



## Analisis Strategi Dakwah di Era Digital (Studi Kasus : Akun Instagram Ust. Hanan Attaki)

Lala Nabilah Chandra<sup>1\*</sup>, Yunia Rahmiati<sup>2</sup>, Faiz Abdurrahman<sup>3</sup>, Abiyyu Haidar Mutawakkil<sup>4</sup>, M. Faruq Al-Barqi<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

E-mail : [2313300138.lala@uinbanten.ac.id](mailto:2313300138.lala@uinbanten.ac.id)<sup>1</sup>, [221330126.yunia@gmail.com](mailto:221330126.yunia@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[221330157.fauz@gmail.com](mailto:221330157.fauz@gmail.com)<sup>3</sup>, [abiukhoidar@gmail.com](mailto:abiukhoidar@gmail.com)<sup>4</sup>, [muhammadfaruqalbarqi@gmail.com](mailto:muhammadfaruqalbarqi@gmail.com)<sup>5</sup>

Korespondensi penulis : [2313300138.lala@uinbanten.ac.id](mailto:2313300138.lala@uinbanten.ac.id)\*

**Abstract :** The da'wah strategy carried out by Ust. Hanan Attaki on Instagram includes several important aspects, such as content form, communication style, and audience engagement. The da'wah content delivered is not only normative and rigid, but rather more on the storytelling approach that inspires many people. The communication style used is straightforward, relaxed, and close to the everyday language of urban teenagers. Consistency and frequency in delivering da'wah messages are very important in maintaining audience engagement. Ust. Hanan Attaki actively uploads content at least 3-5 times a week, which has built an important presence in maintaining audience engagement. Interactivity is also the main advantage of social media compared to conventional media. Ust. Hanan Attaki utilizes the comments, live, and Q&A features on his Instagram to interact directly with his followers. Overall, Ust. Hanan Attaki's da'wah strategy has shown an effort to harmonize Islamic religious values and the growing digital culture. The content delivered is not only theological, but also touches on the psychological and social aspects of teenagers.

**Keywords :** Content, Da'wah, Instagram.

**Abstrak :** Strategi dakwah yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki di Instagram mencakup beberapa aspek penting, seperti bentuk konten, gaya komunikasi, dan keterlibatan bagi para audiens. Konten dakwah yang telah disampaikan ini pun tidak hanya bersifat normatif dan kaku saja, melainkan lebih pada pendekatan *storytelling* yang menginspirasi banyak orang. Gaya komunikasi yang digunakan lugas, santai, dan dekat dengan bahasa sehari-hari remaja urban. Konsistensi dan frekuensi dalam menyampaikan pesan dakwah sangat penting dalam menjaga keterlibatan audiens. Ust. Hanan Attaki aktif mengunggah konten minimal 3-5 kali dalam seminggu, yang telah membangun kehadiran yang penting dalam menjaga keterlibatan audiens. Interaktivitas juga merupakan keunggulan utama media sosial dibandingkan dengan media konvensional. Ust. Hanan Attaki memanfaatkan fitur komentar, live, dan Q&A di Instagram-nya untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikutnya. Dalam keseluruhan, strategi dakwah Ust. Hanan Attaki ini telah menunjukkan upaya harmonisasi antara nilai agama Islam dan budaya digital yang berkembang. Konten yang disampaikan tidak hanya bersifat teologis, tetapi juga menyentuh aspek psikologis dan sosial remaja.

**Kata Kunci :** Dakwah, Instagram, Konten

### 1. PENDAHULUAN

Dakwah ialah salah satu seruan untuk dapat berikman kepada-Nya dan juga pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, ini telah di benarkan pada berita yang mereka sampaikan dan mentaatinya (Tata Sukayat, 2009). Namun, dengan menggunakan metode, dan juga medianya ini dapat di senantiasa mengalami perkembangan dengan seiring perubahan sosial dan teknologi. Era digital saat ini telah melahirkan berbagai transformasi yang sangat besar bagi manusia untuk dapat berkomunikasi dan mengakses sebuah informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan juga komunikasi ini, lebih khususnya ialah internet dan media sosial, jika di lihat, banyaknya sebuah sasaran komunikasi dan juga dakwah, maka dalam prosesnya ini lebih mengutamakan menggunakan media massa maupun non massa, yang telah memberikan peluang sekaligus sebuah antangan yang baru dalam pelaksanaan dakwah tentang Islam ini (Onong Uchajana, 1982)

Dengan adanya Media sosial seperti Instagram, dna lain sebaainya, kini menjadi suatu bagian yang tidak dapat derpisahkan dari kehidupan masyarakat, terutama pada generasi muda. Oleh karena itu, tidak dapat di herankan, jika dalam perkembangan selanjutnya media ini lebih menempatkan posisi yang lebih kuat jika harus dibanding dengan media yang sudah ada sebelumnya (Wahyu Illahi).

