

## Persepsi Mahasiswa Terhadap Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di YouTube

Arkan Khalid Ibrahim<sup>1</sup>

arkanibrahimovicc@gmail.com<sup>1</sup>

Fatma Kumala<sup>2</sup>

fatmakumala060@gmail.com<sup>2</sup>

Tegar Baihaqi<sup>3</sup>

tegarrodrygo@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*This study examines students' views on Ustadz Hanan Attaki's da'wah communication methods on YouTube as an example of responsive digital da'wah. Using qualitative methods and case analysis, this study investigates how persuasive, humanistic, accessible, and storytelling modes of delivery affect students' understanding and participation in receiving Islamic religious messages. The findings show that a da'wah approach that aligns with young people's digital lifestyles can build emotional closeness and improve the efficiency of religious messaging. Despite critics who are concerned about the reduction of sacredness, adaptive and contextualized da'wah strategies are still considered important and necessary in today's digital age.*

**Keywords:** *Digital Preaching, Communication Style, YouTube, Student Perception, Ustadz Hanan Attaki*

---

### ABSTRAK

*Penelitian ini mengkaji pandangan mahasiswa mengenai metode komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube sebagai contoh dakwah digital yang responsif. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis kasus, studi ini menyelidiki bagaimana cara penyampaian yang persuasif, humanis, terjangkau, dan bercerita mempengaruhi pemahaman serta partisipasi mahasiswa dalam menerima pesan agama Islam. Temuan menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang selaras dengan gaya hidup digital anak muda dapat membangun kedekatan emosional dan meningkatkan efisiensi penyampaian pesan keagamaan. Meskipun terdapat kritik yang mengkhawatirkan mengenai pengurangan nilai kesakralan, strategi dakwah yang adaptif dan sesuai konteks tetap dianggap penting dan diperlukan di zaman digital saat ini.*

**Kata kunci:** *Dakwah Digital, Gaya Komunikasi, YouTube, Persepsi Mahasiswa, Ustadz Hanan Attaki*

---

<sup>1</sup> Manajemen Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan

<sup>2</sup> Manajemen Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan

<sup>3</sup> Manajemen Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Media sosial kini menjadi salah satu saluran utama yang digunakan masyarakat, terutama generasi muda, untuk berinteraksi, mencari hiburan, hingga mendalami pengetahuan, termasuk mengenai ajaran agama.<sup>4</sup> Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok bukan lagi sekadar tempat berbagi konten santai, melainkan juga menjadi ruang penting bagi penyebaran pesan-pesan spiritual dan keagamaan.

Di tengah deras arus informasi yang kadang sulit dikendalikan, kesadaran keagamaan tetap menjadi aspek penting yang berperan dalam pembentukan karakter individu dan tatanan sosial. Namun demikian, menjaga dan memperkuat nilai-nilai keagamaan dalam lingkungan yang serba instan dan digital tentu bukan perkara mudah. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang lebih kreatif dan adaptif agar tetap relevan dan mampu menjangkau masyarakat secara luas.<sup>5</sup> Dalam

konteks ini, agama dan teknologi menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia modern.

Media sosial membuka peluang besar bagi para pendakwah untuk memperluas jangkauan dakwah mereka secara lebih efektif dan efisien. Namun, penyampaian pesan keagamaan di ruang digital tidak bisa dilakukan secara asal-asalan. Perlu adanya strategi komunikasi yang matang agar pesan yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga mengandung nilai-nilai keagamaan yang kuat.<sup>6</sup> Salah satu strategi yang dinilai tepat dalam konteks ini adalah kolaborasi dengan figur publik yang memiliki pengaruh dalam membentuk opini masyarakat digital.

Contoh penerapan strategi ini terlihat dari salah satu pendakwah muda yang aktif menyampaikan pesan-pesan keagamaannya melalui media sosial. Ia tidak hanya menyajikan konten dakwah yang sesuai dengan gaya hidup digital generasi muda, tetapi juga menjalin kolaborasi dengan sejumlah influencer untuk menjangkau lebih banyak audiens.<sup>7</sup> Dengan pendekatan seperti ini, pesan-pesan keagamaan dapat

dikemas secara lebih menarik, mudah dipahami, dan menyentuh kehidupan sehari-hari audiens digital yang dinamis.

Meski demikian, dakwah melalui media sosial tentu memiliki tantangan tersendiri. Para pendakwah harus mampu menyaring konten agar tetap mencerminkan ajaran agama secara benar dan tidak kehilangan makna yang mendalam. Pemilihan influencer pun tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Perlu kehati-hatian dalam memastikan bahwa setiap bentuk kolaborasi membawa dampak positif dan tidak mereduksi nilai-nilai inti dalam dakwah itu sendiri.<sup>8</sup>

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti fenomena dakwah digital, termasuk yang fokus pada strategi individu dalam menyampaikan pesan keagamaan. Namun, kebanyakan dari studi tersebut belum menelaah secara mendalam aspek kolaborasi antara pendakwah dengan influencer sebagai strategi untuk memperluas jangkauan dakwah. Fokus penelitian ini adalah untuk mengisi celah tersebut dengan menelusuri efektivitas kolaborasi sebagai pendekatan baru dalam

meningkatkan kesadaran keagamaan masyarakat digital.

