). Seperti yang peneliti temukan dalam konsep kajian hingga penggunaan strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dan Instagram @ayah_amanah telah menyesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat millennial.

Acaranya kajian ini pun hadir oleh beberapa *influencer* dan *celebrity* muda millennial seperti Una, Clara Shinta, Nadzhira Shafa, Anselma Putri, Rey Mbayang, Dinda Hauw, Anisa Rahma, Natta Reza, Syifa Hadju, Ira Nandha, Asila Maisa, dan masih banyak lainnya, yang kemudian di dokumentasikan dengan menarik hingga diunggah melalui Instagram @ayah_amanah. Kemudian, dengan cara mengundang *influencer* ini dapat menjadi strategi promosi agar dakwah millennial Ustad Hanan Attaki lebih banyak di jangkau oleh kalangan anak-anak muda yang berasal dari *followers* akun *influencer* yang diundang.

Dengan menggunakan strategi dakwah yang millennial seperti ini tentu dapat mendapat perhatian anak-anak muda baik dari kalangan biasa atau *influencer*, tidak sedikit juga yang memberikan *review* nya untuk datang lagi di kajian berikutnya, hal ini menandakan bahwa kajian dakwah dengan menggunakan strategi seperti ini mampu menarik perhatian anak muda untuk datang kajian dakwah Bersama Ustadz Hanan Attaki dalam program *Event Organizer* @ayah_amanah.

Pesan Dakwah dan Target Dakwah Instagram @ayah_amanah

Pesan dakwah merupakan sebuah komponen isi yang akan disampaikan ketika berceramah, atau kalimat-kalimat yang diberikan oleh pendakwah kepada penerima dakwah. Menyusun pesan dakwah, biasanya berdasarkan kondisi dan situasi realita dari seorang mad'u, hal ini diperoleh dengan menggunakan metode mengamati, wawancara, dan mencari referensi dari literatur yang relevan. Pada kajian penyampaian pesan dakwah, terdapat pesan pendukung dan pesan utama. Dengan bahan dasar materi utama dari Al-Qur'an dan Hadis, kemudian diperkuat dengan pesan pendukung seperti pendapat ulama, hasil survey dan penelitian par ahli di bidangnya, serta berita sosial terbaru (Jafar & Amrullah, 2018).

Sedangkan Target Dakwah adalah seseorang atau kelompok yang menjadi sasaran untuk diberikan pesan dakwah, tentu pemilihan pesan dakwah di setiap kelompok memiliki model atau pemilihan pesan dakwah yang berbeda-beda, disesuaikan dengan kebutuhan target dakwah saat itu (Andriani, 2023; Kamila, 2023). Seperti halnya target dakwah dan pemilihan pesan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam kegiatan dakwahnya yang kemudian di unggah dalam Instagram @ayah_amanah.

Target Dakwah atau *Mad'u* Ustadz Hanan Attaki ialah mayoritas anak muda. Dimana anak muda yang sedang dalam fase pencarian jati diri, rasa ingin tahu yang besar, dan mudah terpengaruhi. Dilihat dari cara Ustadz Hanan Attaki berpakaian ketika berdakwah dengan menggunakan outfit yang gaul, seperti celana jeans, kemeja, kupluk, dan gaya berpakaian anak muda lainnya. Tema dakwah yang diberikan pun juga ditujukan untuk anak muda atau disesuaikan dengan problem-problem yang sedang diresahkan oleh kebanyakan anak muda seperti "Rabbi, Don't let me down", "Uncertainty (Solusi ketika hidup lagi capek-capeknya)", "Gwenganayo (Aku ngga apa-apa)", "Support Systemku adalah Allah", "Hilang untuk Healing", dan masih banyak tema-tema millenial yang menarik perhatian anak-anak muda.



Sumber: Poster di Instagram @ayah_amanah

Gambar 5.

Kumpulan Poster kajian dakwah Ustadz Hanan Attaki yang di unggah pada Instagram @ayah_amanah yang memuat tema dan pembicara kajian

Pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki ditujukan pada generasi millennial yang kemudian diajak untuk kembali ke jalan yang benar. Ustadz Hanan Attaki ketika berceramah banyak menyampaikan pesan-pesan tentang perbuatan anak muda yang kemudian dikaitkan dengan ajaran Islam. Misalnya “Allah Misscal kita terus lho di setiap sepertiga malam, (ayoo bangun hambaku, kamu lagi bersedih, sini cerita sama Allah) seneng kan digituin.” Sedikit penggalan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam kajian dakwah bersama @ayah_amanah.

