

TRANSFORMASI DAKWAH DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS USTADZ HANAN ATTAKI DI MEDIA SOSIAL

Siti Lutfi Latifah, Mei Nursasi, Nunung Nurhayati Nufus, Ade Maulana,
Siti Rohmah, Linah, Badrudin, Siti Rodiah

Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba, Bogor, Indonesia

lutfilatifahjaelani@gmail.com, meinursasi@gmail.com, hunung789@gmail.com,

ade.maulana1984@gmail.com, adzkiatusna78@gmail.com,

umilinal1@gmail.com, kaylabadru4@gmail.com, sitirodiah2884@gmail.com

Abstract

Article History

Received 08-05-2026

Revised :21-05-2026

Accepted :26-06-2026

Keywords:

Digital Da'wah,

Ustadz Hanan Attaki,

Da'wah

Transformation,

Media Algorithms,

The development of digital technology has transformed the landscape of Islamic da'wah through the emergence of social media platforms as broader and more interactive channels for conveying religious messages. This study examines the digital da'wah strategies employed by Ustadz Hanan Attaki in reaching audiences in the digital era, highlighting the effectiveness of using conversational language, appealing visuals, and approaches that resonate with everyday life. Using a qualitative research method with a case study approach, this study analyzes how social media can serve as an effective tool for delivering Islamic teachings to younger generations. The findings show that the digital strategies implemented successfully enhance audience engagement, yet they also face challenges such as the simplification of Islamic teachings, dependence on platform algorithms, and the potential commercialization of da'wah content. Therefore, adaptive strategies are needed ones that prioritize not only popularity but also the depth and substance of Islamic teachings. This study contributes to the development of a more effective and contextual model of digital da'wah and provides recommendations for preachers in optimizing the use of digital media.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah merevolusi berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam ranah komunikasi dan penyebaran informasi. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan, tetapi juga membawa perubahan signifikan dalam metode penyebaran dakwah. Era digital telah membuka peluang baru bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih inovatif dan interaktif. Media sosial, sebagai produk unggulan dari era digital, telah menjadi sarana strategis dalam menyampaikan pesan keagamaan secara cepat, tepat, dan relevan dengan dinamika kehidupan modern.

Salah satu tokoh yang berhasil mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam dakwah adalah Ustadz Hanan Attaki. Ustadz Hanan Attaki dikenal sebagai dai muda Indonesia yang memanfaatkan keunggulan platform digital untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan bahasa yang mudah dipahami, visual yang menarik, serta pendekatan yang kontekstual dengan kehidupan sehari-hari. Metode dakwahnya tidak hanya berfokus pada aspek keilmuan agama, tetapi juga menyentuh persoalan-persoalan sosial dan budaya yang dekat dengan generasi muda. Hal ini menjadikan dakwah digital sebagai wadah yang tidak hanya edukatif, tetapi juga inspiratif dan relevan dengan tantangan zaman.

Fenomena dakwah digital ini menuntut para dai untuk memiliki kemampuan yang multifaset. Mereka tidak hanya dituntut untuk menguasai ilmu keagamaan secara mendalam, tetapi juga perlu memahami dinamika media sosial, tren komunikasi visual, serta strategi engagement yang efektif untuk menyentuh hati dan pikiran audiens yang semakin kritis dan melek digital. Di tengah maraknya informasi yang beredar secara instan, para dai juga dihadapkan pada tantangan untuk menyaring informasi yang benar, menghindari hoaks, dan membangun kredibilitas dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penggunaan media sosial dalam dakwah juga menimbulkan beberapa pertanyaan strategis, seperti bagaimana cara menyampaikan pesan yang mendidik tanpa terkesan simplistik, bagaimana menjaga keseriusan pesan keagamaan di tengah gaya penyampaian yang cenderung santai dan ringan, serta bagaimana menanggulangi tantangan budaya digital yang kadang mengutamakan hiburan di atas nilai-nilai spiritual. Ustadz Hanan Attaki menjadi contoh nyata yang mengilustrasikan upaya untuk menjembatani kesenjangan antara tradisi dakwah dengan kebutuhan generasi digital. Melalui pendekatan kreatif, inovatif, dan adaptif, beliau berhasil menarik perhatian tidak hanya kalangan muda, tetapi juga masyarakat yang lebih luas.

Lebih jauh lagi, keberhasilan dakwah digital yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki juga membuka ruang bagi kajian mendalam terkait efektivitas strategi komunikasi digital dalam penyebaran pesan keagamaan. Hal ini mencakup analisis terhadap gaya penyampaian, penggunaan bahasa, serta pemanfaatan teknologi visual dan interaktif yang mampu menciptakan engagement tinggi di kalangan pengguna media sosial. Di sisi lain, perlu pula ditelaah bagaimana strategi ini dapat diterapkan secara luas oleh para dai lain, serta bagaimana pengaruhnya terhadap persepsi dan praktik keagamaan masyarakat di era digital yang semakin kompleks.

Dalam konteks tersebut, penelitian mengenai strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki menjadi sangat relevan. Kajian ini tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan keberhasilan penggunaan media sosial dalam menyebarkan pesan dakwah, tetapi juga untuk mengidentifikasi tantangan, peluang, dan dampak dari transformasi dakwah di era digital. Dengan demikian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran teknologi digital dalam memodernisasi penyebaran dakwah serta kontribusinya dalam membentuk pemahaman keagamaan yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Transformasi dakwah di era digital yang dikaji dari sudut pandang penulis dan peneliti. Analisis ini menyoroti bagaimana strategi dakwah telah beradaptasi untuk menjawab karakteristik audiens digital melalui pendekatan yang

menggabungkan penggunaan bahasa sederhana, visual menarik, dan konten yang relevan dengan isu-isu kontemporer. Keberhasilan dakwah digital, sebagaimana terlihat pada pendekatan Ustadz Hanan Attaki, tidak hanya bergantung pada penguasaan ilmu agama, melainkan juga pada kemampuan untuk menginterpretasikan dan menyampaikan pesan keagamaan melalui media digital. Hal ini menuntut para dai untuk menguasai aspek komunikasi visual, manajemen konten, dan pemahaman mendalam mengenai psikologi audiens.

Tulisan ini juga menguraikan bagaimana media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara penyampai pesan dan penerima. Ustadz Hanan Attaki tidak hanya menyampaikan pesan secara sepihak, melainkan juga membangun dialog interaktif dengan para pengikutnya, sehingga menciptakan ruang bagi umpan balik dan dialog yang dapat memperkuat pemahaman keagamaan secara personal dan kontekstual. Interaksi yang terjadi menjadi fokus penting untuk mengkaji peran feedback dalam mengatasi tantangan skeptisisme di kalangan pengguna digital.

