

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 12, Desember 2024, p. 431-437
Licenced By Cc By-Sa 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14555489>

Evektivitas Dakwah Ustad Hanan Attaki Dalam Media Sosial Terhadap Spiritual Generasi Z

Isak Iskandar¹, Melisa², Fadhil Muhammad³, Sayyidatul Mardiyah⁴

^{1,2,3,4} Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sultan Maulana Hasnuddin Banten (UIN SMH)
 E-mail: isak.iskandar@uinbanten.ac.id, melisarizkie@gmail.com, fadilm238@gmail.com,
sayyidatulmardiyah01@gmail.com

Abstract

This study discusses the role of Ustadz Hanan Attaki's YouTube social media account and its effectiveness as a medium of preaching for the spiritual generation Z. The problem in this study is how effective is Ustad Hanan Ataki's preaching through social media in influencing spiritual changes in Gen Z through the YouTube account @HananAttaki. This study aims to determine the role of Ustadz Hanan Attaki's YouTube social media account in preaching and see its effectiveness. The method used in this study is a descriptive qualitative approach by taking YouTube social media. Data collection techniques are carried out through observation, interviews, and documentation. The sample in this study was taken by purposive sampling on followers of the @HananAttak account. The results of the study show that the role of Ustadz Hanan Attaki's YouTube account as a medium of preaching is quite good for followers because it can influence individual behavior in society such as getting information, insight and entertainment. The effectiveness of the preaching message through the YouTube account @HananAttaki is very effective because it has entered the thoughts and feelings as well as actions or reactions of followers of the @HananAttak account who are considered passive and only receive the messages conveyed.

Keywords: Youtube, Hanan Attaki, Da'wah

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang peran akun media sosial youtube Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya sebagai media dakwah terhadap spiritual generasi Z. Masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana evektivitas dakwah ustad hanan ataki melalui media sosial dalam mempengaruhi perubahan spiritual Gen Z melalui akun youtube @HananAttaki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran akun media sosial youtube Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah dan dilihat efektivitasnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengambil media sosial youtube. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan cara purposif sampling pada pengikut akun @HananAttak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran akun youtube Ustadz Hanan Attaki sebagai media dakwah cukup baik bagi para followers karena dapat berpengaruh terhadap perilaku individu dalam masyarakat seperti mendapatkan informasi, wawasan dan hiburan. Efektivitas pesan dakwah melalui Youtube akun @HananAttaki sangat efektif karena telah masuk kepemikiran dan perasaan serta tindakan atau reaksi pengikut dari akun @HananAttak yang dianggap pasif dan hanya menerima pesan yang disampaikan.

Kata Kunci : Youtube, Hanan Attaki, Dakwah

Article Info

Received date: 27 November 2024

Revised date: 15 December 2024

Accepted date: 23 December 2024

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang “*rahmatan lil alamin*”. Rahmatan lil alamin sebagai bentuk rahmat dan rasa kasih sayang Allah SWT, karunia dan nikmat yang diberikan kepada makhluknya di seluruh alam semesta. Di dalamnya menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia, menjaga hak binatang dan tumbuh-tumbuhan. Islam rahmatan lil ‘alamin sebagai konsep dasar dalam agama Islam, akan memunculkan kembali keindahan Islam yang sudah lama meredup. Rahmat ini adalah milik Allah dan diturunkan melalui Islam untuk dinikmati secara bersama – sama. Sehingga Islam harus disebarluaskan kepada umat manusia agar dapat dirasakan hikmahnya bersama-sama. Sebagai umat islam jika kita memiliki sebuah ilmu, jangan sampai hanya diamalkan untuk kehidupan sendiri, tetapi harus disampaikan kepada orang lain. Seperti yang ketahui tentang hadits “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari) sebagai muslim yang beriman, kita diwajibkan untuk menyampaikan

dakwah walaupun hanya satu ayat. Dakwah adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah cara berkomunikasi dan berinteraksi. Salah satu fenomena yang sangat menonjol adalah munculnya media sosial, yang menjadi salah satu platform utama dalam komunikasi digital. Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi, ide, serta konten dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, video, dan audio, secara cepat dan mudah. Beberapa media sosial yang populer di seluruh dunia adalah Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube. Media sosial awalnya berkembang sebagai sarana untuk memfasilitasi komunikasi antara individu. Namun, dalam perkembangannya, platform ini telah menjadi alat yang sangat multifungsi. Tidak hanya untuk komunikasi personal, media sosial kini digunakan untuk berbagai tujuan, seperti bisnis, politik, pendidikan, dan dakwah. Hal ini dikarenakan kemampuannya untuk menjangkau audiens dalam skala yang besar, secara real-time, dan dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan media konvensional.

