



Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok: Efektik atau Sekedar Konten?

Muhamad Iqbal^{1*}

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*miqbl97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dakwah Ustad Hanan Attaki melalui platform media sosial TikTok, dengan menggunakan metode kajian pustaka dengan pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) dan konsep difusi inovasi, serta relevansi TikTok sebagai media dakwah kontemporer. Analisis ini menunjukkan bahwa strategi dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok memanfaatkan karakteristik platform untuk menjangkau audiens muda dengan pesan yang relevan dan gaya komunikasi yang adaptif. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa dakwah di TikTok memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran keagamaan dan bukan hanya sekedar konten hiburan, meskipun terdapat tantangan dalam penyampaian pesan yang mendalam. Secara umum, penelitian ini memberikan pemahaman komprehensif mengenai peran TikTok dalam dakwah digital, terutama di kalangan generasi Z dan milenial.

Kata Kunci : Dakwah; TikTok; Generasi Z, Perilaku religius, Hanan Attaki

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of Ustad Hanan Attaki's da'wah through the TikTok social media platform. Additionally, this abstract explains the research methods and theories used, namely literature review with the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory and the concept of diffusion of innovation, as well as TikTok's relevance as a contemporary da'wah medium. Finally, the summary of findings indicates that Ustad Hanan Attaki's da'wah strategy on TikTok leverages the platform's characteristics to reach young audiences with relevant messages and an adaptive communication style. The results suggest that da'wah on TikTok has significant potential to increase religious awareness and is not merely entertainment content, despite challenges in delivering in-depth messages. Overall, this study provides a comprehensive understanding of TikTok's role in digital da'wah, especially among Generation Z and millennials.

Keywords : *preaching; Tiktok; generation Z, religious behavior; Hanan Attaki*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik dakwah. Media sosial, dengan jangkauan dan interaktivitasnya yang luas, kini menjadi salah satu platform utama bagi para pendakwah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Fenomena ini terlihat jelas dengan semakin banyaknya ulama dan dai yang memanfaatkan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai sarana dakwah digital. TikTok, khususnya, telah menjadi sangat populer di kalangan generasi muda karena fitur-fiturnya yang kreatif, durasi konten yang singkat, dan antarmuka yang sederhana, menjadikannya salah satu platform media sosial yang paling disukai oleh Gen Z (Fadhila & Abdilah, 2025: 476). Anjuran dakwah sendiri sesuai dengan Q.S Ali Imran (3): 104 yang menunjukkan pentingnya membentuk kelompok yang aktif dalam dakwah untuk menciptakan masyarakat yang harmonis (Fadhila & Abdilah, 2025: 477).

Di tengah popularitas TikTok, muncul berbagai figur pendakwah yang beradaptasi dengan tren digital, salah satunya adalah Ustad Hanan Attaki. Beliau dikenal sebagai "ustaz milenial" karena berdakwah menggunakan media sosial (Febriana, 2021: 183) dan berhasil menjangkau audiens muda dengan gaya dakwah yang relevan dan menarik (Astutik & Yaqin, 2024: 232-233). Kehadiran media sosial menciptakan peluang baru bagi para pendakwah untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan menyampaikan dakwahnya secara efektif. Namun, pertanyaan mendasar yang perlu dikaji adalah apakah dakwah yang disampaikan melalui TikTok, dengan karakteristiknya yang serba cepat dan fokus pada visual, benar-benar efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan dan memberikan dampak jangka panjang, ataukah hanya sekadar menjadi bagian dari konsumsi konten digital yang bersifat hiburan semata. Penelitian ini akan secara kritis menganalisis strategi dan dampak dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok, dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan platform ini sebagai media dakwah.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, penelitian oleh Fadhila dan Abdilah (2025) yang berjudul "Retorika Dakwah Tiktok dalam Meningkatkan Efektivitas Public Speaking: Pendekatan, Teknik dan Tantangan" menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk menunjukkan bahwa retorika dakwah di TikTok memberikan input positif untuk meningkatkan kepercayaan diri audiens dalam public speaking. Penelitian ini berfokus pada retorika dan kepercayaan diri, sedangkan penelitian saat ini lebih spesifik pada efektivitas dakwah Ustad Hanan Attaki dan dikotomis antara efektivitas atau sekadar konten. Kedua, Febriana (2021) dalam "Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy"