Selain itu, analisis ini mengidentifikasi kelebihan dakwah digital seperti jangkauan yang luas, kecepatan penyebaran informasi, dan fleksibilitas dalam penyajian konten. Namun, terdapat pula sejumlah tantangan yang harus dihadapi, seperti risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi, potensi misinterpretasi pesan, dan risiko komersialisasi konten keagamaan. Oleh karena itu, strategi kontrol mutu yang efektif sangat diperlukan untuk memastikan nilai keaslian dan kebenaran pesan keagamaan tetap terjaga di tengah dinamika digital yang terus berkembang.

Perkembangan teknologi juga telah mengubah cara masyarakat mengakses dan menginternalisasi informasi keagamaan melalui visualisasi yang menarik dan narasi yang mudah dipahami. Meskipun metode ini memungkinkan pesan dakwah untuk lebih cepat diterima dan diingat, tulisan ini juga mempertanyakan efektivitasnya dalam membentuk persepsi dan perilaku keagamaan jangka panjang. Hal ini membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut untuk mengukur dampak jangka panjang dari dakwah digital terhadap pemahaman ajaran agama dan keterlibatan masyarakat.

Inovasi dalam dakwah digital menjadi salah satu fokus analisis, dengan menyatakan bahwa teknik-teknik komunikasi modern seperti storytelling, video pendek, dan infografis dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai keagamaan untuk menciptakan konten yang informatif, inspiratif, dan edukatif. Inovasi ini diharapkan dapat dijadikan model bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Transformasi dakwah digital merupakan adaptasi strategis terhadap dinamika masyarakat modern, dan bukan sekadar pemanfaatan teknologi baru. Pendekatan yang diambil oleh Ustadz Hanan Attaki menggambarkan integrasi efektif antara ilmu keagamaan dan kemampuan komunikasi digital, namun keberhasilan tersebut juga menekankan perlunya pendekatan kritis dalam mengelola tantangan seperti verifikasi informasi, interaksi audiens, dan keberlanjutan nilai-nilai keagamaan. Penelitian mendalam lebih lanjut sangat diperlukan untuk mengembangkan model dakwah digital yang optimal di tengah dinamika teknologi informasi yang terus berkembang.

Rumusan masalah tersebut disusun berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dan berfokus pada tiga aspek pokok terkait transformasi

dakwah di era digital melalui studi kasus Ustadz Hanan Attaki di media sosial. Pertama, tulisan ini mengajukan pertanyaan mengenai strategi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki, menyoroti bagaimana ia memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan keagamaan. Kedua, terdapat pertanyaan tentang tantangan yang dihadapi dalam melakukan dakwah di era digital, yang mencakup berbagai dinamika dan hambatan yang muncul di lingkungan digital. Ketiga, rumusan masalah juga mengangkat isu dampak dakwah digital terhadap masyarakat, dengan fokus khusus pada pengaruhnya terhadap generasi muda.

Penelitian mengenai dakwah di era digital telah menunjukkan bahwa media sosial merupakan platform strategis untuk menyebarkan pesan keagamaan dengan cara yang inovatif. Misalnya, Avifah (2017) dalam studinya mengenai efektivitas dakwah Islam melalui Instagram menemukan bahwa desain konten dan pengemasan pesan sangat menentukan keberhasilan dakwah di ranah digital. Penelitian ini menekankan adaptasi gaya penyampaian agar sesuai dengan karakteristik audiens, terutama generasi milenial.

Selanjutnya, Faridah, Zulkarnain, & Asriadi (2022) mengkaji efektivitas dakwah melalui media sosial Instagram dalam pandangan kaum milenial. Hasil studi mereka menunjukkan bahwa kualitas pesan, konsistensi strategi dakwah, dan pengemasan konten memainkan peran kunci dalam menarik minat dan keterlibatan audiens. Di sisi lain, Hendra & Saputri (2020) menyoroti tantangan dakwah di era digital, khususnya masalah penyaringan informasi dan verifikasi konten, yang perlu diatasi untuk menjaga keaslian pesan keagamaan.

Muhaemin (2017) dalam artikelnya tentang dakwah digital akademisi juga menekankan bahwa meskipun penggunaan media sosial telah meluas, efektivitas penyampaian pesan sangat bergantung pada kemampuan para dai untuk mengadaptasi metode komunikasi yang sesuai dengan tren digital. Studi ini memberikan gambaran makro mengenai transformasi dakwah yang terjadi di era digital.

Dalam ranah inovasi, penelitian yang berjudul *"Inovasi Dakwah di Era Digital Melalui Media Sosial"* (diterbitkan oleh qaulanbaligha, 2024) mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital memungkinkan pengiriman pesan dakwah secara fleksibel dan interaktif, sehingga menciptakan pengalaman baru bagi audiens yang aktif menggunakan media digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh M. Hamdan Yuwafik & Nuriyah Nazilah (2023) yang mengkaji strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam membentuk karakter kepemimpinan melalui akun YouTube pribadinya, menunjukkan bahwa pendekatan personal branding dan penggunaan bahasa yang santai sangat efektif dalam menjangkau generasi muda.

Studi lain yang berfokus pada analisis genre dakwah digital oleh Ahmad Zidni Mubarak (2023) di kanal YouTube Ustadz Hanan Attaki mengklasifikasikan konten dakwah berdasarkan unsur eskapisme, verisimilitude, dan repertoires of elements. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa gaya penyampaian yang menggabungkan unsur hiburan dan nilai keislaman dapat menarik minat audiens milenial dan membantu mengubah persepsi bahwa dakwah hanya bersifat eksklusif untuk kalangan tertentu.

Tak kalah penting, Dika Ashri Gusnaeni (2021) melalui analisis pesan dakwah di akun Instagram Ustadz Hanan Attaki menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan terbagi menjadi tiga kategori utama: aqidah, syariah, dan akhlak.

Temuan ini menekankan dominasi pesan akhlak dalam pembentukan karakter positif pada pengikutnya, terutama di kalangan remaja. Selain itu, studi “Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi: Studi Media Sosial” (Staisam, 2023) memberikan gambaran umum mengenai peran media sosial dalam memperluas jangkauan dakwah di era digital. Meskipun fokus penelitian ini lebih makro, hasilnya menekankan bahwa media digital memiliki potensi besar sebagai alat dakwah apabila dikombinasikan dengan strategi penyampaian yang tepat.

Penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa meskipun banyak studi telah mengkaji efektivitas media sosial sebagai media dakwah, penelitian Anda menawarkan kontribusi unik dengan fokus studi kasus pada Ustadz Hanan Attaki. Dengan meneliti secara mendalam strategi, tantangan, dan dampak dakwah digital yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam literatur dan menjadi referensi bagi para dai lain dalam menghadapi era digital yang terus berkembang. *"Transformasi Dakwah di Era Digital: Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial"*, memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu di bidang dakwah digital. Secara garis besar, penelitian ini mengambil fokus studi kasus pada Ustadz Hanan Attaki sebagai representasi dai muda yang telah berhasil mengadaptasi dan mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan keagamaan. Hal ini berbeda dengan studi sebelumnya yang umumnya mengkaji efektivitas media sosial secara umum tanpa menitikberatkan pada strategi spesifik dari seorang tokoh dakwah.

Dalam penelitian terdahulu Avifah (2017) meneliti efektivitas dakwah melalui Instagram dengan menekankan pada pentingnya desain konten dan pengemasan pesan agar dapat menarik perhatian audiens. Namun, penelitian tersebut cenderung memberikan gambaran umum mengenai penggunaan media sosial sebagai alat dakwah tanpa mengupas secara mendalam metode komunikasi individu tertentu. Di sisi lain, studi yang dilakukan oleh Faridah, Zulkarnain, dan Asriadi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pesan dan konsistensi strategi sangat berpengaruh terhadap keterlibatan audiens milenial. Hendra dan Saputri (2020) juga mengidentifikasi tantangan dalam penyaringan informasi dan verifikasi konten dakwah digital. Sedangkan Muhaemin (2017) menyajikan analisis tentang dakwah digital secara makro, yang menekankan pentingnya adaptasi metode komunikasi pada era digital.

Mengintegrasikan tiga aspek utama secara holistik, yaitu strategi dakwah yang diterapkan, tantangan operasional dalam penggunaan media sosial, serta dampak transformasi dakwah digital terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan masyarakat, khususnya generasi muda. Dengan mengambil studi kasus Ustadz Hanan Attaki, penelitian ini mendalami bagaimana strategi penyampaian pesan yang mencakup penggunaan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan pendekatan retorika yang adaptif dapat menjangkau dan mempengaruhi audiens secara lebih personal. Pendekatan ini didukung oleh penelitian M. Hamdan Yuwafik dan Nuriyah Nazilah (2023) yang menyoroti peran personal branding dan strategi komunikasi di YouTube dalam membentuk karakter kepemimpinan pada kalangan pemuda. Selain itu, penelitian oleh Ahmad Zidni Mubarak (2023) yang mengklasifikasikan genre dakwah digital melalui aspek eskapisme, verisimilitude, dan repertoires of elements memberikan kerangka analitis yang mendalam mengenai bagaimana konten dakwah dapat

dikemas sedemikian rupa agar relevan dengan tren dan kebutuhan generasi milenial.

Penelitian Dika Ashri Gusnaeni (2021) tentang analisis pesan dakwah melalui Instagram juga menyampaikan bahwa pesan-pesan yang dikomunikasikan oleh Ustadz Hanan Attaki terdiri dari tiga kategori utama aqidah, syariah, dan akhlak di mana dominasi pesan akhlak berperan penting dalam membentuk karakter dan nilai moral audiens. Sedangkan studi “Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi” (Staisam, 2023) memberikan gambaran makro mengenai peran media sosial dalam menyebarkan dakwah, namun belum mengintegrasikan analisis mendalam terkait strategi spesifik dan metode komunikasi yang diterapkan oleh seorang dai.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang unik melalui fokus studi kasus yang spesifik serta pendekatan integratif yang tidak hanya menilai efektivitas penyampaian pesan dakwah di media sosial, tetapi juga menggali tantangan yang muncul serta dampak sosialnya pada generasi muda. Pendekatan tersebut diharapkan dapat mengisi celah dalam literatur dakwah digital dan memberikan model praktis bagi para dai dalam menghadapi dinamika era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara mendalam bagaimana transformasi dakwah di era digital terjadi melalui studi kasus Ustadz Hanan Attaki di media sosial. Secara khusus, penelitian ini diarahkan untuk mengetahui strategi penyampaian pesan dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki, mengidentifikasi tantangan-tantangan yang muncul dalam implementasi dakwah digital, serta menilai dampak penyampaian pesan tersebut terhadap persepsi dan perilaku keagamaan, terutama di kalangan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya ingin mengukur efektivitas penggunaan media sosial sebagai alat dakwah, tetapi juga mengkaji bagaimana pengemasan pesan, gaya bahasa, dan pendekatan retorika yang disesuaikan dengan konteks digital mampu membentuk karakter dan meningkatkan pemahaman keagamaan audiens modern.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, antara lain observasi partisipatif terhadap aktivitas dakwah Ustadz Hanan Attaki di berbagai platform media sosial, wawancara mendalam dengan informan yang terdiri dari pengikut dan tim pendukung dakwah digital, serta analisis konten pada dokumentasi digital seperti video di YouTube dan postingan di Instagram. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis tematik, di mana data yang terkumpul akan direduksi, disajikan, dan diinterpretasikan secara sistematis guna mengidentifikasi pola-pola strategis dalam penyampaian pesan serta hambatan yang muncul selama proses dakwah digital. Pendekatan ini telah banyak digunakan dalam penelitian dakwah digital sebelumnya untuk menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena transformasi dakwah di era digital (Moleong, 2004; Sugiyono, 2010; Muhaemin, 2017).

Tujuan penulisan dan metode penelitian yang diterapkan diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam literatur dakwah digital, terutama dengan memberikan kontribusi yang lebih spesifik melalui studi kasus Ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini juga menawarkan model praktis bagi para dai untuk mengoptimalkan strategi komunikasi di era digital, dengan mempertimbangkan adaptasi terhadap kebutuhan dan karakteristik audiens generasi milenial. Konsep ini sejalan dengan temuan yang ditulis oleh Faridah, Zulkarnain, dan Asriadi (2022) yang

