

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 12, January 2026, P. 241-253
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18092975>

Makna Retorika Persuasif Ustadz Hanan Attaqi Melalui Media *Platform* TikTok @ayah_amanah dalam Membangun Kepatuhan Spiritual Generasi Z

*The Meaning of Ustadz Hanan Attaqi's Persuasive Rhetoric Through the TikTok Platform
 @ayah_amanah in Building the Spiritual Obedience of Generation Z*

Nasichah, Sa'adah, Naila Zhafira Rasid

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nasichah@uinjkt.ac.id, saadah.24@mhs.uinjkt.ac.id, naila.zhafira24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstract

This study was motivated by the phenomenon of digital preaching that is rapidly growing among Generation Z, particularly through the TikTok platform. The purpose of this study is to analyze the influence of Ustadz Hanan Attaqi's persuasive rhetoric on increasing the compliance and spiritual awareness of Generation Z on social media. The research uses a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm and cultural phenomenology method. Data were obtained through observation of preaching content on TikTok, analysis of audience interactions (likes, comments, and reposts), and an online survey of 105 respondents aged 15–20 years who belong to Generation Z. The results show that 94.3% of respondents feel that Ustadz Hanan Attaqi's preaching has a positive impact on self-introspection, increased consistency in worship, and strengthening of morals. This effectiveness is influenced by the application of persuasive rhetoric that combines ethos, pathos, and logos in a balanced manner, delivered in a communicative style that is relevant to the lives of young people. This research contributes to the development of digital da'wah communication and demonstrates that social media can be an effective tool in shaping the spirituality of the younger generation in the modern era.

Keyword: Persuasive Rhetoric, Digital Da'wah, Ustadz Hanan Attaki, Generation Z, TikTok.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena dakwah digital yang berkembang pesat di kalangan generasi Z, khususnya melalui platform TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh retorika persuasif Ustadz Hanan Attaqi terhadap peningkatan kepatuhan dan kesadaran spiritual generasi Z di media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme serta metode fenomenologi budaya. Data diperoleh melalui observasi konten dakwah di TikTok, analisis interaksi audiens (likes, komentar, dan repost), serta survei online terhadap 105 responden berusia 15–20 tahun yang termasuk dalam generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 94,3% responden merasa dakwah Ustadz Hanan Attaqi memberikan dampak positif terhadap introspeksi diri, peningkatan konsistensi beribadah, dan penguatan akhlak. Efektivitas ini dipengaruhi oleh penerapan retorika persuasif yang menggabungkan ethos, pathos, dan logos secara seimbang, disampaikan dengan gaya komunikatif dan relevan dengan kehidupan anak muda. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan komunikasi dakwah digital dan menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk spiritualitas generasi muda di era modern.

Kata Kunci: Retorika Persuasif, Dakwah Digital, Ustadz Hanan Attaki, Generasi Z, TikTok.

Article Info

Received date: 19 December 2025

Revised date: 22 December 2025

Accepted date: 29 December 2025

PENDAHULUAN

Dalam kegiatan dakwah, hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah memahami siapa yang menjadi sasaran dakwah atau mad'u. Setiap metode dan pesan dakwah idealnya disusun dengan mempertimbangkan karakteristik para mad'u, agar cara penyampaian sesuai dengan tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif. Masyarakat sebagai objek dakwah dapat diklasifikasikan melalui berbagai sudut pandang, seperti aspek sosiologis, struktur kelembagaan, budaya sosial, profesi, maupun kondisi ekonomi.

Salah satu cara untuk mengelompokkan mad'u adalah melalui pendekatan demografis, yaitu dengan membedakan mereka berdasarkan jenis kelamin dan usia.¹ Dalam konteks pengelompokan berdasarkan usia, Alexis Abramson seorang pakar dalam bidang studi generasi menjelaskan bahwa waktu kelahiran seseorang berpengaruh besar terhadap pembentukan karakter generasinya. Ia menegaskan bahwa “kapan seseorang dilahirkan akan memengaruhi sikap, cara pandang, nilai-nilai, dan perilakunya”.² Secara umum, generasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu yang lahir dalam periode waktu tertentu dan memiliki pandangan budaya bersama, yang terbentuk oleh norma sosial serta perkembangan teknologi pada masa mereka tumbuh. Dalam masyarakat, terdapat berbagai teori yang menjelaskan pengelompokan generasi berdasarkan rentan tahun kelahiran, yang biasanya ditandai oleh peristiwa besar di tingkat global. Menurut data dari Beresford Research, Generasi Z merupakan kelahiran antara tahun 1997 hingga 2012 dan kini berada pada rentan usia 13-28 pada tahun 2025 yang ditandai dengan berkembangnya teknologi canggih.³



Figure 1 data loka penggunaan tiktok terbanyak

Dalam data tersebut terlihat Indonesia menjadi pengguna tiktok terbanyak dengan jumlah 194,37 juta pengguna.⁴ Sehingga dalam hal ini dakwah memiliki peluang besar untuk mengisi tabligh islam di dunia digital pada media platform tiktok.

Saat ini perkembangan teknologi dan media sosial telah membawa perubahan besar hampir dalam semua bidang kehidupan manusia. Salah satu bidang yang ikut mengalami dampak positif adalah dunia dakwah Islam. Jika dulu dakwah lebih sering dilakukan secara langsung melalui pengajian di masjid atau ceramah di televisi, kini pesan-pesan keagamaan bisa dengan mudah disebarkan melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, terutama TikTok.⁵

Gen Z secara khusus cenderung aktif menggunakan teknologi informasi, media sosial, dan smartphone, sehingga hal ini mempengaruhi keunikan cara berfikir dan menerima informasi yang

¹ Muhamad Irhamdi, “Keberagaman Mad'u Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah,” *Jurnal MD5*, no. 1 (2019): 55–71, <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.51-04>.

² Alexis Abramson, “Millennials, Baby Boomers or Gen Z: Which One Are You and What Does It Mean?” 2023, <https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zf8j92p>.

³ Beresford Research, “Age Range by Generation,” 2024, <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>.

⁴ Nouvan, “Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025,” *Dataloka.id*, 8 Agustus 2025, <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>.