Maka tak heran sempat *booming* juga dalam kajian yang dilaksanakan, Ustadz

Hanan Attaki biasanya memberikan sebutan istimewa untuk para jamaahnya, yang masih gundah gulana dengan permasalahan jodoh atau bahkan yang masih jomblo dengan sebutan seperti “Jomblo Fisabilillah” yang memiliki makna jomblo yang sedang taat berada di jalan Allah dan menjauhi larangan Allah. Oleh sebab itu, setiap kali Ustadz Hanan Attaki mengadakan kajian, jamaah yang hadir mayoritas kaum millennial anak-anak muda. Sesuai dengan tujuannya, yakni untuk mengajak anak-anak muda kembali dan fokus ke tujuan yang sesungguhnya yaitu menjadi hamba Allah yang taat.

Baru-baru ini, Dakwah Ustadz Hanan Attaki Bersama *Event Organizer* dengan akun Instagram @ayah_amanah berkolaborasi dengan pendakwah millennial lainnya untuk turut memberikan pesan dakwah dalam kajian yang diadakan, seperti halnya Husain Basyaiban yang terkenal menjadi Ustadz millennial yang berdakwah melalui sosial media tiktok dan Instagram kepada kalangan anak-anak muda, adapula Ustadz Agam Fachrul yang juga merupakan Ustadz muda millennial yang sempat terkenal dalam berdakwah unuk kalangan muda dan berhasil menikah muda dengan jalur ta’aruf. Kolaborasi dengan pendakwah muda lainnya ini juga menjadi langkah baik untuk mengajak dan menjangkau lebih banyak lagi mad’u atau target anak-anak muda lebih banyak dan lebih jauh lagi.

Mad’u yang datang dalam kajian Ustadz Hanan Attaki juga ada yang berasal dari kelompok *celebrity* muda, yang juga turut hadir mengikuti kajian ceramah Ustadz Hanan Attaki seperti, Syifa Hadju, Febby Rastanty, Ria Ricis, Alwi Fachry, Rey Mbayang, Dinda Haww, Nadzira Shafa, Clara Shinta, Una Nadya, dan masih banyak lagi lainnya. Selain itu, dalam akun Instagram @ayah_amanah ini juga memiliki Mad’u versi online atau yang biasa disebut sebagai netizen, yang juga aktif memberikan like, comment, dan share setiap postingannya, yang kebanyakan juga dari kaum anak muda.



Sumber: Dokumentasi bersama peserta kajian Ustadz Hanan Attaki

Gambar 6.

Sesi foto bersama host dan peserta kajian Ustadz Hanan Attaki yang kemudian di unggah dalam Instagram @ayah_amanah

Sedangkan karakteristik Mad'u Ustadz Hanan Attaki ialah dibagi menjadi dua: (1) Mad'u yang fanatic dan atau fans dari Ustadz Hanan Attaki, jadi disetiap kegiatan Ustadz Hanan Attaki selalu diikuti. (2) Mad'u yang hanya datang di saat lagi galau, disaat lagi ada masalah, dan butuh pesan dakwah untuk menenangkan diri, biasanya datangnya hanya di saat-saat tertentu saja atau ketika tema dakwah yang dibahas dianggap *relate* dengan kisahnyanya.

Materi Dakwah atau Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki ialah hal-hal yang biasanya menjadi keresahan anak-anak muda. Pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u melalui media sosialnya secara menyeluruh terdapat 3 poin bahasan, yaitu: pesan akhlak, seperti ajaran untuk bersabar, ikhlas, bersyukur, berprasangka baik kepada Allah. kemudian ada juga pesan akidah, berupa pesan-pesan meyakini dan percaya atas ketentuan Allah, dan yang ketiga, pesan syariah yang berupa anjuran sholat, dzikir, doa, dan yang lainnya. Dari tiga kategori pesan dakwah ini, kemudian dikaitkan dengan masalah-masalah yang dialami oleh anak muda, seperti ditinggal pasangan, lagi sulit dalam urusan pekerjaan, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Contoh penggalan isi pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki, "kalau kita pengen ada keajaiban dalam hidup kita, atau pengen dikasih jalan keluar ketika mentok, atau kita pengen meraih hal-hal yang kita anggap mustahil, karna kata mustahil itu hanya berlaku untuk kita sebagai manusia, tidak berlaku untuk Allah, karena Allah itu Maha Kuasa atas Segala Sesuatu. Banyak hal yang bagi kita itu 'jauh' tapi bagi Allah itu 'dekat', bagi kita itu 'sulit' tapi bagi Allah itu 'mudah'. Jadi, hidup jangan cuma mengandalkan diri sendiri, harus ada doa

kepada Allah di dalamnya.