menekankan pentingnya kualitas pesan dan konsistensi strategi dakwah, serta didukung oleh studi inovasi dakwah di media sosial (qaulanbaligha, 2024).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang berfokus pada aktivitas dakwah digital Ustadz Hanan Attaki di media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dakwah digital secara mendalam melalui proses interpretatif yang menjelaskan makna, strategi, dan dinamika komunikasi yang terjadi di ruang daring. Sebagai studi kasus, penelitian ini menempatkan Ustadz Hanan Attaki sebagai subjek utama yang dianalisis secara terstruktur melalui konten dakwah, pola komunikasi, serta respons audiens di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Ketiga platform tersebut dipilih karena mewakili karakteristik media digital yang paling dominan digunakan oleh generasi muda, sehingga relevan untuk melihat transformasi dakwah di era digital.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi digital, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digital dilakukan dengan mengamati aktivitas komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki secara langsung melalui berbagai konten yang dipublikasikan. Proses observasi mencakup pengamatan terhadap gaya bahasa, visualisasi, durasi video, frekuensi unggahan, interaksi komentar, serta respon audiens terhadap konten yang disampaikan. Observasi dilakukan secara berkelanjutan untuk menangkap pola komunikasi dan strategi engagement yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Selain observasi, penelitian ini juga melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah informan yang dipilih secara purposif. Informan terdiri atas pengikut aktif Ustadz Hanan Attaki yang berasal dari kalangan generasi muda, tim kreatif atau pengelola media (apabila dapat diakses), serta akademisi di bidang komunikasi atau dakwah yang memiliki kompetensi dalam menilai perkembangan dakwah digital. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan format semi-terstruktur agar memberikan ruang yang fleksibel bagi informan untuk menjelaskan pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka terkait konten dakwah digital. Teknik ini digunakan untuk menggali pemahaman subjektif audiens tentang efektivitas dakwah digital, tantangan yang mereka rasakan, serta dampak konten terhadap perilaku keagamaan mereka.

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap yang menguatkan analisis data. Dokumen yang dikumpulkan meliputi arsip video, postingan media sosial, statistik engagement, tangkapan layar interaksi digital, serta berbagai literatur yang relevan dengan dakwah digital, komunikasi keagamaan, dan algoritma media. Dokumentasi ini memberikan bukti empirik yang dapat diverifikasi dan dipadukan dengan data hasil observasi serta wawancara.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Pada tahap awal, peneliti melakukan reduksi data dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan dengan tiga fokus utama penelitian, yaitu strategi dakwah, tantangan digital, dan dampak terhadap audiens. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk narasi tematik yang menunjukkan keterkaitan antar-temuan, pola komunikasi yang muncul, serta dinamika interaksi yang terjadi di ruang digital. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti

menginterpretasikan data secara keseluruhan untuk menemukan makna dan implikasi dari aktivitas dakwah digital yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan memvalidasi data melalui berbagai pendekatan pengumpulan data. Selain itu, peneliti juga melakukan member check kepada informan untuk memastikan akurasi interpretasi terhadap data yang diberikan, serta berdiskusi dengan ahli atau rekan sejawat (peer debriefing) guna meningkatkan kredibilitas hasil penelitian. Dengan prosedur ini, penelitian diharapkan menghasilkan gambaran yang komprehensif dan valid mengenai transformasi dakwah digital yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki.

Pembahasan

Biografi Singkat Hanan Attaki

Ustadz Hanan Attaki sendiri memiliki nama lengkap Tengku Hanan Attaki dan lahir di Aceh pada 31 Desember 1981. Hanan Attaki sendiri merupakan anak kelima dari enam orang saudara (liputan6.com, 2023). Ia memulai perjalanan dakwahnya sejak usia muda. Setelah menyelesaikan pendidikan di Timur Tengah, ia kembali ke Indonesia dan mulai aktif berdakwah melalui berbagai platform, termasuk media sosial

Ustad Hanan Attaki adalah anak kelima dari enam bersaudara. Sejak kecil, ia sudah dekat dengan Al-Qur'an. Hanan Attaki sering mengikuti Musabaqah Tilawatil Qur'an dan menjuarainya. Lalu melanjutkan pendidikan ke Universitas Al Azhar di Kairo, Mesir, usai menyelesaikan sekolah di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh. UHAKuliah di jurusan Tafsir Al- Qur'an, Fakultas Ushuluddin Al-Azhar. Di tengahkesibukannya berkuliah, ia juga aktif di kelompok studi Al-Qur'an dan ilmu-ilmu Islam (detik.com, 2023).

Kegiatan dan Kontribusi Ustad Hanan Attaki dalam Bidang Dakwah Sejak kembali ke Indonesia, Ustad Hanan Attaki telah menjadi sosok yang sangat aktif dalam kegiatan dakwah. Ia sering memberikan ceramah dan kajian di berbagai masjid, kampus, dan komunitas Muslim di seluruh Indonesia. Selain itu, Ustad Hanan Attaki juga aktif dalam mengembangkan platform digital untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman, seperti melalui kanal YouTube, Instagram, dan aplikasi mobile lainnya (detiknews.com, 2019)

Kehadiran Ustad Hanan Attaki di tengah-tengah kaum muda Muslim Indonesia telah menjadi fenomena tersendiri. Gaya dakwahnya yang santai, interaktif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari telah menarik banyak perhatian, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Salah satu format dakwah yang populer dari Ustad Hanan Attaki adalah “*Sharing Time*”, di mana ia berbagi pengalaman, nasihat, dan refleksi keagamaan dalam suasana yang lebih santai dan dialogis.

Media Sosial untuk Menyampaikan Pesan Dakwah

Pemanfaatan platform digital dengan konten yang terukur dan relevan menjadi strategi utama dalam dakwah modern. Analisis konten menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki secara konsisten memanfaatkan platform seperti

Instagram, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan pesan keagamaan. Sebagian besar kontennya memiliki durasi singkat dengan format yang sesuai dengan tren digital seperti short video, reels, dan podcast. Strategi ini menunjukkan bagaimana dakwah harus beradaptasi dengan karakteristik platform digital dan kebiasaan konsumsi audiens di era mediamorfosis.

Audiens menilai konten tersebut mudah dipahami karena penggunaan bahasa yang santai, humor, dan analogi kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga mengubah persepsi mereka terhadap pesan keagamaan yang selama ini dianggap kaku. Melalui pendekatan komunikatif yang lebih akrab, strategi ini secara tidak langsung membangun hubungan emosional antara da'i dan audiens, menjadikan dakwah lebih relevan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pendekatan yang digunakan tidak terbatas pada tema ritualistik, melainkan juga mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan isu sosial kontemporer. Sebagai contoh, melalui podcast yang menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang, Ustadz Hanan Attaki mengangkat tema seperti kesehatan mental dan keadilan sosial dari perspektif Islam. Strategi ini mengadopsi prinsip dakwah bil-hikmah yang menekankan pada dialog persuasif dan kontekstual. Komentar yang muncul dari audiens menunjukkan bahwa pendekatan ini sangat efektif dalam menjawab kegelisahan generasi muda. Banyak yang merasa bahwa konten yang disajikan tidak sekadar memberikan nasihat, tetapi juga memberikan solusi yang aplikatif dalam kehidupan mereka. Hal ini menegaskan bahwa dakwah yang mampu menghubungkan ajaran agama dengan realitas sosial akan lebih diterima dan memiliki dampak lebih besar dibandingkan dengan pendekatan tradisional yang hanya berfokus pada aspek normatif agama.