Perbedaan generasi selalu menjadi isu yang didiskusikan dalam masyarakat. Setiap generasi memiliki karakteristik unik yang kemudian menentukan proses komunikasi yang berlangsung dalam berbagai konteks. Perbedaan generasi juga seringkali menimbulkan masalah karena setiap generasi lekat dengan nilai-nilai ideal tertentu yang sangat mungkin berbeda satu sama lain. Lokasi sosial Indonesia dengan latar belakang kultur kolektivistik yang selalu berorientasi pada kelompok, menempatkan perbedaan generasi sebagai isu yang penting. Generasi yang menjadi sorotan tentu saja generasi yang muncul di akhir, paling tidak dalam kurun waktu sampai dengan 2019, yaitu generasi Z yang sering disebut sebagai *igeneration* atau generasi internet. Generasi internet tumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi di berbagai aspek. Mereka ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (*digital natives*) dan memiliki karakter unik *multi-tasking* yang membedakan dengan generasi sebelumnya.

Bencsik dan Machova 2016 menulis, karena berbarengan dengan digitalisasi, generasi Z sangat cepat dalam mengakses informasi sekaligus cepat pula dalam bereaksi atas gelombang informasi yang melingkupinya. Generasi Z tumbuh cerdas, terampil menggunakan teknologi, kreatif, dan kritis. Digitalisasi dan bangkitnya generasi internet ini memberikan tantangan pada berbagai bidang. Perusahaan media massa misalnya, berjuang melakukan konvergensi media dan mengembangkan dirinya dengan platform digital untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan internet dan generasi Z sebagai salah satu konsumennya, tak terkecuali juga para dai mengubah caranya untuk bersyiar tidak hanya melalui mimbar dan lembar tapi juga melalui layar, untuk mengikuti perkembangan zaman dan menjangkau audience yang lebih luas terutamanya generasi Z.¹ Dalam konteks dakwah, media sosial telah menjadi alat yang sangat kuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam dunia dakwah, media sosial digunakan oleh berbagai ulama dan pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, menginspirasi perubahan spiritual, serta menjangkau komunitas yang lebih luas di luar batas geografis. Salah satu dai yang memanfaatkan media sosial secara intensif adalah Ustadz Hanan Attaki. Ustadz Hanan dikenal luas melalui ceramah-ceramahnya yang disampaikan dalam bentuk video pendek, siaran langsung, dan konten inspiratif yang diunggah ke platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Konten-konten tersebut sangat diminati oleh kalangan generasi muda, khususnya Gen Z.

Namun, di balik segala manfaat dan potensinya, media sosial juga menghadirkan tantangan tersendiri. Salah satunya adalah masalah penyebaran informasi yang tidak benar atau *hoaks*. Media sosial memungkinkan informasi tersebar secara cepat tanpa verifikasi, yang dapat menyebabkan disinformasi di tengah masyarakat. Selain itu, ada juga tantangan terkait keamanan privasi, kecanduan penggunaan media sosial, serta dampak negatif dari interaksi sosial yang tidak sehat di platform tersebut, seperti *cyberbullying* dan *hate speech*, bahkan dalam urusan dakwah pun bisa menjadi misinformasi akibat cepatnya arus deras informasi sebab tak dapat lagi di saring kebenarannya. Ditengah keunikan karakteristik generasi Z efektivitas dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam membawa perubahan spiritual pada Gen Z masih menjadi pertanyaan yang layak untuk diteliti lebih lanjut.