⁵ H. Mauludin (2024), *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaqi dalam Menarik Generasi Muda*, Jurnal Dakwah Kontemporer, Vol. 10, No.2, hlm. 45.

berbeda.⁶ Dakwah yang berhasil menjangkau generasi ini perlu menyampaikan dengan cara yang menarik, singkat, namun tetap bermakna.⁷

Salah satu pendakwah yang berhasil beradaptasi dengan perkembangan zaman adalah Ustadz Hanan Attaki, yang dikenal luas melalui gaya penyampaian dakwahnya yang relevan dan mudah diterima oleh generasi muda, khususnya Generasi Z, di berbagai media sosial, terutama TikTok. Akun miliknya telah memiliki lebih dari 6,1 juta pengikut dan memperoleh sekitar 319,8 juta *like* pada konten-konten tabligh yang diunggah. Selain itu, beliau juga merupakan pendiri komunitas *Shift Pemuda Hijrah Movement*. Dalam setiap ceramahnya, Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang sederhana, disertai visual yang menarik serta contoh-contoh nyata yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga pesan dakwahnya mudah dipahami dan diterima oleh kalangan muda.⁸

Kemampuan Ustadz Hanan Attaki dalam menggunakan retorika persuasif menjadi salah satu faktor utama penelitian dalam membangun kesadaran spiritual di kalangan generasi Z. Objek penelitian ini relevan untuk diteliti karena mencerminkan bagian penting dari fenomena dakwah digital dengan maraknya aktivitas mubaligh di media sosial.⁹ Terutama melalui platform media sosial TikTok, keberhasilan tokoh ini dalam menarik perhatian generasi muda, khususnya Generasi Z, menjadikannya figur yang relevan untuk dijadikan objek penelitian. Mengingat besarnya pengaruh media sosial terhadap Generasi Z, diperlukan bentuk dakwah yang sesuai dengan karakter dan dinamika kehidupan mereka. Oleh karena itu, memahami bagaimana implementasi budaya tabligh dan retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki dalam penyampaian nilai-nilai spiritual di platform TikTok sangat penting, untuk mengetahui sejauh mana pesan-pesan tersebut memengaruhi spiritualitas serta perilaku sehari-hari Generasi Z.

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti peran media sosial sebagai wadah dakwah serta pemanfaatan retorika persuasif oleh para dai untuk memperkuat kesadaran keagamaan di kalangan generasi Z. Muzayyanah Yuliasih (2022)¹⁰ mengungkapkan bahwa Instagram dapat dijadikan sarana efektif dalam menyampaikan dakwah kepada generasi milenial. Konten berupa video dan gambar mampu menarik minat sekaligus membentuk sikap dan kepatuhan spiritual para pengikutnya secara signifikan. Selain itu, penelitian oleh Saputri (2025)¹¹ menemukan bahwa gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki di TikTok yang menggabungkan pendekatan persuasif dan bahasa yang akrab dengan anak muda berdampak positif pada motivasi generasi Z. Husain Basyaiban (2025)¹² juga menunjukkan bahwa konten dakwah yang autentik dan relevan dengan kebutuhan sosial dan emosional generasi Z mampu mempengaruhi peningkatan spiritualitas mereka secara signifikan.

Keseluruhan penelitian tersebut menegaskan bahwa platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, bila digunakan dengan strategi retorika persuasif, efektif dalam membangun dan memperkuat keberlangsungan spiritual generasi muda, terutama generasi Z.

Ketiga penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Diantara kesamaannya yaitu penelitian Muzayyanah Yuliasih (2022) menegaskan bahwa Instagram sebagai media sosial efektif digunakan sebagai media dakwah bagi generasi milenial dengan konten video dan gambar yang relevan serta menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian lain yang menilai TikTok sebagai platform efektif untuk dakwah generasi Z, dimana kedua media sosial tersebut menjadi

⁶ Noviana Aini (2023), *PEMANFAATAN MEDIA DAKWAH PLATFORM DIGITAL DI ERA GENERASI Z*, Jurnal Studi Islam Lintas Negara, vol 5, no 2, hal 110-111

⁷ Erdin Sumardianto (2025), *DAKWAH KEPADA GEN Z: TINJAUAN KOMPONEN MANAJEMEN DAKWAH*, Tanzhim: Jurnal Dakwah terprogram, vol 3, no 1, hal 80

⁸ H. Mauludin, *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Menarik Generasi Muda*, Jurnal Dakwah Kontemporer, Vol. 10, No.2, 2024, hlm. 45.

⁹ Robby Aditya Putra, Exsan Adde, and Maulid Fitri, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z," Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 07, no. 01 (2023): 65-66.

¹⁰ Muzayyanah Yuliasih, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millenial," Jurnal Dakwah, 2022

¹¹ Saputri WA, "Pengaruh Gaya Penyampaian Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok," 2025.

¹² Husain Basyaiban, "Eksplorasi Perubahan Sikap Religiusitas Gen Z melalui Konten Dakwah TikTok," 2025.

sarana utama dalam menyampaikan pesan keagamaan secara cepat dan luas. Baik dalam konteks Instagram maupun TikTok, para dai menggunakan retorika persuasif seperti *ethos*, *pathos*, dan *logos* untuk mengajak dan mempengaruhi audiens agar lebih taat dan termotivasi menjalankan ajaran agama (Husain Basyaiban, 2025). Pendekatan persuasif ini mampu membangun kedekatan emosional dengan generasi muda sehingga dakwah dapat efektif.

Perbedaan utama antara penelitian ini dengan studi sebelumnya terletak pada fokus platform dan subjek yang dikaji. Penelitian Muzayyanah Yuliasih (2022) berfokus pada penggunaan Instagram sebagai media dakwah, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada TikTok dengan karakteristik khusus, durasi video relatif singkat, tampilan interaktif disertai efek visual yang menarik, serta didominasi oleh pengguna Generasi Z yang dikenal memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi digital.