Pengguna media sosial di Indonesia ini telah mencapai lebih dari 190 juta orang, dan mayoritasnya ialah kalangan remaja hingga usia dewasa (Riyanto, A. D., 2004). Fenomena ini dapat menunjukkan bahwasanya adanya suatu potensi yang sangat besar bagi dakwah untuk menjangkau para audiens yang luas, lintas wilayah, bahkan lintas negara. Namun, potensi ini hanya bisa dimaksimalkan apabila para pendakwah dapat mampu memahami karakteristik media digital dan menyesuaikan pesan serta metode penyampaian dengan budaya digital yang telah berkembang.

Di tengah perubahan tersebut, muncullah berbagai tokoh dai muda yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dakwah mereka. Salah satunya ialah sosok yang menonjol adalah Ustaz Hanan Attaki, pendiri komunitas Shift Pemuda Hijrah. Ustaz Hanan dikenal luas melalui pendekatan dakwah yang kontekstual, menargetkan bahwasannya dakwah yang di lakukannya ialah untuk kalangan anak muda urban, serta menggunakan gaya bahasa yang ringan dan visual yang estetis.

Akun Instagram pribadinya, yang memiliki jutaan pengikut, menjadi salah satu media utama dalam menyampaikan pesan dakwah yang di lakukan secara rutin. Konten yang dibagikan mencakup kutipan inspiratif, ceramah singkat, video reels, hingga interaksi melalui fitur live. Gaya penyampaian yang humanis dan relevan dengan realitas keseharian remaja membuat dakwahnya diterima luas oleh audiens digital. menyatakan bahwa “media setiap zamannya ialah menjadi esensi bagi masyarakat” hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat dan juga media selalu dapat berkaitan dan media menjadi suatu bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat (Khotimah, 2018).

Fenomena ini lebih mencerminkan bahwa dakwah tidak lagi bergantung pada ruang fisik atau institusi formal semata saja, akan tetapi telah bergeser menuju ruang virtual yang lebih dinamis dan interaktif. Dalam konteks ini, pendakwah dituntut untuk

menjadi komunikator yang kreatif, dan juga guna memahami algoritma media sosial, serta mampu menyampaikan pesan agama dalam bentuk-bentuk yang dapat diterima oleh budaya digital. Digitalisasi ialah bertujuan guna meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan sesuatu (Brennen, J. S., & Kreiss, D. (, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk menggali dan menganalisis lebih dalam tentang strategi dakwah digital yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki melalui akun Instagram-nya. Fokus utama dalam penelitian ini mencakup bagaimana bentuk konten dakwah yang disampaikan, gaya komunikasi yang digunakan, dan juga konsistensi unggahan, serta respon audiens terhadap pesan-pesan yang dibagikan. Maka dari itu media sosial sebagai teknologi modern ini elah mengubah gaya hidup manusia dengan berbagai perubahan, salah satunya ialah meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam akses informasi tanpa batasan waktu, tempat, dan biaya (Iriani, Juniarti, 2023).

Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan akan pemahaman baru mengenai strategi dakwah di era digital. Banyaknya dai muda yang aktif di media sosial ini lebih menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran paradigma dalam dunia dakwah. Dakwah tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas sakral yang eksklusif saja, melainkan juga sebsagai suatu proses komunikasi yang dapat membutuhkan strategi, pemahaman audiens, dan inovasi teknologi. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian terkait dengan komunikasi dakwah, serta menjadi referensi praktis bagi para pendakwah dalam mengelola media sosial secara lebih efektif dan berdaya guna.

Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan format dakwah yang terencana dan juga berkelanjutan dalam era reformasi ini. Selama ini dakwah lebih mayoritas disampaikan secara lisan, dan juga lebih menekankan pada kualitas yang kognitif. (Marvianasari, 2025). Dengan mengambil studi kasus akun Instagram Ust. Hanan Attaki, penelitian ini dapat mencoba menghadirkan potret konkret tentang bagaimana seorang dai digital membangun strategi dakwah yang kontekstual, responsif terhadap dinamika sosial, dan juga mampu mengintegrasikan suatu nilai Islam ke dalam kehidupan digital generasi muda masa kini.