Selain menawarkan fokus yang berbeda, penelitian ini juga menggunakan data yang lebih aktual dan kontekstual, yang mencerminkan perubahan perilaku pengguna media sosial dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan teknologi yang begitu cepat telah menyebabkan pergeseran cara beragama dan berinteraksi dengan informasi keagamaan. Oleh karena itu, pendekatan baru yang menyentuh ranah kolaboratif menjadi penting untuk dieksplorasi lebih lanjut.<sup>9</sup>

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuannya adalah untuk memahami persepsi mahasiswa terhadap gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube sebagai salah satu bentuk dakwah digital yang populer di kalangan generasi muda. Pendekatan ini memungkinkan analisis mendalam terhadap strategi dakwah yang digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan secara menarik dan relevan. Fokus utama penelitian ini terletak pada kolaborasi dengan influencer, pemilihan konten, serta gaya

penyampaian yang disesuaikan dengan karakteristik audiens digital. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana gaya komunikasi dakwah mampu membentuk pemahaman, ketertarikan, dan keterlibatan mahasiswa dalam menerima pesan-pesan keislaman. Untuk mendukung analisis, digunakan teknik analisis konten terhadap video dakwah guna menggali makna pesan serta dampaknya terhadap audiens.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

**3.1 Hasil penelitian** menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube mendapat tanggapan positif dari kalangan mahasiswa. Dengan menggunakan pendekatan persuasif, humanis, populer, dan naratif, Ustadz Hanan berhasil membangun gaya komunikasi yang relevan dengan karakteristik generasi muda digital. Gaya persuasif yang digunakannya menghindari pendekatan dogmatis dan lebih menekankan ajakan emosional dan spiritual, sehingga mendorong audiens untuk merefleksikan ajaran agama secara personal tanpa merasa digurui. Hal ini sejalan dengan temuan Hermawan bahwa

efektivitas dakwah digital terletak pada kemampuan pendakwah dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks psikososial audiensnya.<sup>10</sup>

Gaya humanis Ustadz Hanan terlihat dalam caranya membangun hubungan sejajar dengan audiens, menggunakan bahasa yang akrab dan tidak menghakimi, serta menanggapi interaksi melalui komentar di YouTube. Hal ini menciptakan kedekatan emosional dan rasa dihargai yang memperkuat penerimaan pesan dakwah. Selain itu, pendekatan populer dan kekinian, seperti penggunaan bahasa gaul, visual menarik, dan segmentasi video kreatif seperti *Booster & Lifehacks* atau *One Minute Booster*, memperlihatkan strategi adaptif terhadap budaya populer yang diminati generasi muda. Strategi ini terbukti efektif, sebagaimana dikemukakan oleh Badruddin dan Rakhmat, bahwa keberhasilan pendakwah di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengemas dakwah dalam format yang sesuai dengan tren dan gaya hidup audiens digital.<sup>11</sup>

Gaya naratif atau *storytelling* yang digunakan Ustadz Hanan juga memperkuat keterlibatan emosional mahasiswa. Melalui cerita inspiratif yang diambil dari realitas kehidupan maupun ajaran Islam, ia mampu membangun koneksi kognitif dan afektif dengan audiens, menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diingat. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Miller yang menyatakan bahwa dalam model komunikasi transaksional, audiens berperan aktif dalam membentuk makna dari pesan yang diterima.<sup>12</sup> Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi dakwah Ustadz Hanan tidak hanya berasal dari kontennya, tetapi juga dari kemampuannya membangun komunikasi timbal balik yang empatik, kontekstual, dan menyentuh realitas keseharian audiens.

Meski gaya ini dinilai efektif oleh mayoritas mahasiswa, terdapat pula kritik dari sebagian pihak yang mempertanyakan kesesuaian gaya santai dan populer dengan nilai-nilai kesakralan ajaran Islam. Beberapa pihak mengkhawatirkan bahwa penggunaan bahasa informal dan kemasan hiburan berlebihan dapat mereduksi

kedalaman makna dakwah. Temuan ini mencerminkan adanya dilema antara kebutuhan akan inovasi komunikasi dakwah dengan pentingnya menjaga nilai substansi dan otoritas keagamaan. Oleh karena itu, keseimbangan antara kreativitas penyampaian dan ketepatan isi menjadi hal yang penting dalam strategi dakwah digital di era media sosial.