Dari pesan dakwah diatas, Ustadz Hanan Attaki mencoba untuk menyampaikan pesan akidah berupa bentuk kepercayaan kepada Allah akan membuat hidup kita lebih optimis, serta pesan akhlak untuk sabar ketika mendapatkan ujian dan bersyukur ketika mendapatkan nikmat. Serta ada pula contoh lainnya ketika Ustadz Hanan Attaki berdakwah dengan menggunakan bahasa millennial, memberikan amalan do'a-do'a, serta contoh kisah teladan Nabi Muhammad SAW, yang kemudian dijabarkan dan disesuaikan dengan kisah-kisah anak muda jaman sekarang ini.

Pesan dakwah yang dipilih oleh @ayah_amanah dan Ustadz Hanan Attaki selalu mengikuti trend yang disukai anak-anak muda hingga kemudian dikemas dengan unsur islami. Hal ini membuat para target dakwah yang mayoritas anak-anak muda millennial ingin hadir dan ikut meramaikan kajian yang diadakan, karena merasa tema dakwahnya sesuai atau *relate* dengan kisah hidup yang sedang dialami. Hal ini adalah salah satu cara Ustadz Hanan Attaki dan @ayah_amanah membuat desain dakwah dengan menarik, kreatif, dan terbaru. Sependapat dengan yang dikemukakan oleh Rosmalia, bahwa pesan-pesan dakwah yang banyak diminati dalam era millennial saat ini ialah pesan-pesan dakwah yang diberikan berupa motivasi agama, motivasi menjalani kehidupan, menghargai sesama, dan tema-tema yang relevan dengan anak-anak muda (Rosmalina, 2022).

PENUTUP

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditemukan beberapa hasil mengenai desain dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dikemas dalam sebuah media sosial *event organizer* Instagram @ayah_amanah. Penggunaan metode yang dibuat simple yaitu bisa datang langsung ke lokasi kajian yang diadakan di tempat beda dari kajian lainnya, Ustadz Hanan Attaki dan @ayah_amanah mengadakan kajian yang dilangsungkan di Hotel Ballroom, Aula, dan ruang temu pada umumnya, bukan lagi di masjid atau musholla. Serta ada pula yang berkunjung menggunakan media sosial, karena dalam akun Instagram *event organizer* juga di unggah cuplikan-cuplikan dakwah dengan ala millennial dan mengikuti trend yang ada di Instagram.

Ustadz Hanan Attaki selaku seorang pendakwah yang menggunakan strategi dakwah ala millennial yakni berdakwah melalui media sosial Instagram yang memiliki banyak fitur yang terbaru dan disukai penggunaanya. Dengan adanya fitur *Story* Instagram, *reels*, *caption*, *hashtag*, *mention*, *follow*, *like* dan *comment*. Orang yang menggunakan Instagram akan menjadi lebih mudah dalam beraktivitas. Begitu pun dengan Instagram @ayah_amanah juga menjadikan fitur-fitur tersebut dengan tujuan untuk mengembangkan dakwah Islam dalam media sosial Instagram.

Selain itu, pada kajian ini juga menghadirkan anak-anak muda dari kalangan

celebrity yang dapat menambah nilai ketertarikan untuk menghadiri kajian Ustadz Hanan Attaki dan @ayah_amanah, baik sebagai pendakwah kedua setelah Ustadz Hanan Attaki, yaitu Husain Basyaiban dan Agam Fachrul, ada pula sebagai Host atau pemandu acara, seperti Nadzhira, Clara Shinta, Una Nadya. Tidak terkecuali, ada pula yang datang sebagai peserta kajian seperti Ria Ricis, Dinda Hawu, Rey Mbayang, dan masih ada banyak lagi lainnya.

Pemilihan pesan dakwah yang disampaikan menarik dan dapat membuka hati pendengarnya, seperti tema “gwencanayo”, “support systemku adalah Allah”, “hilang untuk healing” dan masih banyak tema menarik lainnya. Itulah mengapa untuk strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki menggunakan strategi sentimentil dan persuasif, dengan basis menyentuh hati para mad'u dengan cara menyampaikan pesan dakwah yang dikemas ringan dan sesuai dengan *trend* kesukaan anak-anak muda agar mudah dipahami dan di sampaikan dengan cara berlemah lembut.

Pesan dakwah yang disampaikan juga menggunakan tema-tema yang menarik dengan pemilihan bahasa millennial, yang menjadi alasan besarnya minat anak-anak muda generasi millennial untuk mengikuti kajian dakwah, dengan desain ini dakwah yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima, pembahasannya tidak terlalu berat untuk dipahami, dan dikemas dengan cara yang santai dan menyenangkan.