Kajian ini menjadi salah satu hal yang sangat penting tidak hanya untuk memahami transformasi dakwah saja, akan tetapi juga untuk menangkap arah dari suatu perkembangan tentang komunikasi Islam yang ada di dalam era digitalisasi yang terus berkembang.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif ialah salah satu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, dan lain-lain sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Moloeng, 2017). Pendekatan kualitatif ini telah dipilih karena penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat memahami secara mendalam tentang strategi dakwah digital yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki, dengan melalui akun Instagram-nya. Studi kasus yang dipilih pun ini, karena lebih berfokus kepada penelitian yang diarahkan pada satu objek yang sangat khusus, yaitu akun Instagram @hanan\_attaki sebagai representasi dari fenomena dakwah digital.

a. Lokasi dan objek peneliti :

Objek utama dalam penelitian ini ialah akun Instagram milik Ust. Hanan Attaki (@hanan\_attaki). Penelitian ini dilakukan secara daring dengan mengamati dan juga menganalisis berbagai konten yang telah diunggah pada akun tersebut, termasuk interaksi dengan pengikut, gaya penyampaian pesan, serta jenis-jenis konten yang digunakan.

b. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan melalui observasi non-partisipatif: Observasi non partisipan ialah salah satu metode observasi yang di mana merupakan suatu periset yang hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang di riset (Rachmat Kriyantono, 2014). Peneliti telah mengamati tentang aktivitas dakwah di akun Instagram Ust. Hanan Attaki selama periode tertentu tanpa terlibat langsung dalam interaksi.

c. Teknik analisis data

Data telah dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan analisis wacana (*discourse analysis*). Analisis konten ialah salah satu teknik dalam penelitian untuk dapat menginterpretasikan makna dari suatu teks dengan melalui langkah yang dapat diaplikasikan dalam konteks yang berbeda (Krippendorff, K. , 2011). Analisis isi telah digunakan untuk mengidentifikasi tentang tema utama dalam konten dakwah yang telah di unggah, seperti tema akhlak, dan kehidupan remaja. Sementara itu, analisis wacana digunakan ini ialah bertujuan untuk mengkaji sebagaimana pesan dari dakwah yang telah di sampaikan dapat

dikonstruksikan secara naratif, visual, dan *linguistic*

d. Keabsahan Data.

Peneliti menggunakan lebih dari satu teknik analisis, yakni analisis isi dan juga analisis wacana. Analisis wacana ialah kritis dengan melihat bahasa sebagai salah satu faktor yang sangat penting, yaitu bagaimana bahasa ini dipergunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan yang terjadi dalam masyarakat (Eriyanto., 2006)

### 3. PEMBAHASAN

#### **Dakwah**

Dakwah ialah salah suatu proses komunikasi persuasif yang telah dilakukan secara sadar dan juga terencana, yang memiliki tujuan untuk mengajak. Aktivitas dakwah ini dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, baik melalui lisan (ceramah, dialog, khutbah), tulisan (artikel, buku, media sosial), visual (video, ilustrasi), maupun melalui keteladanan perilaku (uswah hasanah). Inti dari dakwah terletak pada penyampaian suatu pesan keagamaan yang berorientasi pada transformasi nilai, tanpa mengandung unsur pemaksaan atau pun tekanan, melainkan dibangun atas dasar kasih sayang.

Dengan demikian, dakwah bukan sekadar penyampaian suatu informasi tentang agama saja, akan tetapi juga mencakup proses internalisasi pada nilai yang terkandung dalam Islam hingga menumbuhkan kesadaran spiritual di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian esensi dakwah ini terletak pada ajakan, dorongan serta bimbingan yang dilakukan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi untuk keuntungan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan juru dakwah/juru penerang. (Arifin, 2000)

Pengertian yang mencakup dan agak luas mengenai dakwah ini ialah suatu sistem kegiatan dari seseorang, atau sekelompok yang menganut agama Islam yang sebagai aktualisasi imaniah yang telah dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, atau panggilan, yang telah disampaikan dengan ikhlas dan juga menggunakan metode dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fithrah seseorang, dan masyarakat (Jamaluddin Kafie, 1993).