**3.2 Pembahasan** Penelitian ini mengungkap bahwa gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube sangat relevan dengan karakteristik mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital. Dengan pendekatan yang persuasif, Ustadz Hanan menyampaikan pesan keagamaan secara ringan dan tidak menggurui, yang membuat audiens merasa nyaman dan lebih terbuka dalam menerima pesan. Bahasa yang digunakan tidak kaku, dan gaya penyampaiannya membangkitkan empati serta motivasi untuk berhijrah, terutama pada tema-tema yang menyentuh kehidupan sehari-hari mahasiswa.<sup>13</sup> Selanjutnya, gaya komunikasi humanis yang diterapkan Ustadz Hanan ditunjukkan melalui kedekatannya dengan audiens, baik

dari segi gaya bicara, penampilan, maupun interaksi sosial di media. Ia menempatkan dirinya bukan sebagai sosok otoritatif yang menghakimi, melainkan sebagai teman seperjalanan dalam proses spiritual. Hal ini memperkuat koneksi emosional antara pendakwah dan audiens yang pada akhirnya berdampak pada keterbukaan mahasiswa terhadap pesan dakwah yang disampaikan.<sup>14</sup>

Gaya populer dan kekinian yang digunakan, seperti penggunaan bahasa gaul, ilustrasi visual, dan kemasan konten yang ringkas dan menarik, menjadikan dakwah terasa lebih akrab dan menyenangkan. Ustadz Hanan juga memanfaatkan fitur-fitur khas media sosial, seperti segmen *One Minute Booster* atau *Lifehacks*, untuk menyesuaikan dengan gaya hidup mahasiswa yang dinamis dan mobile.<sup>15</sup>

Di sisi lain, penggunaan gaya naratif atau storytelling dalam ceramahnya memperkuat daya serap audiens terhadap pesan keagamaan. Cerita yang disampaikan—baik dari kitab suci, pengalaman pribadi, maupun realitas

sosial—mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat serta memudahkan pemahaman terhadap nilai-nilai Islam. Storytelling terbukti menjadi metode efektif dalam menyampaikan dakwah secara kontekstual dan reflektif.<sup>16</sup>

Meskipun mayoritas mahasiswa memberikan respon positif terhadap pendekatan ini, ada pula sebagian yang menyuarakan kekhawatiran akan potensi penurunan nilai kesakralan dakwah ketika disampaikan secara terlalu santai atau berbau hiburan. Ini menunjukkan pentingnya menjaga keseimbangan antara kreativitas dalam komunikasi dengan kedalaman pesan keagamaan agar substansi dakwah tetap terjaga dalam bentuk yang modern.<sup>17</sup>

## **Penutup**

Metode komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube terbukti mampu menarik perhatian anak muda. Dengan gaya yang santai, modern, dan penuh emosi, ia berhasil menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang lebih mudah dimengerti dan relevan dengan kehidupan sehari-hari

para pendengarnya. Pendekatan yang persuasif, manusiawi, populer, dan naratif membuat pesan dakwah terasa akrab, tidak menggurui, dan membangkitkan rasa ingin tahu serta keterlibatan mahasiswa sebagai audiens digital.

Walaupun banyak yang memuji, cara ini juga mendapatkan kritik dari beberapa pihak yang khawatir akan kemungkinan menurunnya nilai kesakralan dakwah. Meski begitu, strategi komunikasi yang fleksibel dengan perkembangan zaman dan karakteristik audiens tetap menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah di dunia digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang bagaimana audiens, terutama mahasiswa, memandang dakwah adalah kunci untuk merancang strategi komunikasi yang efektif di era media sosial sekarang ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat pemasaran media sosial Instagram pada pembentukan brand awareness toko online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Andika. (2022). Agama dan perkembangan teknologi di era modern. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 2(2), 129–139.
- Persepsi Mahasiswa Terhadap Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di YouTube <https://doi.org/10.22373/arj.v2i2.12556>
- Aziz, I. R. (2023). Etika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam channel YouTube @Hanan\_attaki. *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 4–8.
- Badruddin, & Rakhmat, R. (2023). Viralitas dai di media sosial. *SAF: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*(2), 1–10. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/saf/article/view/1329>
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu komunikasi: Teori dan praktek. Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, A. (2021). Pemaknaan audiens dalam model komunikasi transaksional: Studi pada konten dakwah digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1–15.
- Kamillah, A. N., et al. (2023). Strategi komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah di channel YouTube dengan tema “Muslim Gaul, Emang Ada?”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1733–1740.
- Nisa, A. S. R., Fitri, A., & Abdurrazaq, M. (2023). Peran akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya sebagai media dakwah ditinjau dari teori jarum hipodermik. *Journal of Islamic Studies*, 1(2), 198–213. <https://journals.iaialzaytun.ac.id/index.php/jis>
- Miller, K. (2014). *Communication theories: Perspectives, processes, and contexts*. McGraw-Hill.
- Nisa, A. S. R., Fitri, A., & Abdurrazaq, M. (2023). Peran akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya

sebagai media dakwah ditinjau dari teori jarum hipodermik. *Journal of Islamic Studies*, 1(2), 198–213.  
<https://journals.iai-alzaytun.ac.id/index.php/jis>

Syintia Nurfitria, & Arzam, A. (2022). Urgensi media sosial sebagai sarana dakwah melalui media di era modern. *An-Nida'*, 46(1), 85–105.  
<https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>