Meskipun banyak dari Gen Z yang mengaku terinspirasi oleh konten-konten dakwah di media sosial, perlu adanya kajian mendalam mengenai sejauh mana pengaruh dakwah tersebut terhadap perubahan perilaku spiritual, pola pikir, dan pemahaman keagamaan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial terhadap perubahan spiritual Gen Z. Dengan memanfaatkan metode kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak dakwah melalui media sosial youtube, khususnya dalam meningkatkan kualitas spiritualitas Gen Z di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Pada masalah ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik sampel purposif. Taylor dan Bogdan (dalam Suyatno dan Sutinah, 2011: 166) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata lisan dan tulisan serta perilaku dari sampel yang diteliti. Penelitian kualitatif sangat cocok untuk digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apa yang mendasari perilaku manusia. Menurut Faisal (2010 : 20 , penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau melukiskan variable disebut penelitian deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah Secara Etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu da‘a, yad‘u, da‘watan, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon.⁴ Pengertian dakwah secara terminologi adalah “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah Swt. Pengertian dakwah menurut beberapa ahli diantaranya:

- a. Menurut Dr. M. Quraish Shihab Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.¹
- b. M. Natsir dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi al-amr bi al-ma‘ruf an-nahyu an al-munkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengelamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.²
- c. Prof. Toha Yahya Omar, M.A. Dakwah yaitu mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.³
- d. Menurut Prof. H.M. arifin, M.Ed. Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.⁶

Dakwah merupakan suatu usaha menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan terencana menggunakan cara-cara tertentu untuk memengaruhi orang lain agar dapat mengikuti apa yang menjadi tujuan dakwah tersebut tanpa paksaan. Dakwah tidak hanya asal menyampaikan saja, melainkan memerlukan beberapa syarat yaitu mengetahui kondisi objek dakwah, mencari materi dakwah yang cocok, dan membuat konsep yang tepat untuk berdakwah.

Unsur-Unsur Dakwah

Adapun unsur-unsur dakwah diantaranya adalah

1. Da‘i

1 M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur‘an*, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat, Bandung: Mizan, 2001

2 Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Wijaya, 1979

3 M. Natsir, *Fungsi Dakwah Perjuangan*, dalam Abdul Munir Muklan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta, Sipes, 1996

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga. Pada dasarnya, semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Maka yang dikenal sebagai da'i atau komunikator dakwah. Komunikator dakwah ini dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu secara umum dan secara Khusus. (1) Komunikator dakwah Secara umum adalah setiap Muslim atau Muslimat yang mukallaf (dewasa) di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah Nabi Muhammad Saw bahwa "Sampaikanlah olehmu walaupun hanya satu ayat". (2) Komunikator dakwah secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.⁴

2. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia yang menerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu: (1) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan. (2) Golongan awam yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi. (3) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang tidak senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar. Ketiga golongan tersebut, merupakan salah satu tanda keistimewaan yang dimiliki oleh seseorang dalam menyampaikan dakwahnya dalam masyarakat.⁵

3. Metode Dakwah

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara atau jalan yang bisa ditempuh. Tujuan diadakannya metode dakwah adalah untuk memberikan kemudahan dan keserasian, baik bagi pendakwah sendiri maupun bagi penerimanya. Pengalaman mengatakan, bahwa metode yang kurang tepat mengakibatkan gagalnya aktivitas dakwah. Sebaliknya, terkadang sebuah permasalahan yang sedemikian sering dikemukakan, apabila diramu dengan metode yang tepat, dengan gaya penyampaian yang baik, ditambah oleh aksi retorika yang mumpuni, maka respon yang didapat pun cukup baik. Dakwah dapat berhasil, apabila ditunjang dengan itu sendiri, materi yang dikemukakan, kondisi objek yang sedang didakwahi, ataupun elemen-elemen penting lainnya. Adapun metode yang akurat untuk diterapkan dalam berdakwah, telah tertuang dalam QS. An-Nahl Artinya:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".⁶