Strategi dakwah juga diperkuat dengan kolaborasi bersama influencer dan komunitas digital, seperti musisi, content creator, serta organisasi sosial. Data analisis menunjukkan bahwa kolaborasi ini meningkatkan jangkauan konten secara signifikan. Hal ini sesuai dengan konsep network society, di mana jaringan digital dan node pengaruh memainkan peran penting dalam penyebaran pesan. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas audiens dakwah, tetapi juga menghilangkan stigma bahwa agama hanya untuk kalangan tertentu. Dengan menjadikan dakwah sebagai bagian dari ekosistem digital yang inklusif, pesan keagamaan menjadi lebih mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Meskipun strategi dakwah digital ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah overload informasi, di mana persaingan dengan konten hiburan membuat pesan dakwah rentan tenggelam di tengah arus informasi digital. Selain itu, kritik dari kelompok konservatif yang menilai pendekatan ini terlalu modern juga menjadi tantangan tersendiri. Ada pula tekanan untuk terus menciptakan konten yang menarik, yang dapat berisiko menggeser esensi dakwah menjadi sekadar tren viral tanpa kedalaman nilai spiritual yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara inovasi dan esensi ajaran Islam agar dakwah tetap memiliki substansi yang kuat.

Temuan ini menguatkan teori adaptasi dakwah digital yang menekankan pentingnya kontekstualisasi pesan agama dalam budaya digital yang dinamis. Strategi Ustadz Hanan Attaki mencerminkan bagaimana transformasi media dan perubahan pola konsumsi informasi memaksa para komunikator dakwah untuk

terus berinovasi. Dalam konteks ini, penggunaan algoritma media sosial, analisis tren digital, serta kolaborasi strategis menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dakwah digital.

Penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Fokus penelitian ini hanya pada platform tertentu, sementara pengaruh dakwah di media sosial lain belum dianalisis secara mendalam. Selain itu, dampak jangka panjang dari dakwah digital terhadap perubahan perilaku keagamaan audiens masih menjadi pertanyaan yang perlu diteliti lebih lanjut.

Keberhasilan dakwah digital terletak pada kemampuannya untuk menyajikan konten yang singkat, relevan, dan berbasis pada realitas sosial. Integrasi nilai keislaman dengan isu-isu kontemporer serta kolaborasi dengan berbagai pihak di dunia digital menjadi strategi yang sangat efektif dalam menjangkau dan melibatkan audiens muda. Meskipun menghadapi tantangan, pendekatan ini membuktikan bahwa dakwah yang inovatif dan kontekstual memiliki daya tarik dan efektivitas yang tinggi di era digital.

Dinamika algoritma media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi dakwah digital. Meskipun penggunaan konten pendek dan relevan telah terbukti meningkatkan keterlibatan audiens, ada tantangan besar dalam ketergantungan terhadap algoritma platform digital. Setiap perubahan dalam kebijakan algoritma dapat memengaruhi jangkauan dan visibilitas konten dakwah, sehingga strategi yang saat ini berhasil mungkin perlu disesuaikan di masa depan. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada pemanfaatan tren, tetapi juga pada upaya membangun hubungan yang lebih dalam dengan audiens, agar tidak sepenuhnya dikendalikan oleh mekanisme platform digital.

Selain itu, integrasi nilai keislaman dengan isu-isu sosial kontemporer berperan dalam membentuk narasi keagamaan yang lebih dekat dengan realitas masyarakat modern. Pendekatan ini membuka peluang bagi generasi muda untuk memahami agama dalam konteks yang lebih relevan dengan kehidupan mereka. Namun, ada pertanyaan yang muncul mengenai dampaknya terhadap identitas keagamaan audiens. Dakwah dalam format digital yang cenderung cepat dan instan berpotensi menciptakan pola konsumsi agama yang bersifat pragmatis, di mana ajaran agama dipahami secara singkat tanpa proses refleksi yang mendalam. Hal ini menuntut perhatian lebih terhadap bagaimana dakwah digital dapat diimbangi dengan upaya membangun pemahaman agama yang lebih substantif dan tidak hanya bersifat hiburan semata.

Kolaborasi dengan influencer dan komunitas digital turut memberikan dampak besar dalam memperluas jangkauan pesan dakwah. Kehadiran figur publik dari berbagai latar belakang memungkinkan dakwah disampaikan dalam format yang lebih inklusif dan mudah diterima oleh audiens yang lebih luas. Namun, fenomena ini juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam bentuk komodifikasi dakwah. Dalam upaya mengikuti tren dan menarik perhatian, ada risiko bahwa pesan keagamaan dikemas lebih sebagai konten hiburan dibandingkan sebagai ajaran yang memiliki kedalaman spiritual. Kritik terhadap tren ini menyebutkan bahwa dakwah digital berisiko kehilangan esensinya jika lebih mengutamakan aspek popularitas dibandingkan dengan nilai-nilai fundamental yang ingin disampaikan.

Tantangan jangka panjang dalam dakwah digital juga mencakup dilema antara adaptasi terhadap budaya digital dan menjaga otentisitas pesan agama. Keberhasilan dakwah di era digital bergantung pada kemampuannya untuk tetap relevan dengan perkembangan zaman, namun pada saat yang sama, harus mampu menjaga substansi ajaran agar tidak terdistorsi oleh tuntutan media sosial yang serba cepat dan instan. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih strategis diperlukan untuk memastikan bahwa dakwah digital tidak hanya berorientasi pada viralitas semata, tetapi juga mampu membentuk pemahaman keagamaan yang kokoh dan mendalam di kalangan audiensnya.

Tantangan Dakwah di Era Digital

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah digital mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial. Data yang diperoleh dari lapangan mengungkap bahwa para dai dan lembaga dakwah semakin memanfaatkan platform digital sebagai media utama dalam menyampaikan pesan keislaman. Konten dakwah yang disajikan cenderung beradaptasi dengan format digital yang lebih ringkas dan menarik, seperti video pendek, infografis, serta siaran langsung (live streaming). Hal ini sejalan dengan teori komunikasi digital yang menekankan pentingnya keterjangkauan dan daya tarik pesan dalam lingkungan media baru.

Selain itu, temuan juga menunjukkan bahwa tingkat interaksi antara pendakwah dan audiens meningkat secara signifikan melalui media sosial. Namun, interaksi ini lebih bersifat cepat dan instan, yang dapat mempengaruhi pola pemahaman keagamaan audiens. Berdasarkan teori mediasi media, fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah tidak hanya mengubah cara pesan disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat.

Penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital. Salah satu tantangan utama adalah ketergantungan pada algoritma media sosial, yang menentukan seberapa luas jangkauan pesan dakwah. Perubahan algoritma yang tidak dapat diprediksi sering kali mengurangi visibilitas konten dakwah, sehingga para dai harus terus menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Tantangan lainnya adalah potensi misinterpretasi pesan dakwah akibat keterbatasan format digital. Dakwah yang disampaikan dalam bentuk konten pendek dan cepat berisiko kehilangan kedalaman makna, sehingga dapat menimbulkan pemahaman agama yang bersifat parsial atau bahkan bias. Dalam perspektif teori komunikasi massa, hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi membawa konsekuensi terhadap proses pemaknaan pesan keagamaan, yang tidak selalu sesuai dengan maksud asli pendakwah.

Selain itu, terdapat tantangan dalam menjaga otentisitas pesan dakwah di tengah persaingan konten digital yang semakin ketat. Beberapa pendakwah menghadapi dilema antara mengikuti tren agar tetap relevan dan menjaga esensi dakwah agar tidak terdistorsi oleh kepentingan popularitas. Perspektif teori ekonomi perhatian menjelaskan bahwa dalam era digital, konten yang mendapatkan perhatian lebih sering kali bukan yang paling substansial, tetapi yang paling menarik secara visual dan emosional. Oleh karena itu, dakwah digital

perlu menemukan keseimbangan antara daya tarik media dan substansi pesan yang ingin disampaikan.

Dengan berbagai tantangan ini, penelitian ini menyoroti perlunya strategi dakwah yang lebih adaptif dan berbasis pada pemahaman mendalam tentang ekosistem digital. Upaya kolaboratif antara pendakwah, komunitas keagamaan, dan akademisi dapat menjadi solusi untuk mengembangkan model dakwah digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Dakwah di era digital menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, mulai dari perubahan otoritas keagamaan, pengaruh algoritma media sosial, hingga dilema monetisasi dakwah. Fenomena ini menunjukkan bagaimana transformasi teknologi telah memengaruhi cara Islam dipahami dan disampaikan kepada masyarakat. Dalam perkembangan ini, terdapat dinamika baru yang memengaruhi efektivitas dakwah, baik dari sisi pendakwah maupun audiens yang menerima pesan keagamaan.

Salah satu perubahan utama dalam dakwah digital adalah pergeseran otoritas keagamaan. Sebelumnya, otoritas dalam Islam umumnya bersumber dari lembaga keagamaan formal seperti pesantren, universitas Islam, atau majelis ulama. Namun, dengan hadirnya media digital, siapa pun yang memiliki akses ke platform daring dapat membangun kredibilitas dan dikenal sebagai pendakwah. Kondisi ini menyebabkan demokratisasi dakwah, di mana semakin banyak individu dapat menyebarkan ajaran Islam tanpa keterbatasan akses terhadap mimbar fisik. Meskipun hal ini membuka peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan wawasan Islam dari berbagai perspektif, fragmentasi pemahaman keagamaan juga menjadi risiko yang tidak bisa diabaikan. Banyak pendakwah digital yang memiliki popularitas tinggi, tetapi tidak memiliki latar belakang keilmuan yang cukup mendalam. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana masyarakat dapat membedakan antara ajaran Islam yang valid dan yang hanya bersifat populis.

Selain pergeseran otoritas, tantangan lain yang muncul dalam dakwah digital adalah pengaruh algoritma media sosial terhadap penyebaran konten keagamaan. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram memiliki sistem algoritma yang bekerja berdasarkan tingkat interaksi pengguna. Konten yang lebih sering mendapatkan likes, komentar, dan dibagikan akan lebih banyak muncul di beranda pengguna lain. Akibatnya, dakwah digital cenderung menyesuaikan diri dengan format yang lebih ringan, singkat, dan mengikuti tren agar tetap relevan dengan selera pasar digital. Hal ini menimbulkan risiko terjadinya reduksi kompleksitas ajaran Islam, di mana konsep-konsep keagamaan yang mendalam disederhanakan menjadi slogan atau kutipan pendek yang kehilangan makna aslinya. Pendakwah digital harus mampu menemukan keseimbangan antara menyajikan konten yang menarik bagi algoritma media sosial tanpa mengorbankan substansi ajaran Islam.

Selain tantangan epistemologis dan teknis, dakwah digital juga menghadapi dilema terkait monetisasi. Dalam ekonomi digital, perhatian audiens menjadi faktor utama dalam menentukan pendapatan dari konten yang diunggah. Banyak pendakwah digital yang mengandalkan monetisasi dari platform seperti YouTube sebagai sumber pendapatan untuk mendukung aktivitas dakwah mereka. Hal ini menimbulkan dilema antara menjaga keaslian dan integritas dakwah dengan tuntutan pasar digital. Di satu sisi, terdapat pendakwah yang tetap

mempertahankan metode edukatif dengan ceramah panjang dan kajian mendalam, meskipun mungkin tidak mendapatkan banyak engagement di media sosial. Di sisi lain, ada juga pendakwah yang lebih menyesuaikan diri dengan tren digital, menggunakan gaya komunikasi yang lebih santai dan menghibur, tetapi sering kali mengorbankan kedalaman isi dakwah. Dalam situasi ini, pendakwah digital dihadapkan pada tantangan bagaimana tetap menyebarkan Islam secara efektif tanpa terjebak dalam sekadar mengejar popularitas.

Selain aspek penyampaian dakwah, interaksi antara pendakwah dan audiens dalam lingkungan digital juga mengalami perubahan signifikan. Jika sebelumnya dakwah lebih bersifat satu arah, di mana pendakwah menyampaikan ceramah tanpa banyak interaksi langsung, kini platform digital memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif. Melalui fitur seperti Instagram Live, Twitter Spaces, atau podcast, audiens dapat berpartisipasi dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, dan bahkan memberikan tanggapan terhadap pendapat pendakwah. Keterbukaan ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk lebih aktif dalam memahami Islam, tetapi juga menimbulkan tantangan baru dalam aspek etika dan adab komunikasi. Tidak jarang diskusi keagamaan di media sosial berubah menjadi perdebatan sengit yang lebih banyak dipenuhi emosi dibanding argumen yang berbobot. Misinformasi dan hoaks keagamaan pun semakin mudah tersebar, terutama ketika diskusi berlangsung tanpa filter keilmuan yang jelas.

Perubahan dalam dakwah digital ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar alat untuk menyebarkan Islam, tetapi juga menjadi ruang yang memediasi pemahaman keagamaan masyarakat. Jika sebelumnya masyarakat mengakses otoritas agama melalui kitab-kitab klasik dan kajian langsung, kini pemahaman keagamaan mereka semakin dipengaruhi oleh narasi yang terbentuk dalam ruang digital. Hal ini menuntut adanya literasi keagamaan digital yang lebih kuat, di mana masyarakat tidak hanya mengonsumsi dakwah secara pasif, tetapi juga mampu menilai kredibilitas dan keabsahan informasi yang mereka terima.