Pengertian dakwah yang dikemukakan ini bersifat komprehensif karena lebih mencakup tentang berbagai aspek yang sangat penting dalam aktivitas dakwah. Dakwah tidak hanya dapat dipahami sebagai sekadar penyampaian ajaran agama saja, akan tetapi juga sebagai suatu sistem dari kegiatan yang terstruktur dan terpadu. Kegiatan ini dilakukan oleh individu atau kelompok dari umat Islam sebagai bentuk nyata dari keimanan mereka

Artinya, dakwah ialah cerminan dari keimanan yang tidak hanya bersifat personal saja, akan tetapi juga sosial, karena telah melibatkan usaha menyampaikan suatu nilai pada Islam kepada orang lain. Dakwah dimanifestasikan dalam berbagai bentuk komunikasi keagamaan, seperti seruan, panggilan, bahkan doa.

Ini menunjukkan bahwa dakwah memiliki banyak sekali dimensi dari yang bersifat verbal seperti ceramah, hingga yang bersifat spiritual dan batiniah seperti doa yang dipanjatkan untuk kebaikan orang lain. Seluruh bentuk ini telah dilandasi oleh niat yang ikhlas, yang dimana merupakan sebuah syarat utama dalam dakwah agar aktivitas tersebut memiliki nilai ibadah dan juga mendapatkan keberkahan dari Allah.

Media merupakan segala alat fisik yang dapat menjayakan suatu pesan dan merangsang siswa untuk belajar (Arief S. Sadiman, 2009). Dari pengertian ini ahli komunikasi telah mengartikan media sebagai alat yang dapat menghubungkan pesan komunikasi yang telah di sampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam bahasa Arab media sama dengan wasilah atau dalam bentuk jamak, wasail yang berarti alat atau perantara (Moh. Ali Aziz, 2004). Wasilah (media) dakwah ialah salah satu sarana atau alat bantu yang digunakan oleh da'i yang memiliki tujuan untuk mempermudah proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u.

Media ini berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara penyampai dan juga penerima pesan agar dakwah ini dapat diterima dengan lebih mudah dan efektif. Penggunaan media dalam dakwah ini lebih mencerminkan kepada pentingnya guna beradaptasi terhadap perkembangan zaman dan teknologi. Media dakwah terbagi menjadi dua kategori utama yaitu media tradisional dan media modern. Media tradisional meliputi ceramah, pengajian, dan keteladanan dalam perilaku sehari-hari. Sementara itu, beda dengan media modern ini lebih mencakup kepada media cetak dan digital seperti media sosial (Wahidin Saputra).

Dalam penggunaannya, media dakwah ini harus disesuaikan dengan karakteristik mad'u serta konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Selain sebagai alat penyampai pesan, media juga telah berfungsi guna membangun kedekatan emosional dan juga menciptakan citra positif dakwah. Oleh karena itu, da'i perlu menggunakan media dengan bijak, dan beretika. Media sosial telah menjadi ruang baru bagi praktik dakwah yang dinamis dan partisipatif.

Dalam konteks ini, akun Instagram Ust. Hanan Attaki telah tampil sebagai salah satu contoh yang sangat konkret dari keberhasilan dakwah digital yang mampu beradaptasi dengan budaya komunikasi generasi muda. Berdasarkan hasil observasi terhadap konten

yang telah diunggah, terlihat bahwa strategi dakwah yang digunakan ini mencakup dalam beberapa aspek yang sangat penting, mulai dari bentuk konten, gaya komunikasi serta keterlibatan (*engagement*) pada para audiens.

Akun @hanan\_attaki secara konsisten telah menyajikan konten dakwah dalam berbagai format seperti video singkat, kutipan inspiratif, foto kegiatan dakwah, serta potongan ceramah dengan narasi yang menyentuh sisi emosional. Mayoritas dengan video yang berdurasi 30–60 detik dan mengangkat thema tentang keseharian pada anak muda seperti cinta, perjuangan hidup, kegelisahan, serta pencarian makna spiritual