Berdasarkan ayat tersebut, dapat dimaknai bahwa seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya seyogyanya berpedoman kepada al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 tersebut. Kemudian dalam ayat tersebut ada 2 kerangka dasar metode dakwah, kerangka dasar tersebut adalah: (1) Dakwah dengan bil Hikmah. Hikmah secara harfiah berasal dari bahasa Arab yang akar katanya hakama yang berarti ungkapan yang mengandung kebenaran dan mendalam.⁷ Oleh karena itu, dalam keseharian kata hikmah sering kali diterjemahkan dengan bijaksana, yaitu suatu pendekatan yang sedemikian rupa sehingga objek dakwah mampu merealisasikan apa yang didakwahkan dengan kemauan sendiri, tidak merasa terpaksa ataupun merasa tertekan. (2) Dakwah dengan bil Hasanah Mau'idzah hasanah ialah kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang da'i atau mubaligh, disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk ke arah kebijakan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, supaya yang disampaikan dapat ditangkap, dicerna, dihayati, dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari¹¹. Pendekatan dakwah melalui mau'idzah hasanah dilakukan dengan perintah dan larangan disertai dengan unsur motivasi dan ancaman. Diutarakan lewat perkataan yang dapat melembutkan hati, menggugah jiwa dan mencairkan segala bentuk kebekuan hati.

4 M. Arifin, Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi, Jakarta: Bumi Aksara, 2000

5 Muhammad Abduh, Ilmu Dakwah, Karya Samsul Munir Amin, Amzah, Jakarta, 2009

6 Fathul Bahri An-Nabiry, Meniti Jalan Dakwah (Bekal Perjuangan Para Da'i), Amzah, Jakarta, 2008

7 Salmadani, Filsafat Dakwah, Jakarta: Surau, 2003

4. Pesan/Materi

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Secara umum materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi tiga pesan. (1) Pesan Akidah, meliputi iman kepada Allah Swt. Iman kepada malaikat, iman kepada kitab-kitab, iman kepada Rasul, iman kepada hari akhir, iman kepada Qadha dan Qadhar.

(2) Pesan Syariah meliputi ibadah, thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji. Mu'amalah atau berdagang. (3) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt, akhlak terhadap makhluk yang meliputi: akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lain, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya. Pada dasarnya pesan dakwah merupakan ajaran Islam. Seluruh materi dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Bertujuan untuk beramar ma'ruf nahi munkar, yaitu menyeru kepada jalan yang benar dan meninggalkan kepada jalan keburukan. Menuju jalan yang dibenarkan dan diridhai oleh Allah Swt.⁸

5. Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk berdakwah dan sebagai alat bantu yang dalam istilah proses belajar mengajar disebut alat peraga. Sebuah alat bantu berarti media dakwah memiliki peran atau kedudukan yang sangat penting guna untuk tercapainya tujuan dakwah itu sendiri. Menggunakan media dalam kegiatan berdakwah mengakibatkan komunikasi antara da'i dan mad'u akan lebih dekat dan mudah untuk diterima. Dakwah bil lisan yaitu penyampaian informasi atas pesan dakwah melalui lisan seperti ceramah dan khutbah. Melalui audio visual seperti video, televisi, film, youtube. Melalui visual seperti foto, gambar, Serta adanya media auditif seperti rekaman radio, musik, dan lain-lain.⁹

6. Tujuan Dakwah

Hakikat dari tujuan dakwah adalah usaha yang diarahkan pada masyarakat luas untuk menyampaikan kebaikan dan mencegah keburukan. Berpegang teguh pada prinsip dan kaidah yang digariskan oleh Rasulullah Swt. Berlandaskan keadilan, sabar, ikhlas, toleransi, kasih sayang, sikap peduli terhadap orang lain. Menjadikan manusia Muslim mampu mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan bermasyarakat dan menyebarkan kepada masyarakat yang mula-mula apatis terhadap Islam menjadi orang yang suka rela menerimanya sebagai petunjuk aktivitas duniawi dan ukhrawi. Mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah Swt. Yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai Allah Swt sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing.¹⁰