Sementara itu, meskipun penelitian Saputri (2025) dan Husain Basyaiban (2025) meneliti dakwah di platform TikTok, namun keduanya masih membahas fenomena dakwah secara umum tanpa menyoroti figur pendakwah tertentu dan metode retorika tertentu. Berbeda dari penelitian tersebut, kajian ini secara khusus memfokuskan perhatian pada metode retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki sebagai fokus tokoh utama, yang dikenal dengan gaya komunikasi dakwahnya yang dekat dengan keseharian, perilaku, dan bahasa Generasi Z.

Selain daripada itu metode penelitian sebelumnya menggunakan studi literatur, survei kuantitatif, dan studi eksplorasi. Namun, penelitian ini memperluas dan memperdalam kajian sebelumnya dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi budaya guna memahami secara lebih mendalam proses pembentukan makna kehadiran spiritual melalui retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di kalangan Generasi Z.

Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan kajian terkait pemahaman mendalam mengenai dampak budaya tabligh dan retorika persuasif yang diterapkan oleh tokoh pendakwah khusus Ustadz Hanan Attaki di media platform TikTok terhadap spiritualitas Generasi Z. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada pemanfaatan media sosial dalam dakwah, terutama pada platform Instagram. Adapun penggunaan platform TikTok peneliti tidak menyoroti tokoh pendakwah dan metode retorika tertentu seperti metode retorika persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki secara spesifik.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis makna retorika persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki di TikTok terhadap tingkat kepatuhan spiritual Generasi Z, serta menelaah bagaimana bentuk retorika persuasif tersebut memengaruhi hubungan spiritual individu, baik dalam konteks interpersonal dengan diri sendiri maupun hubungan transendental dengan Tuhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme¹³ yang berfokus pada bagaimana individu membangun makna dari pengalaman mereka. Dalam konteks ini, remaja Generasi Z sebagai audiens membentuk pemahaman dan makna terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki di platform TikTok.

Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana retorika dakwah persuasif Ustadz Hanan Attaki memberikan pengaruh positif terhadap remaja, serta bagaimana retorika tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens muda, khususnya Generasi Z. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif¹⁴, dengan tujuan menggambarkan secara sistematis bentuk retorika dakwah persuasif yang

¹³ Febry Ichwan Butsi, *EMAHAMIPENDEKATANPOSITIVIS, KONSTRUKTIVIS DAN KRITIS DALAM METODE PENELITIAN KOMUNIKASI*, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi: Communique, Vol. 2, no. 1, 2019, hal 53-54

¹⁴ Jeffrey Villamin, "A Worked Example of Qualitative Descriptive Design: A Practical Guide for Researchers," Journal of Advanced Nursing, accessed October 22, 2025, 1300-1310, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jan.16481>.

digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki di TikTok. Penelitian deskriptif ini berupaya memberikan gambaran faktual mengenai fenomena dakwah digital sebagaimana adanya.

Mengingat penelitian ini berfokus pada media sosial dan dampaknya terhadap Generasi Z, peneliti berperan aktif dalam mengumpulkan dan menganalisis data dari akun TikTok Ustadz Hanan Attaki. Analisis dilakukan terhadap jumlah pengikut, penonton, dan komentar pada beberapa unggahan dakwah, serta melalui survei online kepada responden yang pernah menonton dan mengikuti konten retorika dakwah persuasif tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling¹⁵, dengan kriteria responden yang termasuk dalam rentang kelahiran 1995–2010, yaitu Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi budaya, yakni pendekatan yang berupaya memahami makna pengalaman hidup responden dalam konteks budaya tertentu. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif Generasi Z dalam menginterpretasikan konten dakwah digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok, dengan dukungan data dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait.

KERANGKA BERFIKIR

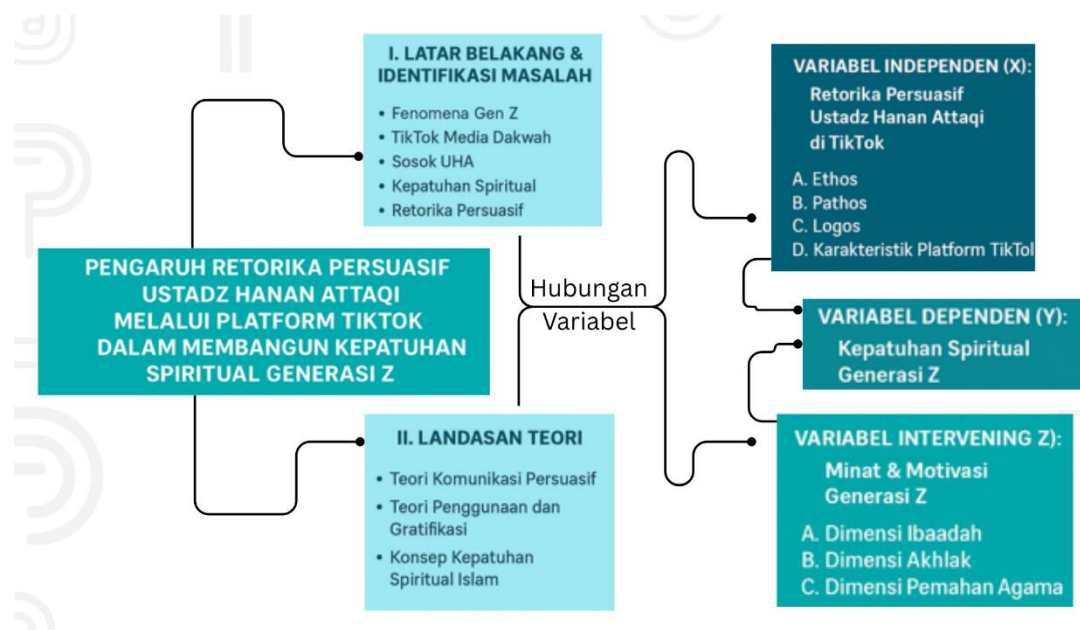


Figure 2 Bagan Kerangka Berfikir

Peneliti memulai kajian ini dengan menaruh perhatian pada fenomena dakwah digital yang berkembang pesat di media sosial, khususnya melalui platform TikTok. Dalam konteks ini, Ustadz Hanan Attaqi menjadi fokus utama penelitian karena kemampuannya memanfaatkan gaya retorika persuasif yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z, kelompok yang dikenal akrab dengan teknologi digital, menyukai konten singkat, visual, dan interaktif. Peneliti berupaya memahami bagaimana strategi komunikasi dakwah yang dilakukan ustadz tersebut dapat membentuk motivasi religius dan memengaruhi tingkat kepatuhan spiritual generasi muda.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, peneliti menyusun alur berpikir berdasarkan hubungan antara teori, data, dan hipotesis.