Untuk memastikan dakwah digital tetap relevan dan memiliki dampak positif, diperlukan strategi yang lebih sistematis. Salah satunya adalah dengan memperkuat literasi keagamaan digital agar masyarakat mampu memilah dan memilih sumber dakwah yang kredibel. Selain itu, pendakwah digital perlu menyesuaikan format penyampaian dakwah dengan tetap menjaga keseimbangan antara daya tarik visual dan substansi ajaran Islam. Tantangan lain yang perlu diperhatikan adalah bagaimana mengelola engagement di media sosial agar tetap memberikan manfaat bagi audiens tanpa mengorbankan prinsip-prinsip keislaman. Terakhir, diperlukan upaya untuk mengelola interaksi dalam dakwah digital agar lebih etis dan konstruktif, menghindari perdebatan yang kontraproduktif, serta mendorong diskusi yang lebih ilmiah dan berbasis data.

Dengan memahami berbagai tantangan ini, dakwah digital dapat dikembangkan menjadi lebih berkelanjutan, tidak hanya dalam hal jangkauan yang lebih luas, tetapi juga dalam kualitas pesan yang disampaikan. Media digital menawarkan peluang besar bagi penyebaran Islam di era modern, tetapi keberhasilannya tetap bergantung pada bagaimana pendakwah dan audiens beradaptasi dengan dinamika baru yang muncul dalam ekosistem digital.

Dampak Dakwah Digital Terhadap Masyarakat

Perkembangan dakwah digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara generasi muda mengakses, memahami, dan menginternalisasi ajaran Islam. Akses yang semakin luas terhadap konten keislaman di berbagai platform digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast, memberikan kemudahan bagi mereka untuk memperoleh informasi keagamaan tanpa harus menghadiri kajian secara langsung. Dalam berbagai kasus, media digital memungkinkan anak muda untuk lebih fleksibel dalam memilih materi yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya, sehingga mereka merasa lebih dekat dengan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan pola konsumsi dakwah yang semakin dipengaruhi oleh karakteristik media sosial. Generasi muda cenderung lebih tertarik pada konten yang singkat, visual, dan menarik secara estetika. Video ceramah yang dipadatkan dalam durasi beberapa menit dengan gaya penyampaian yang santai dan relevan dengan keseharian mereka lebih mudah diterima dibandingkan dengan ceramah konvensional berdurasi panjang. Pendekatan seperti ini dianggap lebih efektif dalam menjangkau mereka yang sebelumnya mungkin kurang tertarik dengan kajian agama dalam bentuk tradisional.

Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan tersendiri. Kemudahan akses terhadap informasi keagamaan di media digital tidak selalu diiringi dengan pemahaman yang mendalam dan kritis. Banyak generasi muda yang mengandalkan media sosial sebagai sumber utama pemahaman keislaman mereka tanpa melakukan verifikasi terhadap kredibilitas pendakwah atau keabsahan materi yang disampaikan. Dalam beberapa kasus, mereka lebih mudah terpengaruh oleh narasi yang bersifat hitam-putih dan simplifikasi ajaran Islam yang mungkin tidak sesuai dengan kompleksitas kehidupan nyata.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa eksposur terhadap dakwah digital dapat memberikan dampak psikososial bagi generasi muda. Sebagian dari mereka merasa lebih termotivasi untuk menjalani kehidupan yang lebih religius, menemukan komunitas yang mendukung nilai-nilai Islam, dan mendapatkan pemahaman baru tentang makna spiritualitas dalam kehidupan modern. Namun, di sisi lain, ada pula yang mengalami tekanan psikologis akibat standar keislaman yang ditampilkan dalam dakwah digital. Representasi ideal tentang kehidupan Islami yang sering ditampilkan di media sosial dapat memunculkan perasaan tidak cukup baik atau tidak sesuai dengan ekspektasi ajaran agama, yang pada akhirnya menimbulkan kecemasan dan ketidakpercayaan diri dalam menjalani kehidupan keagamaan.

Dalam interaksi sosial di ruang digital, dakwah juga dapat menjadi alat yang memperkuat eksklusivitas kelompok tertentu. Generasi muda yang aktif mengonsumsi dakwah digital terkadang menemukan dirinya dalam lingkungan yang memiliki interpretasi agama yang lebih kaku dan cenderung menilai orang lain berdasarkan standar keislaman yang mereka pelajari dari media sosial. Hal ini dapat mengurangi ruang dialog yang inklusif serta membentuk pola pikir yang kurang terbuka terhadap perbedaan perspektif dalam Islam.

Dengan berbagai dinamika yang muncul dalam dakwah digital, penting bagi generasi muda untuk memiliki literasi keagamaan digital yang kuat. Pemahaman yang kritis terhadap sumber informasi, keterampilan dalam memilih konten yang kredibel, serta kemampuan untuk berdialog dengan berbagai perspektif dalam

Islam menjadi faktor yang semakin penting dalam menghadapi era dakwah digital. Para pendakwah juga perlu menyesuaikan metode komunikasi mereka agar tidak hanya sekedar menarik perhatian audiens, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap ajaran Islam.

Dakwah digital, dengan segala kelebihanannya dalam menjangkau audiens muda, tetap membutuhkan keseimbangan antara penyampaian yang menarik dan substansi yang kuat. Ruang digital harus menjadi wadah bagi diskusi keislaman yang sehat, terbuka, dan tidak hanya berorientasi pada popularitas semata. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun pemahaman Islam yang lebih inklusif dan relevan bagi kehidupan generasi muda di era digital ini.

Dalam konteks dakwah digital yang semakin meresap di kalangan generasi muda, terdapat beberapa fenomena mendalam yang belum tersentuh dalam analisis sebelumnya. Misalnya, terdapat kecenderungan munculnya ruang informasi yang homogen, di mana generasi muda sering kali terjebak dalam 'filter bubble' dan 'echo chamber'. Kondisi ini terjadi ketika algoritma media sosial secara otomatis menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi dan pandangan yang telah ada, sehingga menutupi spektrum ide dan interpretasi keislaman yang lebih beragam. Akibatnya, narasi keislaman yang mereka terima cenderung homogen dan minim keberagaman perspektif, yang dalam jangka panjang dapat menghambat diskusi keagamaan yang inklusif dan kritis.