#### 1) Profile Ust. Hanan Attaki

Tengku Hanan Attaki, juga dikenal sebagai Ustadz Hanan Attaki LC, lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981. Beliau merupakan anak kelima dari enam bersaudara, dan istrinya bernama Haneen Akira. Mereka dikaruniai tiga anak: Maryam, Aisyah, dan Yahya. Istri beliau juga aktif sebagai pendakwah untuk para ibu muda. Mereka memiliki anak yang sanat cerdas, nan lucu di usianya. Sejak masa kecilnya, Ustadz Hanan Attaki dikenal sebagai siswa yang cerdas di sekolah dasar dan kemudian mendapatkan beasiswa untuk belajar di Al Azhar Mesir beberapa kali. Beliau juga berhasil meraih juara dalam Musabaqah Tilawatil Quran di daerahnya. Ustadz Hanan Attaki adalah alumni Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh pada tahun 2000. Selanjutnya, beliau melanjutkan studi di Universitas Al Azhar Kairo Mesir, dengan fokus pada Fakultas Ushuluddin jurusan Tafsir Alquran, dan berhasil memperoleh gelar lisensi (LC) pada tahun 2004. Setelah menyelesaikan pendidikan di Kairo Mesir, Ustadz Hanan Attaki menjadi qori terbaik di Fajar TV dan menjadi pembawa acara di dua saluran TV, yaitu Fajar TV dan Iqro TV di Kairo. Prestasi lainnya termasuk meraih juara dalam Musabaqah Tilawatil Quran dan mengisi acara tilawah Alquran "Min Ajmali Soth". Selain itu, beliau juga dikenal produktif dalam karyanya, termasuk penulisan buku dengan judul "Tadabbur Islam".

#### 2) Media Dakwah Ust. Hanan Attaki

Saat ini, media yang paling digemari khalayak ialah media sosial seperti Instagram, dan Tiktok. Dengan memadukan media sosial tersebut maka dakwah tidak hanya mencakup tentang ajaran Islam saja, namun juga transmisinya yang sesuai dengan keadaan umat manusia saat ini, Itu dikemas sendiri semenarik mungkin. Kehadiran media juga telah memberikan lebih banyak pilihan dalam dakwah, yang harus disesuaikan dengan karakteristik pendengar atau mad'u yang akan menerima informasi dari dakwah itu sendiri (Parhan, 2020). Media dakwah yang digunakan Ust

Hanan attaki ialah youtube dan insragram. Dari kedua media tersebut ust. Hanan attaki berdakwah dengan penyampaian yang halus dan menarik atau modern sehingga menarik perhatian generasi zaman sekarang. Dalam media youtube ust hanan attaki tidak hanya melalui video. Akan tetapi, ust. Hanan attaki ini dengan melalui ceramahnya yang di lakukan secara virtual dengan melakukan *live streaming* dengan tema-tema yang menarik atau gaul. Saat ini Ust. Hanan Attaki Dalam kanal Instagram beliau juga memiliki banyak follower dan telah memposting banyak sekali video kajiannya di media social miliknya.

### **Strategi dan Tantangan Dakwah Ust. Hanan Attaki,**

Saat berkhotbah ini perlu memikirkan berbagai strategi dan merencanakan tentang cara menggunakannya. Perencanaan seperti ini sangat penting agar dapat memusatkan perhatian seluruh aktor Mereka yang terlibat dalam kegiatan dakwah, termasuk Ust Hanan Attaki, dengan memilih metode Yamato sebagai sistem untuk mencapai berbagai tujuan yang dapat meliputi aspek pendidikan, dan budaya. Memilih konten dan gaya dakwah yang sesuai dengan konteks saat. Ust. Hanan Attaki telah menggunakan metode ini dengan mengunggah secara konsisten konten khotbah di Instagramnya.

### **Strategi dakwah Ust. Hanan Attaki di Instagram**

Pesan dakwah yang telah disampaikan ini tidak bersifat normatif dan kaku, melainkan lebih pada pendekatan *storytelling* yang sangat menginspirasi banyak orang. Hal ini telah menciptakan kedekatan emosional antara dai dan audiens, yang sangat penting dalam konteks dakwah digital. Dengan pemilihan visual yang estetis dan juga di damping dengan musik latar yang menyentuh, konten ini pun menjadi lebih menarik secara visual maupun emosional.

Gaya komunikasi yang di lakukan oleh Ust. Hanan Attaki dikenal lugas, santai, dan juga dekat dengan bahasa sehari-hari remaja urban. Ia kerap menggunakan istilah kekinian seperti “hijrah keren”, “*squad surga*”, dan “jomblo fi sabilillah” yang secara tidak langsung membangun identitas komunitas dakwah digital. Pemilihan diksi yang ringan namun tetap bernilai edukatif menjadikan pesan dakwah mudah diterima oleh kalangan muda yang umumnya kurang tertarik pada ceramah konvensional. Gaya ini termasuk dalam kategori *low-context communication* yang jelas, dan mudah dipahami.