Pertama, berdasarkan prekspektif teoritis, penelitian ini berlandaskan pada beberapa pendekatan konseptual:

¹⁵ Mumtaz Ali Memon, Ramayah Thursamy, Hiram Ting, dan Jun-Hwa Cheah, "Purposive Sampling: A Review and Guidelines for Quantitative Research," *Journal of Applied Structural Equation Modeling* 9, no. 1 (2025): 2-20, https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2024/12/JASEM90101_Memonetal2025.pdf.

1. Teori Retorika Aristoteles (Ethos, Pathos, Logos) yang menjelaskan bagaimana kredibilitas, emosi, dan logika digunakan untuk meyakinkan audiens;
2. Teori Persuasi Sosial Robert Cialdini, yang menyoroti prinsip-prinsip pengaruh dalam interaksi sosial;
3. Elaboration Likelihood Model (ELM) oleh Petty dan Cacioppo, yang menggambarkan proses persuasi melalui jalur sentral (pemikiran mendalam) dan perifer (stimulus emosional); serta
4. Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura, yang menegaskan bahwa perilaku dapat terbentuk melalui observasi dan peniruan model sosial yang dianggap berpengaruh.

Kedua, dari aspek data, penelitian ini menggunakan analisis konten terhadap video dakwah Ustadz Hanan Attaqi di TikTok serta analisis respons audiens, seperti komentar, jumlah likes, dan tingkat interaksi. Data ini digunakan untuk menilai bagaimana audiens merespons pesan dakwah dan sejauh mana terjadi perubahan dalam motivasi serta perilaku spiritual mereka.

Ketiga, peneliti merumuskan hipotesis bahwa retorika persuasif yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaqi melalui platform TikTok memiliki pengaruh positif terhadap motivasi religius dan kepatuhan spiritual Generasi Z. Pengaruh ini diyakini diperkuat oleh karakteristik unik media TikTok, seperti durasi video yang singkat, daya tarik visual yang kuat, serta tingginya interaksi sosial antar pengguna yang memungkinkan pesan dakwah tersampaikan secara efektif dan berulang.

Dengan demikian, alur berpikir peneliti menggambarkan proses sistematis dari pengamatan fenomena, pemilihan teori yang relevan, pengumpulan serta analisis data, hingga penarikan dugaan teoritis tentang bagaimana retorika digital dapat membentuk spiritualitas generasi muda di era media sosial.

LANDASAN TEORI

A. Teori Retorika Persuasif (Aristoteles)

Aristoteles, seorang filsuf Yunani kuno (384-322 SM), mengembangkan teori retorika yang membagi persuasi menjadi tiga unsur utama, yaitu *ethos* (kredibilitas pembicara) pembentukan karakter personal dengan baik, *pathos* (emosi pendengar), dan *logos* (logika argumen). Retorika persuasif merupakan seni alat memilih kata-kata untuk memengaruhi pikiran dan tindakan audiens.¹⁶ Dalam konteks Ustadz Hanan Attaqi di TikTok, *ethos* terlihat dari otoritas keagamaannya dan pengalamannya sebagai ustadz muda, *pathos* muncul melalui kisah inspiratif yang membangkitkan perasaan spiritual, dan *logos* diwujudkan lewat penjelasan logis berdasarkan ayat Al-Qur'an dan hadis. Konten yang menyentuh emosi dan autentik mampu memengaruhi Generasi Z yang sangat peka terhadap hal tersebut untuk membangun kesejahteraan spiritual melalui penguatan nilai-nilai agama. Aristoteles menekankan bahwa persuasi paling efektif saat ketiga elemen ini seimbang.

B. Teori Prinsip-Prinsip Persuasi (Robert Cialdini)

Robert Cialdini, psikolog sosial Amerika, dalam bukunya *Influence The Psychology of Persuasion* (1984), merumuskan enam prinsip persuasi diantaranya timbal balik, komitmen dan konsistensi, bukti sosial, otoritas, kesukaan, dan kelangkaan.¹⁷ Di TikTok, Ustadz Hanan Attaqi memanfaatkan otoritasnya sebagai tokoh agama, bukti sosial lewat jumlah komentar dan likes dari pengikut Generasi Z, serta kesukaan yang muncul dari gaya komunikasi yang santai dan mudah diterima. Pendekatan ini mendorong generasi muda untuk mengikuti ajaran Islam melalui konten yang viral, karena mereka cenderung meniru tren sosial. Cialdini juga menunjukkan bahwa media sosial memperkuat prinsip persuasi ini karena interaksi yang cepat dan bersifat personal.

¹⁶ Shafira Zulkarnaini, Mardiningsih, Sugianti, *Teknik Retorika Dalam Penggunaan Pathos, Logos, Ethos Dalam Video Pidato Joko Widodo Di Youtube*, Jurnal Bahasa Indonesia, vol. 2 no. 2, hal 75-76

¹⁷ James Carrier, *6 Prinsip Persuasi Cialdini: Ringkasan Sederhana*, PeopleShift, 2015, https://people-shift-com.translate.google/articles/cialdinis-6-principles-of-persuasion/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=tc.

C. Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) (Richard Petty dan John Cacioppo)

Richard Petty dan John Cacioppo mengembangkan model ELM dalam *Communication and Persuasion* (1986) yang mengidentifikasi dua jalur persuasi diantaranya jalur sentral, yakni pemrosesan argumen yang mendalam, dan jalur perifer, yakni pengaruh faktor luar seperti penampilan pembicara.¹⁸ Konten TikTok Ustadz Hanan Attaqi banyak menggunakan jalur perifer berupa video singkat, musik, dan visual menarik untuk menjangkau Generasi Z yang memiliki rentang perhatian singkat. Namun, bagi yang lebih tertarik, jalur sentral melalui pesan spiritual yang mendalam dapat memicu perubahan pemahaman dan sikap spiritual yang lebih tahan lama. Studi meta-analisis mendukung bahwa ELM efektif dalam mengubah sikap melalui media sosial, termasuk kampanye kesehatan dan agama.