Metode Dakwah Dalam Media Sosial

Dunia informasi dan teknologi berkembang dengan pesat, sehingga memperluas pengetahuan secara luas, termasuk di dalamnya dakwah Islam. Istilah istilah baru dan pendekatan konseptual baru yang bermunculan dalam keilmuan dan pengetahuan dakwah merupakan sebab dan upaya keilmuan dakwah untuk mengimbangi tantangan perkembangan zaman tak terbendung dan semakin kompleks. Meningkatnya perkembangan teknologi yang sulit dibendung, salah satunya dari berkembangnya teknologi adalah teknologi informasi dan komunikasi, adanya perkembangan ini mudahnya bertukar informasi antar kota, negara bahkan antar belahan dunia sekalipun. Metode dakwah pada zaman Nabi Saw dibandingkan dengan Metode dakwah pada era teknologi ini sangatlah berbeda. Dimana dakwah pada zaman Nabi Saw telah diberikan petunjuk dan waktu oleh Allah Swt untuk menyeru kepada jalan-Nya. Saat ini perkembangan zaman menjadikan dakwah semakin kompleks baik internal maupun eksternal. Kegiatan dakwah yang semakin kompleks pada era teknologi ini juga memberikan tantangan yang besar bagi para da'l dalyah. Hal ini karena dampak dari perkembangan teknologi tidak hanya memberikan kemudahan bagi kegiatan dakwah saja, namun perkembangan teknologi ini juga memberikan kemudharatan yang besar bagi masyarakat apabila tidak digunakan dengan tepat. Misalnya kegiatan maksiat semakin mudah, perjudian dan kafarat lainnya juga semakin mudah dilakukan, hilangnya rasa malu, akhlak dan moral juga semakin terkikis.

Inilah kemudian tantangan dakwah. yang harus dipecahkan oleh para da'l dan daiyah karena harus meningkatkan iman, akidah menggunakan teknologi yang semakin berkembang, agar generasi

8 Ahmad Mubarak, Psikologi Dakwah, Jakarta : Pustaka Firdaus, 1999

9 Fathul Bahri An-Nabiry, Meniti Jalan Dakwah, Amzah, Jakarta, 2008.

10 Wahyu Ilaichi, Komunikasi Dakwah, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010

muda tidak kehilangan moral, iman dan keilmuannya. Menurut Budiantono adanya integrasi media, metode berdakwah pun harus mengalami perkembangan, dakwah tidak lagi monoton dan sederhana, tapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi media, agar dakwah mudah tersebar dan diterima oleh banyak khalayak. Karena media sosial telah menjadi salah satu bagian besar dalam kehidupan masyarakat, dakwah harus mampu menggunakan strategi dan metode yang selaras dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dakwah digital harus menjunjung tinggi humanisme, dan da'i dapat menyebarkan pesan-pesan dakwahnya dengan menggunakan media sosial, yaitu dengan mendokumentasikan dan mengunggahnya di media sosial. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah menyimpan dan mengaksesnya kapan saja. Selanjutnya yang menjadi tantangan bagi para da'i adalah membuat mad'u yang berasal dari berbagai kalangan paham tentang materi dakwah yang disampaikan melalui media sosial.

Metode dakwah yang digunakan oleh para da'i dan da'lah di media sosial sangatlah beragam, di antaranya 1) menggunakan fitur upload video pada media sosial Youtube, Instagram, Tiktok, dan Facebook, yang memberikan kemudahan kepada para da'i untuk membagikan materi dakwahnya kepada masyarakat (mad'u). 2) Melalui fitur live streaming di media sosial baik di Youtube, Instagram, Tiktok, dan Facebook. Dalam kegiatan live streaming yang dilakukan da'i menggunakan metode diskusi dengan format kajian dakwah. Metode ini dilakukan oleh da'i setelah selesai menerangkan materi dakwahnya terlebih dahulu, dan kemudian memberikan kesempatan kepada mad'u yang hadir baik secara langsung ataupun online dalam live streaming untuk memberikan pertanyaan. 3) Melalui fitur upload foto, dimana melalui fitur ini para da'i menyampaikan dakwah melalui gambar maupun tulisan yang mengandung makna-makna materi dakwah yang dapat dipahami mad'u dari ilustrasi gambar dan makna tulisan yang disampaikan. 4) menggunakan fitur short video, pada fitur ini banyak para da'i yang mengupload video-video pendek yang berisikan materi-materi dakwah yang singkat padat dan jelas kepada para mad'u-nya dengan kemasan yang lebih unik dan menarik. 5) dengan metode podcast atau siaran web tenaliar, metode ini merupakan metode yang digunakan dengan mengunggah suaranya berupa video atau audio yang dapat diunduh melalui internet. Pada metode ini da'i mengemas video atau audio dakwah dalam bentuk siaran dan kemudian mengupload video tersebut pada akun media sosial untuk dapat diunduh oleh mad'u.¹¹

Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan *Publish or Perish (POP)* dan *Vosviewer* dapat dilihat bahwasanya media sosial digunakan sebagai salah satu media untuk berdakwah pada era digital ini. Beberapa media sosial yang digunakan tersebut adalah Youtube, Tiktok, Facebook dan Instagram. Media sosial Youtube dan Tiktok adalah media yang paling banyak digunakan para da'i. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah adalah sebagai sarana untuk dapat menyentuh mad'u yang lebih luas, khususnya generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nikmah, 2020 diketahui bahwa 90% responden menggunakan smartphone sebagai alat atau sarana untuk mencari informasi terkait kajian dakwah Islam, hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan melalui media sosial sangatlah efektif.