menganalisis potensi, kelemahan, dan kelebihan TikTok sebagai media dakwah, menunjukkan bahwa Ustadz Syam berhasil mengoptimalkan tampilan visual TikTok. Penelitian ini memberikan gambaran umum tentang TikTok sebagai media dakwah, namun belum mendalam pada strategi personal seorang dai seperti Ustad Hanan Attaki. Ketiga, Parhan dan Abdilah (2022) dalam "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI" menggunakan pendekatan kualitatif dengan kuesioner daring, menemukan bahwa TikTok cukup berpengaruh sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa, dengan Ustad Hanan Attaki sebagai konten kreator yang sering FYP (For Your Page). Penelitian ini menyentuh pengaruh secara umum dan menyinggung Ustad Hanan Attaki, namun tidak secara spesifik menganalisis strateginya secara mendalam. Keempat, Lutfiana dan Triyono (2023) melalui "Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak" menggunakan pendekatan kuantitatif regresi linear sederhana, menemukan pengaruh positif dakwah TikTok terhadap religiusitas remaja. Penelitian ini fokus pada aspek religiusitas dan menggunakan teori S-O-R, yang relevan dengan penelitian saat ini sebagai landasan teoretis. Kelima, Astutik dan Yaqin (2024) dalam "Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer Dalam Dakwah Digital; Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan" menganalisis kolaborasi Ustad Hanan Attaki dengan influencer untuk meningkatkan kesadaran keagamaan, menunjukkan keberhasilan dalam menarik partisipasi audiens. Penelitian ini paling mendekati fokus saat ini karena secara spesifik membahas strategi Ustad Hanan Attaki, namun penelitian saat ini akan memperdalam analisis dengan mempertimbangkan apakah dakwahnya melampaui hiburan semata atau tidak.

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka. Pendekatan ini memungkinkan analisis mendalam terhadap berbagai literatur, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan dokumen terkait, untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesimpulan dari penelitian sebelumnya. Lokasi penelitian ini adalah ekosistem digital TikTok, dengan fokus pada konten dakwah Ustad Hanan Attaki. Pertanyaan penelitian dalam artikel ini adalah: (1) Bagaimana strategi dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok?; (2) Sejauh mana efektivitas dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok dalam meningkatkan kesadaran keagamaan?; (3) Apa saja tantangan dan peluang dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok?.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi objektif penelitian ini berpusat pada fenomena dakwah digital di platform TikTok, yang saat ini menjadi salah satu media sosial paling dominan di kalangan generasi muda, khususnya Gen Z. TikTok menawarkan pengalaman yang menyenangkan, interaktif, dan kreatif bagi penggunanya (Fadhila & Abdilah,

2025: 476). Namun, di sisi lain, Generasi Z seringkali menghadapi rasa kurang percaya diri yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti pembulian, tekanan media sosial, perbandingan diri, dan standar kecantikan atau kesuksesan yang tinggi, yang pada gilirannya menyebabkan ketidakpercayaan diri terutama ketika berbicara di depan umum (Fadhila & Abdilah, 2025: 476). Dalam konteks inilah, dakwah di TikTok hadir sebagai respons terhadap kebutuhan spiritual dan psikologis generasi muda.

Ringkasan hasil penelitian skripsi terkait menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah memiliki potensi besar. Aplikasi ini dinilai lumayan berpengaruh sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa muslim UPI, dengan Ustad Hanan Attaki sebagai konten kreator dakwah yang sering fyp (For Your Page) di TikTok para responden (Parhan & Abdilah, 2022: 114). Retorika dakwah yang marak pada aplikasi TikTok banyak memberikan input positif guna meningkatkan kepercayaan diri audiens guna menjadi public speaker yang baik kedepannya (Fadhila & Abdilah, 2025: 476). Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah di media sosial memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja dengan tingkat signifikansi sebesar 0.02

Strategi Dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok

Ustad Hanan Attaki dikenal sebagai salah satu tokoh sentral dalam dakwah digital di Indonesia yang telah berhasil memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan (Astutik & Yaqin, 2024: 232). Beliau adalah seorang pendakwah yang sangat aktif, berfokus pada generasi muda, dan dikenal karena keilmuan agamanya serta kemampuannya beradaptasi dengan perubahan sosial di era digital (Astutik & Yaqin, 2024: 232). Konten dakwahnya disesuaikan dengan format yang disukai anak muda: singkat, padat, dan langsung pada intinya (Astutik & Yaqin, 2024: 233). Beliau membahas topik-topik yang diminati dan relevan dengan kehidupan milenial, seperti sistem dukungan dan cara mengatasi kesedihan (Astutik & Yaqin, 2024: 233). Selain itu, gaya bahasa yang digunakan Ustad Hanan Attaki juga modern dan mudah diterima, bahkan dengan mengubah cara berpakaian agar sesuai dengan tren anak muda (Astutik & Yaqin, 2024: 234). Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih mudah didekati dan menarik, memungkinkan pesan-pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh audiens modern (Astutik & Yaqin, 2024: 233).