D. Teori Pembelajaran Sosial (Albert Bandura)

Albert Bandura menekankan bahwa perilaku dipelajari melalui observasi, peniruan, dan penguatan dari model yang ada di lingkungan sosial.¹⁹ Dalam konteks ini, Ustadz Hanan Attaqi menjadi sosok role model di TikTok yang ditiru oleh Generasi Z dalam praktik keagamaan seperti sholat atau membaca Al-Qur'an. Penguatan positif melalui fitur duet, komentar, likes, dan shares memperkuat perilaku tersebut. Bandura juga menambahkan pentingnya model yang dapat diterima atau relatable, yang sesuai dengan gaya modern dan interaktif Ustadz Hanan. Eksperimen klasik Bandura, seperti "Bobo Doll"²⁰, membuktikan bahwa perilaku dapat ditiru, sehingga teori ini relevan dengan fenomena influencer media sosial dan perubahan perilaku generasi muda.

Kesimpulan dan Integrasi Teori Keempat teori ini saling melengkapi, dengan retorika Aristoteles sebagai pondasi persuasi, prinsip persuasi Cialdini sebagai mekanisme yang memperkuat di media, ELM sebagai model cara pemrosesan persuasi, dan teori pembelajaran sosial Bandura yang menjelaskan perubahan perilaku yang terjadi. Retorika persuasif Ustadz Hanan Attaqi di TikTok memanfaatkan kekuatan media sosial untuk membangun kepatuhan dan motivasi spiritual generasi Z yang haus akan makna di era digital. Kerangka ini dapat diuji melalui metode empiris, baik analisis konten, survei, maupun eksperimen, dan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan teori tambahan seperti teori identitas digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selayang Pandang Ustadz Hanan Attaqi

Ustadz Hanan Attaqi, atau yang dikenal dengan nama Hanan Attaki, merupakan salah satu dai muda yang memperoleh perhatian luas di kalangan masyarakat Indonesia. Popularitasnya meningkat secara signifikan setelah pembaiatan dirinya sebagai anggota Nahdlatul Ulama (NU) di Malang, Jawa Timur, yang menjadi salah satu tonggak penting dalam perjalanan dakwahnya.

Hanan Attaqi lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 sebagai anak kelima dari tujuh bersaudara. Sejak masa kanak-kanak, ia telah menunjukkan kedekatan dengan Al-Qur'an serta prestasi akademik yang menonjol. Keberhasilannya dalam bidang pendidikan mengantarkannya memperoleh beasiswa dan memenangkan sejumlah lomba Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) di tingkat daerah. Setelah menamatkan pendidikan di Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, ia melanjutkan studi ke Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, dan menjadi anggota pertama dalam keluarganya yang menempuh pendidikan tinggi di luar negeri.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Al-Azhar, Hanan memilih jurusan Tafsir Al-Qur'an pada Fakultas Ushuluddin. Ia aktif dalam berbagai kegiatan keilmuan, antara lain dalam komunitas studi Al-Qur'an serta redaksi buletin Salsabila. Setelah menyelesaikan studi pada tahun 2004

¹⁸ Irwandy, D. (2018). *Penerapan Elaboration Likelihood Theory dalam Analisis Komunikasi Persuasif*. *Jurnal Wacana*, 12(2), 45-57.

¹⁹ Ansani, H. M., & Samsir, M. (2022). Teori Pemodelan Albert Bandura dalam Pembelajaran Sosial Kognitif. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(7), 3070-3074.

²⁰ Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63(2), 221-243.

dan meraih gelar Lc., ia dinobatkan sebagai qori' terbaik di Fajar TV Kairo pada tahun 2005. Selain itu, ia juga aktif membacakan tilawah Al-Qur'an di Fajar TV dan Iqro TV sebelum kembali ke Indonesia dan menetap di Bandung.

Di Bandung, Hanan Attaqi mengabdikan diri di bidang pendidikan dan dakwah dengan mengajar di SQT Habiburrahman dan Jendela Hati, serta menjabat sebagai Direktur Rumah Qur'an Salman di Institut Teknologi Bandung (ITB). Pada Maret 2015, ia mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah yang dikenal luas dengan nama *Shift*.²¹ Melalui gerakan ini, ia menitikberatkan dakwahnya kepada kalangan muda dengan pendekatan yang adaptif terhadap perkembangan zaman, menggunakan gaya komunikasi yang modern, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana efektif dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman. Pendekatan dakwah yang inovatif tersebut menjadikan pesannya mudah diterima oleh generasi milenial dan Generasi Z.²²

Analisis Konten Tabligh Ustadz Hanan Attaki

Ustadz Hanan Attaqi berhasil memanfaatkan platform media sosial TikTok secara efektif sebagai sarana dakwah digital melalui akun bernama @ayahamanah. Akun tersebut memiliki jumlah pengikut mencapai 6,1 juta, dengan total *likes* sekitar 320,6 juta. Setiap unggahan video memperoleh jangkauan penonton yang bervariasi antara 41 ribu hingga 26,4 juta kali tayang, hal ini menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang sangat tinggi terhadap unggahan dakwah retorika ustadz Hanan Attaqi. Selain itu, terdapat sekitar 80,2 ribu unggahan dengan tagar *hashtag* #ayahamanah, yang menandakan besarnya partisipasi dan resonansi publik terhadap konten dakwah yang disebarkan. Salah satu unggahan terbarunya pada tanggal 23 Agustus 2025 pada jam 21.13 yang berjudul "*Menjaga Lisan*" bahkan memperoleh 2.534 kali unggah ulang (*repost*), memperlihatkan daya tarik yang tinggi dan pengaruh pesan dakwah yang disampaikan di kalangan pengguna TikTok, khususnya Generasi Z.