Penggunaan media sosial dalam dakwah juga dilakukan sebagai perkembangan dari aktivitas dakwah klasik ke modern, karena mengingat generasi saat ini lebih gemar menggunakan gawai (media sosial) untuk mencari informasi, termasuk informasi tentang keagamaan. Sehingga para da'i menilai penggunaan media sosial merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi para mad'u.

Selain itu berdasarkan beberapa hasil research menyatakan bahwasanya media sosial merupakan salah satu media yang efektif digunakan untuk berdakwah. Efektivitas dakwah melalui media sosial ini dapat dilihat dari beberapa hasil penelitian terdahulu, diantaranya: Avifah, 2017; Faridah et al, 2022 dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwasanya media dakwah yang dianggap efektif saat ini adalah media sosial salah satunya adalah media sosial Instagram. Dengan menggunakan media ini akan memudahkan kegiatan dakwah di kalangan generasi Z, karena generasi Z secara umum memiliki akun Instagram dan dijadikan sebagai sarana yang canggih untuk mendapatkan informasi untuk menjawab semua kebutuhannya, tentunya dengan kemudahan penggunaannya. Selain itu Instagram juga memberikan kemudahan bagi da'i untuk menyampaikan

¹¹ <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/18571/7781>

pesan-pesan dakwah dengan menggunakan berbagai fitur yang disediakan di media sosial instagram. Sehingga para madu dapat dengan mudah mengakses pesan-pesan dakwah yang diunggah tersebut. Selanjutnya media sosial Youtube, media sosial ini adalah media sosial yang paling banyak digunakan para Da'i. Karena media sosial ini dapat mengunggah video dengan durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan media sosial lainnya. Untuk menarik perhatian masyarakat para da'i memanfaatkan Youtube untuk mengunggah materi dakwah yang telah direkam terlebih dahulu dengan pengemasan materi, metode dan pesan yang menarik. Misalnya Ustadz Hanan Attaqi, dimana melalui akun channel Mood Dakwah Official di platform Youtube telah menarik perhatian masyarakat. Penggunaan Youtube ini sangat efektif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan metode yang menarik. Metode dakwah Bil Qashash (cerita) yang jarang digunakan bahkan hanya sedikit.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang peran Youtube akun Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya sebagai media dakwah diperoleh kesimpulan bahwasannya, peran akun Youtube Ustadz Hanan Attaki sebagai media dakwah cukup baik bagi para subscriber karena dalam kontennya tidak hanya menggunakan audio tapi juga ditampilkan secara visualnya yang dapat menarik perhatian para penonton untuk tetap *stay* menonton sehingga pesan-pesan yang disampaikan dalam konten dakwah Ustadz Hanan Attaki dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat mengubah spiritual penonton khususnya generasi Z.

REFERENSI

- A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah*, Kencana, Jakarta:2011 Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Jakarta : Pustaka Firdaus, 1999
- Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah (Bekal Perjuangan Para Da'i)*, Amzah, Jakarta, 2008
- Fathul Bahri Ayan-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2008. Julis Suriani, "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber," *Jurnal An-nida': Jurnal Pemikiran Islam* 41, no. 2 (2017): 252–265.
- M. Natsir, *Fungsi Dakwah Perjuangan*, dalam Abdul Munir Muklan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta, Sipes, 1996
- M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat, Bandung: Mizan, 2001
- M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000 Muhammad Abduh, *Ilmu Dakwah*, Karya Samsul Munir Amin, Amzah, Jakarta, 2009 Salmadani, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Surau, 2003
- Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000 Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Wijaya, 1979
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010 Wahyu Ilaihi, M.A., *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010 We Are Social & Hootsuite. (2023). "Digital 2023 Global Overview Report.