Kolaborasi dengan influencer lain juga menjadi strategi kunci dalam dakwah digital Ustad Hanan Attaki. Ia tidak membatasi kolaborasinya hanya dengan tokoh tokoh yang dikenal religius, tetapi juga melibatkan influencer dari berbagai latar belakang, termasuk mereka yang tengah viral atau memiliki banyak penggemar, seperti komedian (Astutik & Yaqin, 2024: 235). Kolaborasi ini terbukti efektif dalam mempercepat penyebaran pesan agama dan memperluas jangkauan audiens

(Astutik & Yaqin, 2024: 235). Contoh kolaborasi dengan tiktokers seperti Luqmanrv (Kak Kev) menunjukkan antusiasme tinggi dari penggemar influencer yang terlibat, yang aktif berkomentar dan bahkan mengajukan permintaan lokasi acara (Astutik & Yaqin, 2024: 236-237). Selain itu, pemilihan judul konten (caption) dan musik latar disesuaikan dengan tren yang sedang populer, menunjukkan bahwa dakwah tidak harus disampaikan secara kaku tetapi dapat diintegrasikan dengan elemen hiburan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens (Astutik & Yaqin, 2024: 237). Pendekatan ini memungkinkan pesan agama menjangkau tidak hanya audiens religius, tetapi juga masyarakat umum yang mungkin tidak secara aktif mencari konten keagamaan (Astutik & Yaqin, 2024: 237).

Efektivitas Dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok

Efektivitas dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok dapat dilihat dari beberapa indikator. Pertama, tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Akun Instagram @ayah_amanah, meskipun memiliki 1,3 juta pengikut, seringkali mencatat jumlah tayangan (views) pada video pendek (reels) yang jauh melebihi jumlah pengikutnya, bahkan mencapai jutaan views (misalnya 2,4 juta dan 7,3 juta) (Astutik & Yaqin, 2024: 240). Jumlah likes yang mencapai ratusan ribu dan ribuan shares juga menunjukkan resonansi yang kuat dari konten yang disajikan (Astutik & Yaqin, 2024: 241). Tingginya interaksi ini membuktikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mampu menarik perhatian dan merespons kebutuhan serta minat audiens secara efektif (Astutik & Yaqin, 2024: 241). Fenomena ini juga mengindikasikan bahwa peminat dakwah yang dijangkau tidak hanya berasal dari kalangan pengikut Instagram, melainkan juga mencakup audiens yang lebih luas yang tertarik dengan konten tersebut (Astutik & Yaqin, 2024: 241).

Kedua, adanya dampak positif terhadap kesadaran keagamaan audiens. Komentar-komentar yang diberikan oleh audiens mencerminkan bahwa konten dakwah Ustad Hanan Attaki berhasil mempengaruhi pemahaman dan kesadaran keagamaan mereka (Astutik & Yaqin, 2024: 242). Audiens merasa termotivasi untuk lebih aktif dalam mengeksplorasi dan memperdalam pengetahuan keagamaan, seperti yang terlihat dari semangat dan antusiasme dalam tanggapan mereka (Astutik & Yaqin, 2024: 242). Contohnya, beberapa komentar menunjukkan bahwa setelah mendengarkan kajian Ustadz Hanan Attaki, audiens merasa lebih tenang dan lebih baik, serta memperoleh pengetahuan baru yang relevan dengan praktik keagamaan, seperti syarat-syarat sah sholat yang tidak memberatkan (Astutik & Yaqin, 2024: 242). Feedback ini menunjukkan bahwa dakwahnya tidak sekadar menjadi konten hiburan, melainkan mampu membentuk sikap dan perilaku yang lebih stabil dalam jangka waktu yang lebih lama, serta mendorong individu untuk lebih aktif dalam beribadah (Astutik & Yaqin, 2024: 242).

242-243). Secara keseluruhan, optimalisasi strategi kolaborasi influencer yang diterapkan Ustadz Hanan Attaki dinilai berhasil dan efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan (Astutik & Yaqin, 2024: 243).