Selain itu, terdapat salah satu unggahan Ustadz Hanan Attaki yang memperoleh perhatian besar dari warganet, dengan capaian 3,1 juta suka (*likes*), 26,4 juta tayangan (*views*), dan 346,9 ribu kali dibagikan (*repost*). Unggahan tersebut berjudul "*Jodoh itu Takdir, Cukup Pantaskan Diri*". Dalam video tabligh tersebut, Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan bahwa pacaran memiliki dua kemungkinan, yaitu patah hati atau menikah dengan cara yang tidak baik, sebab jika seseorang berjodoh dengan pacarnya, berarti hubungan itu dimulai dengan langkah yang tidak baik.

Beragam tanggapan muncul dari para pengikutnya, seperti komentar dari @rifka_sr yang menulis, "*Ngerasa sepi itu pasti, tapi pacaran bukan solusi*," serta dari @hi?iniuci yang menuliskan, "*Alhamdulillah, tahun lalu aku pernah pacaran, sekarang udah jomblo. Doain aku ya, guys, semoga jomblo terus sampai ketemu jodoh*." Banyak pula pengguna lain yang mengungkapkan penyesalan mereka dengan komentar seperti "*Nyesel pernah pacaran*."

Temuan ini menunjukkan bahwa pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial bersifat relevan dengan pengalaman anak muda dan memberikan pengaruh positif terhadap pandangan mereka mengenai hubungan dan pernikahan dalam perspektif Islam.

Ustadz Hanan Attaqi memposting video TikTok pada tanggal 15 Januari dengan tema "*Islam punya banyak jenis ibadah, agar manusia enggan gampang bosan*" dengan jumlah 190 rb penonton. Dalam unggahan video dakwah tersebut memberikan contoh gambaran dari penerapan retorika persuasif digital yang efektif dalam menjangkau Generasi Z. Dari segi *logos*, pesan yang disampaikan bersifat rasional dan argumentatif. Ustadz Hanan menjelaskan bahwa keragaman dalam bentuk ibadah seperti zikir dan wirid tidak mencerminkan kekakuan agama, melainkan merupakan bentuk penyesuaian

²¹ Anis Fitriani, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah," Repository.Uinjkt.Ac.Id (UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2018), 62–64.

²² Alanuari, Muhammad Syahrul Hasan, dan Fauziyah Hamidah, "Budaya Tabligh di Media Sosial: Nilai Spiritual terhadap Tabligh Ustadz Hanan Attaki di Media Instagram pada Generasi Z di Indonesia," *BATUTHAH: Jurnal Sejarah Peradaban Islam* Vol. 3, No. 2 (2024): 99, DOI: 10.38073/batuthahv3i2.1760.

terhadap karakter manusia yang mudah merasa jenuh. Tujuan variasi tersebut adalah agar praktik ibadah tetap berkelanjutan. Hal ini ditegaskan dalam pernyataannya bahwa “*tanawwu (beragam) itu agar kita tidak bosan, sebab bukan zikirnya yang membosankan, melainkan manusianya yang mudah bosan.*”

Dari sisi *pathos*, daya tarik emosional dibangun melalui penyebutan keutamaan setiap zikir, misalnya bacaan “*Subhanallahi wa bihamdihi subhanallahil 'azim*” yang digambarkan memiliki pahala besar dan berat di timbangan amal. Penyajian semacam ini menumbuhkan motivasi dan semangat spiritual dengan menekankan aspek pahala dan harapan. Sementara itu, unsur *ethos* tercermin melalui gaya penyampaian Ustadz Hanan Attaqi yang santai, komunikatif, dan mudah dipahami, sehingga mampu menciptakan kedekatan dengan audiens. Perpaduan antara rasionalitas, emosi, dan kredibilitas tersebut menjadikan pesan dakwahnya tidak hanya logis dan menyentuh secara emosional, tetapi juga relevan serta mudah diterima oleh generasi muda di ruang digital.

Retorika persuasif yang dilakukan Ustadz Hanan Attaqi menunjukkan bahwa Islam bisa disampaikan dengan cara yang modern tanpa mengurangi nilai dan maknanya. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang efektif untuk menebarkan kebaikan dan memperluas jangkauan dakwah Islam di era digital. Melalui gaya berbicara yang memadukan unsur *ethos* (kredibilitas), *pathos* (sentuhan emosi), dan *logos* (logika), beliau mampu menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan cara yang jelas, menyentuh, dan meyakinkan. Pendekatan komunikasi ini membuat pesan dakwahnya lebih mudah diterima serta mendorong munculnya kesadaran dan ketaatan kepada Allah di kalangan anak muda.²³ Cara penyampaian yang persuasif tersebut juga sesuai dengan karakter generasi Z yang lebih tertarik pada konten yang relevan dengan kehidupan mereka, disampaikan secara menarik, dan memiliki manfaat praktis dalam keseharian.²⁴ Pendekatan ini membuat dakwah beliau lebih mudah diterima oleh generasi muda. Tidak hanya menginspirasi dari sisi keagamaan, tetapi juga membangkitkan semangat untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Dampak Tabligh Retorika Persuasif Ustadz Hanan Attaki terhadap Spiritual Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di media TikTok memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap audiens Generasi Z. Dari 105 responden, sebanyak 94,3% yang berada pada rentang usia 15–20 tahun menyatakan bahwa gaya komunikasi dan retorika persuasif yang digunakan Ustadz Hanan Attaki mampu menyentuh perasaan, menggugah kesadaran, dan memotivasi mereka untuk melakukan introspeksi serta memperbaiki diri. Melalui penggunaan bahasa yang sederhana, emosional, dan relevan dengan kehidupan remaja, dakwah beliau juga memberikan energi positif, menumbuhkan rasa cinta kepada Tuhan, serta meningkatkan konsistensi dalam beribadah. Selain itu, audiens mengaku terinspirasi untuk menjaga akhlak dan memperkuat semangat spiritual, terutama ketika menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan hidup, karena kekuatan pesan persuasif yang disampaikan dengan cara yang menyentuh dan membangun kedekatan emosional. Dapat dibuktikan pada diagram berikut:

1. Relevansi Dan Efektivitas Diagram hasil penelitian ini menggambarkan relevansi dan efektivitas retorika persuasif yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaqi berdasarkan survei terhadap 105 responden. Sebagian besar responden (63,8%) menyatakan sangat setuju bahwa Ustadz Hanan mampu menciptakan suasana komunikasi yang hangat dan tidak menggurui, menunjukkan efektivitas pendekatan yang bersahabat dan dekat secara emosional dengan audiensnya. Gaya bicara beliau yang menarik dan mudah diikuti mendapat persetujuan tinggi (60%), menunjukkan kemampuan retorika yang memudahkan pesan tersampaikan dengan baik. Lebih lanjut, 70,5% responden juga menilai bahwa bahasa yang digunakan sangat relevan dan sesuai dengan kehidupan anak muda, yang sangat penting dalam menjangkau Generasi Z.