Hal ini sesuai dengan karakter pengguna media sosial yang cenderung cepat bosan dan menyukai suatu konten yang ringkas namun berdampak. Strategi ini lebih menunjukkan kepada pemahaman yang sangat mendalam terhadap audiens, yang merupakan prinsip dasar dalam komunikasi efektif. Keberhasilan dakwah digital ini juga dipengaruhi oleh konsistensi dan frekuensi dalam menyampaikan pesan. Berdasarkan pemantauan selama periode penelitian, akun @hanan\_attaki ini lebih aktif dengan mengunggah konten minimal 3–5 kali dalam seminggu. Konsistensi ini dapat membangun kehadiran yang sangat penting dalam menjaga keterlibatan audiens.

Konten ini juga telah diatur dalam ritme tertentu misalnya, video motivasi di unggah setiap hari Senin, reminder ibadah di unggah di hari Jumat, dan dokumentasi kegiatan komunitas Pola ini lebih menciptakan semacam “jadwal tidak resmi” yang memudahkan audiens untuk mengikuti konten secara rutin.

Interaktivitas ini ialah suatu keunggulan utama media sosial jika dibandingkan dengan media konvensional. Ust. Hanan Attaki telah memanfaatkan fitur komentar, live, dan Q&A di Instagram miliknya, yang bertujuan untuk bisa dapat sberinteraksi secara langsung dengan pengikutnya. Dalam beberapa sesi live, ia telah menjawab berbagai pertanyaan seputar kehidupan, ibadah, hingga isu sosial dari followers-nya secara real time. Komentar dari para pengikut ini pun sering kali menunjukkan respons yang sangat positif seperti testimoni hijrah, cerita hidup, atau ucapan terima kasih atas inspirasi yang telah diberikan. Hal ini menunjukkan keberhasilan dakwah tidak hanya dalam aspek penyampaian pesan, tetapi juga dalam membangun komunitas spiritual yang saling mendukung.

Keterlibatan ini juga memperkuat efek *two-step flow* dalam komunikasi dakwahnya, yang di mana Ust. Hanan memiliki peran sebagai *opinion leader* yang telah memengaruhi audiens melalui pendekatan personal dan relatable. Strategi dakwah yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki ini menunjukkan upaya harmonisasi antara suatu nilai yang ada pada Agama Islam dan budaya digital yang sedang berkembang. Konten yang disampaikan tidak hanya bersifat teologis saja, akan tetapi juga dapat menyentuh aspek psikologis dan sosial remaja. Dengan mengangkat isu yang spektual seperti *self-healing/*

Instagram sebagai *platform visual* ini pun dapat memungkinkan suatu proses “*rebranding*” dakwah menjadi sesuatu yang modern dan inklusif. Hal ini dapat dilihat dari penggambaran Islam yang tidak eksklusif atau menghakimi, tetapi justru memeluk dan mengajak dengan pendekatan yang menyentuh. Dengan demikian, dakwah digital bukan hanya tentang menyampaikan ayat dan hadis saja, akan tetapi juga tentang membangun

narasi agama Islam yang ramah dan inisiatif.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam era digital yang telah ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat, dakwah agama Islam ini telah mengalami suatu transformasi yang sangat signifikan, tidak hanya dalam metode saja, akan tetapi juga dalam suatu pendekatan dan segmentasi audiens. Studi kasus terhadap akun Instagram Ust. Hanan Attaki ini pun telah menunjukkan bahwa dengan adanya dakwah yang dilakukan dengan melalui media sosial, khususnya Instagram, ini telah menawarkan peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan dakwah kepada generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Ust. Hanan Attaki telah berhasil memanfaatkan suatu karakteristik media sosial, seperti kecepatan penyebaran informasi dan visualisasi pada pesan, untuk membangun hubungan emosional dan spiritual dengan para pengikutnya. Beliau telah menerapkan strategi konten yang relevan dengan keseharian anak muda, dan juga menggunakan bahasa yang ringan, serta menerapkan pesan motivasi yang membunji. Pendekatan ini telah membuat dakwah terasa lebih inklusif, humanis, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi milenial dan Gen Z.