Tantangan dan Peluang Dakwah di TikTok

Meskipun TikTok menawarkan peluang besar, dakwah di platform ini juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah durasi video yang singkat, yang seringkali hanya menyediakan 3 menit untuk menyampaikan pesan (Febriana, 2021: 192). Durasi yang terbatas ini mungkin tidak cocok untuk pembahasan dakwah yang mendalam, terstruktur, atau yang melibatkan forum dan partisipasi khalayak banyak (Febriana, 2021: 192). Hal ini berpotensi menyebabkan penyampaian pesan yang ambigu atau tidak tersampaikan sepenuhnya, menimbulkan banyak kesimpulan yang beragam, bahkan perdebatan (Parhan & Abdilah, 2022: 126). Selain itu, TikTok kurang bisa menjangkau mitra dakwah dengan keterbatasan visual dan audio (Febriana, 2021: 192). Tantangan lain datang dari potensi negatif konten yang tidak memiliki batasan usia dan peraturan khusus (Parhan & Abdilah, 2022: 114).

Di sisi lain, TikTok juga menyajikan banyak peluang bagi dakwah digital. Kemudahan penggunaan dan tampilan visual yang menarik menjadikan TikTok unggul dibanding aplikasi lainnya sehingga digemari dan menarik bagi audiensnya (Fadhila & Abdilah, 2025: 480). Keberadaan influencer muda yang gaul dan berani tampil memungkinkan penyampaian pesan yang lebih friendly, simple, dan mudah dicerna oleh kalangan remaja (Parhan & Abdilah, 2022: 126). TikTok juga dapat berfungsi sebagai alat kampanye tujuan masyarakat dalam bidang agama, memberikan informasi tentang peristiwa keagamaan, dan menjadi sarana hiburan yang bermanfaat (Febriana, 2021: 192). Adanya fitur For Your Page (FYP) memungkinkan konten dakwah untuk direkomendasikan secara luas kepada pengguna, sehingga meningkatkan jangkauan dan potensi viral (Parhan & Abdilah, 2022: 123). Dengan terus berinovasi dalam pengemasan konten, menggunakan transisi dan desain terkini, serta memastikan sumber informasi terpercaya, peluang dakwah di TikTok dapat dioptimalkan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara positif dan efektif (Parhan & Abdilah, 2022: 126).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan, melampaui sekadar konten hiburan. Ini terlihat dari strategi adaptif Ustad Hanan Attaki dalam mengemas pesan dakwah yang relevan dengan generasi muda, menggunakan gaya bahasa yang mudah diterima, dan memanfaatkan fitur-fitur interaktif TikTok. Keterlibatan audiens yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah views, likes, dan shares yang masif, serta feedback positif berupa perubahan pemahaman dan motivasi keagamaan, menjadi indikator kuat keberhasilan dakwahnya. Kolaborasi dengan influencer dari berbagai latar belakang juga menjadi faktor penentu dalam memperluas jangkauan dan menarik audiens yang lebih heterogen.

Meskipun terdapat tantangan seperti durasi konten yang singkat yang berpotensi menyebabkan pesan tidak tersampaikan sepenuhnya atau menimbulkan ambiguitas, peluang yang ditawarkan TikTok sangat besar. Platform ini memungkinkan penyebaran dakwah secara friendly, simple, dan mudah dicerna, serta memiliki potensi viral melalui fitur FYP. Oleh karena itu, dakwah Ustad Hanan Attaki di TikTok tidak hanya berhasil menjadi fenomena populer, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam membentuk kesadaran keagamaan di era digital. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari dakwah di TikTok terhadap perilaku keagamaan audiens, serta membandingkan efektivitas strategi ini di berbagai platform media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, I. D., & Yaqin, H. (2024). Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer Dalam Dakwah Digital; Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan. *Jurnal Religi: Jurnal Studi Agama-Agama*, 20(02), 227–247.
- Fadhila, N., & Abdilah, M. F. (2025). Retorika Dakwah Tiktok dalam Meningkatkan Efektivitas Public Speaking: Pendekatan, Teknik dan Tantangan. *Journal of Islamic Studies Mauriduna*, 6(1), 476–484.
- Febriana, A. (2021). PEMANFAATAN TIK-TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH; STUDI KASUS USTAD SYAM, DI AKUN @syam_elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 11(02), 180–194.
- Lutfiana, A., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26–38.
- Parhan, M., & Abdilah, M. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI. *HIKMAH*, 16(1), 113–130.