²³ A. Rahman, *Retorika Persuasif dalam Dakwah Islam: Studi Kasus Ustadz Hanan Attaqi*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 8, No.1, 2023, hlm. 78-79.

²⁴ S. Nuraini, *Karakteristik Generasi Z dalam Menyikapi Pesan Dakwah*, Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya, Vol. 15, No.1, 2022, hlm. 120-121.

Integrasi antara logika, emosi, dan nilai spiritual dalam ceramah beliau diapresiasi oleh 56,2% responden, menegaskan kekuatan kombinasi ethos, pathos, dan logos dalam retorika persuasif Ustadz Hanan. Penggunaan kisah dan analogi yang membuat pesan dakwah mudah diingat dan dipahami mendapat persetujuan 61,9%, sementara intonasi dan ekspresi yang menggugah perhatian juga diapresiasi oleh 55,2% responden, mengindikasikan aspek emosional yang kuat dalam penyampaian.

Secara keseluruhan, diagram ini menegaskan bahwa keberhasilan Ustadz Hanan Attaqi dalam dakwah digital di TikTok sangat dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang hangat, penggunaan bahasa yang relevan, serta penggabungan logika dan emosi yang menyentuh audiens muda, yang kesemuanya membentuk retorika persuasif yang efektif dan berdampak positif terhadap kepatuhan spiritual Generasi Z.

2. Presepsi Perasaan Audiens Saat Hasil penelitian persepsi audiens terhadap retorika persuasif Ustadz Hanan Attaqi di TikTok menunjukkan bahwa mayoritas audiens merasa pesan dakwah yang disampaikan memberikan efek yang sangat positif. Sebagian besar responden (55,2% sangat setuju dan 26,7% setuju) menyatakan bahwa pesan dakwah Ustadz Hanan menenangkan dan memberi energi positif bagi mereka. Selain itu, sekitar 52,4% responden sangat setuju bahwa pesan yang disampaikan sering kali membuat mereka merenung dan melakukan introspeksi diri.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa audiens merasakan adanya kedekatan emosional dengan gaya dakwah Ustadz Hanan, dengan 41,9% setuju dan 31,4% sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini menegaskan keberhasilan retorika persuasifnya membangun hubungan emosional dengan generasi Z. Tak kalah penting, lebih dari separuh audiens (54,3%) sangat termotivasi untuk memperbaiki diri setelah mendengarkan ceramah beliau, yang menunjukkan dampak nyata dari pendekatan retorika persuasif ini dalam membangun kepatuhan spiritual.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa retorika persuasif yang memanfaatkan kombinasi ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika) yang diterapkan Ustadz Hanan Attaqi secara efektif menggerakkan emosi, pikiran, dan tindakan audiens. Platform TikTok memperkuat penyebaran pesan tersebut dengan fitur interaktif dan algoritma viral yang mendorong keterlibatan yang tinggi. Secara keseluruhan, persepsi audiens terhadap retorika Ustadz Hanan Attaqi sangat positif dan berdampak pada peningkatan kesadaran dan praktik spiritual generasi muda.

3. Pengaruh Spiritual Audiens

Hasil penelitian mengenai persepsi audiens terhadap pengaruh spiritual dari retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di TikTok menunjukkan bahwa dakwah yang disampainya memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kesadaran spiritual dan praktik keagamaan para pendengarnya. Sebagian besar responden mengaku lebih menyadari pentingnya memperbaiki niat dan hati dalam beribadah, dengan 60% responden menyatakan sangat setuju terhadap hal tersebut.

Lebih dari separuh peserta survei juga menyebutkan bahwa mereka menjadi lebih konsisten dalam melaksanakan ibadah setelah mengikuti dakwah Ustadz Hanan, di mana 34,3% menyatakan sangat setuju dan 35,2% menyatakan setuju. Selain menumbuhkan semangat beribadah, ceramah Ustadz Hanan Attaki juga memberikan inspirasi kepada banyak audiens untuk menjaga akhlak dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana ditunjukkan oleh 25,7% responden yang sangat setuju dan 54,3% yang setuju terhadap pernyataan tersebut.

Lebih jauh, dakwah yang beliau sampaikan juga membantu audiens merasakan kedekatan spiritual dengan Allah SWT, menandakan bahwa retorika persuasif yang diterapkan Ustadz Hanan mampu membangun hubungan emosional dan memperkuat keyakinan religius pengikutnya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di TikTok memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan kesadaran spiritual, konsistensi beribadah, motivasi menjaga akhlak, serta mempererat hubungan dengan Tuhan di kalangan generasi muda. Efektivitas ini sejalan dengan konsep retorika Aristoteles yang menekankan keseimbangan antara ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika) yang diadaptasikan secara kreatif dalam konteks media sosial modern, serta mempererat hubungan dengan Tuhan di kalangan generasi muda. Efektivitas ini sejalan dengan konsep retorika Aristoteles yang menekankan keseimbangan antara ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika) yang diadaptasikan secara kreatif dalam konteks media sosial modern.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di platform TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran dan kepatuhan spiritual Generasi Z. Melalui keseimbangan antara ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika), Ustadz Hanan berhasil mengomunikasikan pesan keagamaan dengan gaya yang hangat, santai, dan relevan dengan pengalaman hidup anak muda. Hal ini membuktikan bahwa retorika dakwah yang dikemas secara modern dan emosional mampu menjadi sarana efektif dalam menumbuhkan kesadaran religius dan pembentukan karakter spiritual di era digital.