Dari sisi teknis, Ust. Hanan juga telah memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *live streaming* untuk mendiversifikasi metode penyampaian dakwah. Penggunaan desain grafis yang sangat menarik, *caption* yang persuasif, serta konsistensi dalam membangun narasi yang positif menjadi kekuatan tersendiri dalam membentuk *brand personal* sebagai da'i yang dekat dengan umat. Strategi ini telah menciptakan loyalitas bagi para audiens dan memperkuat komunitas digital yang tidak hanya pasif, tetapi juga aktif berinteraksi dan menyebarkan pesan kebaikan. Strategi dakwah yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki ini, ialah sebagai berikut :

a) Strategi dakwah yang sangat efektif

Ust. Hanan Attaki telah menggunakan strategi dakwah yang efektif dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang luas.

b) Konten dakwah yang sangat menarik

Konten dakwah yang disampaikan oleh Ust. Hanan Attaki ini telah menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari bagi remaja urban, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

c) Gaya komunikasi yang sangat santai

Gaya komunikasi yang digunakan oleh Ust. Hanan Attaki santai dan dekat dengan bahasa sehari-hari yang remaja urban lakukan.

Lebih jauh, analisis ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital ini pun tidak hanya bergantung pada seberapa sering konten diproduksi saja, akan tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut telah dikemas dan relevansi pada suatu nilai yang ditawarkan terhadap kebutuhan spiritual, sosial, dan psikologis bagi para audiens modern. Ust. Hanan Attaki pun menjadi suatu bukti bahwasannya dakwah ini telah dapat berjalan secara beriringan dengan perkembangan teknologi tanpa kehilangan substansi ajaran Islam.

Namun demikian, strategi dakwah digital juga dapat menghadapi berbagai tantangan, seperti potensi distorsi pesan, *superficiality* dalam pemahaman agama, dan memiliki risiko terhadap polarisasi dalam komunitas daring. Oleh karena itu, keberlanjutan dakwah digital ini pun telah menuntut integritas, literasi media, serta adaptasi kreatif yang tetap menjaga otentisitas nilai Islam. Para da'i harus terus meningkatkan kapasitas dalam berkomunikasi, mengelola media digital, serta membangun dialog yang produktif dengan masyarakat dunia maya.

Secara keseluruhan, studi kasus akun Instagram Ust. Hanan Attaki ini telah mengajarkan bahwa dakwah di era digital pun memerlukan kombinasi antara strategi komunikasi modern dan keteguhan terhadap nilai dakwah agama Islam. Dakwah tidak lagi hanya soal menyampaikan saja, akan tetapi juga soal memahami audiens, dan menciptakan ekosistem kebaikan yang berkelanjutan di ruang digital. Di masa depan, peran media sosial dalam dakwah diprediksi akan semakin vital, dan pendekatan kreatif serta relevan akan menjadi kunci keberhasilan para pendakwah dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah dinamika global yang terus berubah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2000). *Psikologi dakwah*. Bumi Aksara.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Kencana Prenada Group.
- Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The International Encyclopedia of Communication*, 1-11.
- Eriyanto. (2006). *Analisis wacana*. LKIS.
- Illahi, W. (n.d.). *Komunikasi dakwah*.
- Iriani, J. (2023). Peran medsos dalam menyebarkan pesan agama. *Jurnal Pusaka*, 368.

- Kafie, J. (1993). *Psikologi dakwah*. Indah Surabaya.
- Khotimah, H. (2018). Posisi dan peran media. *Jurnal Tasamuh*, 121.
- Krippendorff, K. (2011). Agreement and information in the reliability of coding.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktik riset komunikasi*. Kencana Group.
- Marvianasari, R. (2025). Dakwah bil hal dalam membangun kesadaran beribadah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 48.
- Moloeng, L. J. (2017). *Metode penelitian*. PT Remaja Rosdakarya.
- Parhan. (2020). Analisis dakwah Hanan Attaki. *Jurnal Media Komunikasi*, 182.
- Riyanto, A. D. (2004). Hootsuite (We are Social): Data digital Indonesia.
- Sadiman, A. S. (2009). *Media pendidikan*. Rajawali Pers.
- Saputra, W. (n.d.). *Pengantar ilmu dakwah*. Raja Pustaka.
- Sukayat, T. (2009). *Quantum dakwah*. Rineka Cipta.
- Uchajana, O. (1982). *Ilmu komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.