Lebih lanjut, pendekatan dakwah digital yang mengutamakan konten visual dan narasi singkat membawa risiko tersendiri dalam penyampaian pesan keagamaan. Meskipun format yang singkat dan estetik mampu menarik perhatian audiens, ada kecenderungan pesan keagamaan disederhanakan secara berlebihan. Representasi yang menekankan pada visualisasi dan hiburan dapat mengaburkan kedalaman teologis dan kompleksitas nilai-nilai Islam. Proses penyederhanaan ini, yang sering kali dipicu oleh tuntutan untuk menghasilkan konten viral, berpotensi menggeser fokus dari pembinaan spiritual menuju aspek komersial dan popularitas semata.

Selain itu, pergeseran peran otoritas keagamaan dalam ranah digital menjadi aspek krusial yang perlu mendapat perhatian. Di era digital, influencer yang populer di media sosial sering kali menjadi acuan utama bagi generasi muda dalam menilai dan memahami keislaman, menggantikan peran ulama dan cendekiawan tradisional. Meskipun fenomena ini dapat mendekatkan agama kepada khalayak yang lebih luas, terdapat kekhawatiran bahwa keabsahan keilmuan dan konteks tradisional ajaran Islam mungkin terpinggirkan. Hal ini menuntut adanya literasi keagamaan digital yang lebih tinggi agar generasi muda dapat secara kritis menilai sumber dan kredibilitas informasi yang mereka terima.

Dinamika ekonomi digital juga membawa tantangan tersendiri dalam penyebaran dakwah. Platform media sosial yang mengutamakan engagement tinggi dan konten viral menciptakan insentif ekonomi bagi pendakwah untuk menyajikan materi yang menarik secara visual dan emosional. Tekanan untuk meraih popularitas dalam bentuk angka-angka interaksi tersebut dapat mendorong penyederhanaan pesan, sehingga aspek teologis dan pembinaan spiritual yang mendalam tereduksi. Dalam kondisi ini, dakwah digital berisiko berubah menjadi alat pemasaran keagamaan daripada wadah untuk memperdalam pemahaman spiritual yang utuh.

Akhirnya, fenomena interaksi digital juga membawa dampak signifikan terhadap pembentukan identitas keislaman generasi muda. Di satu sisi, interaksi yang intens di ruang digital membuka peluang bagi generasi muda untuk lebih eksploratif dan kreatif dalam mengkonstruksi identitas keagamaan mereka. Oleh karena itu, peran pendidik dan praktisi dakwah menjadi sangat vital untuk membimbing generasi muda agar dapat menavigasi berbagai informasi dengan pendekatan yang lebih kritis dan terintegrasi.

Dengan demikian, meskipun dakwah digital menawarkan berbagai peluang inovatif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam, tantangan-tantangan mendalam seperti homogenitas narasi, penyederhanaan pesan, pergeseran otoritas, tekanan ekonomi digital, dan pembentukan identitas yang rentan harus mendapat perhatian serius. Pendekatan yang lebih holistik dan kritis diperlukan agar media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai medium pembinaan spiritual yang dapat mendukung pembentukan keislaman yang mendalam dan berwawasan luas di kalangan generasi muda.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami transformasi dakwah di era digital melalui studi kasus Ustadz Hanan Attaki. Fokus utama penelitian ini mencakup strategi penyampaian pesan dakwah, tantangan yang dihadapi dalam konteks digital, serta dampak penggunaan media sosial terhadap pemahaman dan perilaku keagamaan, terutama di kalangan generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memungkinkan penyebaran pesan Islam yang lebih luas dan interaktif melalui pemanfaatan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Pendekatan yang digunakan, seperti penggunaan bahasa yang ringan, visual yang menarik, serta kolaborasi dengan influencer dan komunitas digital, terbukti efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Namun, dakwah digital juga menghadapi sejumlah tantangan, termasuk risiko penyederhanaan ajaran Islam, ketergantungan pada algoritma media sosial, serta dilema antara popularitas dan substansi dakwah. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada penguasaan teknologi, tetapi juga pada strategi komunikasi yang tetap menjaga kedalaman nilai-nilai keislaman.

Dalam hal kemungkinan penerapan, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pendakwah, lembaga dakwah, serta akademisi dalam mengembangkan metode dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pendekatan berbasis data dalam memahami preferensi audiens, optimalisasi konten digital, serta penguatan literasi keagamaan digital menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dakwah di era modern.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan kajian dengan menganalisis dampak jangka panjang dakwah digital terhadap pemahaman dan praktik keagamaan masyarakat. Selain itu, studi perbandingan antara berbagai metode dakwah digital, baik dari segi platform yang digunakan maupun dari perspektif generasi yang berbeda, dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai efektivitas strategi dakwah digital.

Dengan adanya penelitian lanjutan dan inovasi dalam dakwah digital, diharapkan penyebaran pesan Islam di era digital dapat semakin efektif, inklusif, dan tetap berpegang pada esensi ajaran Islam yang autentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, M. I. 2020. Komunikasi Dakwah di Era Digital: Studi Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 12(1), 55-70.
- Avifah. 2017. *Efektivitas Dakwah Islam melalui Instagram: Studi pada Generasi Milenial*. Jakarta: Penerbit Universitas Islam Negeri.
- Faridah, N., Zulkarnain, A., & Asriadi, R. 2022. Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial Instagram dalam Pandangan Kaum Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 45-60.
- Gusnaeni, D. A. 2021. Analisis Pesan Dakwah di Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki: Studi Kategori Aqidah, Syariah, dan Akhlak. *Jurnal Studi Islam*, 15(1), 78-92.
- Hendra, R., & Saputri, L. 2020. Tantangan Dakwah di Era Digital: Kajian Penyaringan Informasi dan Verifikasi Konten. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(1), 23-40.
- Hamzah, F. 2019. Media Sosial dan Transformasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(2), 98-115.
- Liputan6. 2023. *Biografi Singkat Ustadz Hanan Attaki*. Retrieved from <https://www.liputan6.com>
- Moleong, L. J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaemin. 2017. Dakwah Digital Akademisi: Analisis Tren dan Strategi Efektifitas Komunikasi Islam di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(1), 15-30.
- Mubarak, A. Z. 2023. Analisis Genre Dakwah Digital pada Kanal YouTube Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Studi Islam dan Media*, 12(3), 34-50.
- Qaulan Baligha. 2024. *Inovasi Dakwah di Era Digital Melalui Media Sosial*. Jakarta: Penerbit Qaulan Baligha.
- Rahmat, A. 2021. Strategi Komunikasi Digital dalam Dakwah: Pendekatan Persuasif di Media Sosial. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 13(2), 70-85.
- Staisam. 2023. Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi: Studi Media Sosial. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 11(2), 112-130.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuwafik, M. H., & Nazilah, N. 2023. Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan Melalui Akun Youtube Pribadi. *Jurnal Islam dan Digitalisasi*, 14(2), 65-80.