Dalam konteks sosial dan akademik, penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial seperti TikTok kini berperan sebagai ruang baru bagi transformasi nilai-nilai keagamaan. Temuan ini menguatkan teori retorika Aristoteles dan model persuasi modern, seperti Elaboration Likelihood Model dan teori pembelajaran sosial Bandura, yang menekankan bahwa perubahan sikap dan perilaku dapat dibentuk melalui pesan yang menyentuh akal, emosi, dan keteladanan. Secara praktis, hasil ini menjadi pedoman bagi para pendakwah untuk mengadaptasi strategi komunikasi dakwah yang lebih persuasif dan interaktif sesuai karakter generasi digital.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang relatif terbatas (105 orang) dan metode pendekatan kualitatif yang digunakan belum sepenuhnya mampu menggambarkan keterkaitan sebab akibat antara paparan konten dakwah dan perubahan perilaku spiritual generasi Z. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan jumlah responden lebih besar, serta melibatkan perbandingan antara beberapa tokoh dan platform untuk memperkaya hasil analisis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa retorika persuasif Ustadz Hanan Attaki di platform TikTok berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kesadaran dan kepatuhan spiritual Generasi Z. Dakwah yang dikemas dengan gaya komunikasi yang hangat, sederhana, dan relevan dengan kehidupan remaja membuat pesan keagamaan mudah diterima oleh audiens muda. Melalui keseimbangan antara ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika), Ustadz Hanan mampu menumbuhkan motivasi introspeksi diri, semangat memperbaiki perilaku, dan dorongan untuk menjaga konsistensi dalam beribadah.

Hasil survei terhadap 105 responden dengan rentang usia 15–20 tahun menunjukkan bahwa 94,3% audiens merasa terinspirasi oleh retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki, yang memberi dampak positif terhadap pembentukan akhlak, peningkatan spiritualitas, serta rasa cinta kepada Tuhan. Ceramah beliau di TikTok terbukti mampu menghadirkan energi positif, membangkitkan kesadaran religius, dan memperkuat hubungan transendental antara individu dengan Allah SWT.

Secara sosial, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial seperti TikTok dapat menjadi ruang baru bagi transformasi nilai-nilai keagamaan, bukan hanya sebagai sarana hiburan. Sementara itu, secara akademik, penelitian ini memperkuat teori retorika Aristoteles serta model persuasi modern seperti Elaboration Likelihood Model (ELM) dan teori pembelajaran sosial Bandura, yang menjelaskan

bahwa perubahan perilaku religius dapat terbentuk melalui kombinasi pesan yang logis, emosional, dan kredibel.

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi agar pendakwah di era digital mampu mengadaptasi strategi komunikasi dakwah yang persuasif, interaktif, dan relevan dengan gaya hidup generasi muda. Penggunaan bahasa yang sederhana, narasi yang menyentuh, serta visual yang menarik terbukti meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah di media sosial.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang terbatas dan fokus pada satu tokoh serta satu platform media sosial, yaitu Ustadz Hanan Attaki di TikTok. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan melibatkan lebih banyak responden, serta melakukan perbandingan antar tokoh dan platform dakwah digital guna memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang efektivitas retorika persuasif dalam konteks dakwah di era media sosial.

REFERENSI

- Aini, N. (2023). *Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z*. *Jurnal Studi Islam Lintas Negara*, 5(2), 110–111.
- Alanuari, M. S. H., & Hamidah, F. (2024). *Budaya Tabligh di Media Sosial: Nilai Spiritual terhadap Tabligh Ustadz Hanan Attaki di Media Instagram pada Generasi Z di Indonesia*. *BATUTHAH: Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, 3(2), 95–114. <https://doi.org/10.38073/batuthahv3i2.1760>
- Ansani, H. M., & Samsir, M. (2022). *Teori Pemodelan Albert Bandura dalam Pembelajaran Sosial Kognitif*. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(7), 3070–3074.
- Beresford Research. (2024). *Age Range by Generation*. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Butsi, F. I. (2019). *Pemahaman Pendekatan Positivis, Konstruktivis, dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi: Communique*, 2(1), 53–54.
- Carrier, J. (2015). *6 Prinsip Persuasi Cialdini: Ringkasan Sederhana*. *PeopleShift*. <https://people-shift.com/articles/cialdinis-6-principles-of-persuasion>
- Erdin, S. (2025). *Dakwah kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah*. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram*, 3(1), 80.
- Fitriani, A. (2018). *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun YouTube Pemuda Hijrah* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Repository UINJKT*.
- Irhamdi, M. (2019). *Keberagaman Mad'u sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa dalam Menentukan Metode, Strategi, dan Efek Dakwah*. *Jurnal MD*, 5(1), 55–71. <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.51-04>
- Irwandy, D. (2018). *Penerapan Elaboration Likelihood Theory dalam Analisis Komunikasi Persuasif*. *Jurnal Wacana*, 12(2), 45–57.
- Mauludin, H. (2024). *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Menarik Generasi Muda*. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 10(2), 45.
- Memon, M. A., Thursamy, R., Ting, H., & Cheah, J.-H. (2025). *Purposive Sampling: A Review and Guidelines for Quantitative Research*. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(1), 2–20. https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2024/12/JASEM90101_Memonetal2025.pdf
- Nouvan. (2025, Agustus 8). *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025*. *Dataloka.id*. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Nuraini, S. (2022). *Karakteristik Generasi Z dalam Menyikapi Pesan Dakwah*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya*, 15(1), 120–121.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer-Verlag.

- Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah terhadap Generasi Z. Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 65–66.
- Rahman, A. (2023). *Retorika Persuasif dalam Dakwah Islam: Studi Kasus Ustadz Hanan Attaqi*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 78–79.
- Saputri, W. A. (2025). *Pengaruh Gaya Penyampaian Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaqi di TikTok*.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). *The Differential Susceptibility to Media Effects Model*. *Journal of Communication*, 63(2), 221–243.
- Villamín, J. (2025). *A Worked Example of Qualitative Descriptive Design: A Practical Guide for Researchers*. *Journal of Advanced Nursing*, 1300–1310. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jan.16481>
- Yuliasih, M. (2022). *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Generasi Milenial*. *Jurnal Dakwah*, 2022.
- Zulkarnaini, S., Mardiningsih, & Sugianti. (2022). *Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di YouTube*. *Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(2), 75–76.