Target dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam media ini ialah mayoritas para anak-anak muda millennial yang suka dengan desain dakwah yang fleksibel, menarik, ringan, santai, serta kreatif. Sehingga yang tertarik bukan hanya sekedar dari kalangan anak muda biasa, tetapi juga dari kalangan anak-anak muda *celebrity* yang juga turut meramaikan dan berpartisipasi dalam kegiatan dakwah.

Implikasi dari tulisan dalam penelitian ini ialah pengetahuan baru tentang metode, strategi, pemilihan pesan, dan target dakwah di era millennial saat ini. dengan adanya penelitian ini dapat memberikan referensi dan gambaran kepada para pendakwah-pendakwah millennial agar menggunakan cara berdakwah yang serupa dan terbaru, serta mendorong para pendakwah millennial agar mampu menemukan ide-ide kreatif. Hingga kemudian menjadi bahan penelitan yang baru pula bagi peneliti-peneliti berikutnya untuk terus berinovasi dalam mengabadikan desain-desain dakwah melalui tulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abzar, M. (2015). Strategi Dakwah Masa Kini (Beberapa Langkah Strategis Pemecahan Problematika Dakwah), *Lentera*, 17(1), 37–52. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>.
- Al-Bayanuni, A. A. (1995). *Al-Madkhal Ila Ilmi Ad-Da'wah*. 3 ed. Beirut: Ar-Risalah.
- Andriani, A. D. (2023). Dakwah Virtual : Internet sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*,

- 23 (2), 175–188. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.29299>.
- Deslima, Y. D. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai media Dakwah Bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151>.
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah Di Era Konvergensi Media, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 19-34. DOI: <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.353>.
- Fatoni, U., & Rais, A. H. (2018). Pengelolaan Kesan Da'i dalam Kegiatan Dakwah Pemuda Hijrah, *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2), 211-222. DOI: <https://doi.org/10.24090/komunika.v12i2.1342>.
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan Agama di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik dan Materi Dakwah, *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(01), 1–24. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.188>.
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah dan Tantangannya di Era Digital, *Al-Muqkidz: Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1), DOI:10.52802/AMK.V8I1.190.
- Ishanan. (2017). Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan, *Komunike*, 11(2), 91-104. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/komunike/article/view/1288/664>.
- Isnaini, A. N. (2018). Efektivitas Media Dakwah pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Jafar, I., & Amrullah, M. N. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur ' an, *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 41-66. DOI: <https://doi.org/10.15642/jki.2018.8.1.41-66>.
- Kamila, N. A. (2023). Stategi Komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam Berdakwah di Channel Youtube dengan Tema “Muslim Gaul, Emang Ada?”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1733-1740.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisa, R. L., Fitri, A. A., Abdurrazaq, M. N., & Sulistyani, A. (2023). Peran Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki Dan Efektivitasnya Sebagai Media Dakwah Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik, *Journal of Islamic Studies*, 1(2), 198–213. <https://doi.org/10.61341/jis/v1i2.017>
- Parhan, M., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan _attaki), *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2), 175–196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.

- Parhan, Muhammad, dkk. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki di Era Konvergensi Media, *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2), 189-211. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1515>.
- Prianto, A. T. (2023). Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an, *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 193–210. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v1i1.15>.
- Puspito, I. D., & Azhima, N. (2024). Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial, *Tabayyun*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.61519/tby.v4i2.50>.
- Rahmatullah, R. (2016). Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u dalam Aktivitas Dakwah, *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Robani*, 2(1), 55–71. <https://doi.org/10.47435/mimbar.v2i1.286>.
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0, *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 22–42. DOI: <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>.
- Rosidi, et. al. (2023). Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23(1), 21–36. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698>.
- Rosmalina, A. (2022). Sosial Digital Literacy Da' Wah On T He Behavior Of The Millennial Generation In Social Media, *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(1), 64–77. <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/10443/4554>.
- Rumata, F. 'Arif, Iqbal, M., & Asman, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 172–183. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421>.
- Rustandi, R., & Hendrawan, A. (2022). Konstruksi Simbolik Mubaligh Pop pada Film Sang Pencerah, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 22-44. DOI :10.15575/anida.v22i1.18474.
- Sadly, E. (2018). Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 3(2), 44. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRMB/article/view/902>.
- Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. (2020). Dakwah melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki), *Jurnal Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 5(3), 653–665. <https://journal.uin-alaudidin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap

- Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z, *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syamsudin, K., & Rustandi, R. (2023). Model Dakwah Kolaboratif Pemuda Persatuan Islam di Kampung Bantarpanjang Pulau Nusakambangan, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23(2), 91–110. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i2.25826>.