

DAKWAH MELALUI YOUTUBE (ANALISIS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTACKI)

ABDUL SALAM, MULIATY AMIN, KAMALUDDIN TAJIBU

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

Email: Abhesalam02@gmail.com; muliaty.amin@uin-alauddin.ac.id;

kamaluddin.tajibu@uin-alauddin.ac.id

Abstract:

The purpose of this research is to obtain information about Ustadz Hanan Attaki's da'wah messages on the Hanan Attaki Youtube channel. In addition, the researcher also wanted to know the method of delivering the da'wah of Ustadz Hanan Attaki on the Hanan Attaki Youtube channel to students of the Department of Communication and Islamic Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication UIN Alauddin Makassar. The results showed that; The message of the da'wah conveyed by Ustadz Hanan Attaki contained motivations, suggestions, warnings which were packaged in a video spiced up in choosing dictionaries that were adaptive to the Madame so that it could be easily accepted and understood by the Madame. The method of delivering Ustadz Hanan Attaki's da'wah has a characteristic audio and visual sound that is compatible with the way of delivering his preaching and with various themes each week. Likewise with the title of the preaching content that keeps millennial young people motivated.

Keywords: da'wah; Hanan Attaki; messages analysis

PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah yaitu agama yang mengajak dan memerintahkan umatnya untuk selalu menyebarkan dan menyiarkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia.¹ Dakwah pada mulanya dipahami sebagai perintah Allah SWT yang tertuang dalam al-Qur'an. Bagi setiap muslim yang taat kepada Allah SWT, maka perintah berdakwah itu wajib dilaksanakan dengan baik, lalu disadari

bahwa dakwah itu merupakan suatu kebutuhan hidup, maka dakwah menjadi suatu aktivitas setiap muslim kapanpun dan dimanapun mereka berada. Kemudian aktivitas dakwah berkembang dalam berbagai situasi dan kondisi dengan berbagai dinamikanya.²

Salah satu unsur dakwah adalah maddah (isi dakwah), maddah merupakan pesan yang disampaikan dai kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas yang menjadi maddah dakwah itu

¹ Muhammad Ridwan, *Peran Dai dalam Membimbing Penyabung Ayam*, Jurnal Bimbingan dan Penyuluhan Islam Vol. 2, no. 2 Desember 2018 (215-288)

² Asep Shodiqin, *Membingkai "Episteme" Ilmu Dakwah*, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 5 No. 2 Edisi Juli-Desember 2011

adalah ajaran Islam sendiri. Oleh karena itu, membahas yang menjadi maddah dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan maddah dakwah pada garis besarnya adalah aqidah, syari'ah dan akhlaq.³

Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sudah maju dalam hal teknologi maupun ilmu pengetahuan. Sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka Islam meletakkan kewajiban dakwah diatas setiap pemeluknya.

Gerakan Pemuda Hijrah, sebuah gerakan yang didirikan Ustadz Hanan Attaki yang resmi terbentuk pada tahun 2015.⁴ Sesuai dengan namanya, gerakan ini merupakan sebuah komunitas yang bergerak dibidang dakwah yang berfokus pada anak muda. Gerakan ini terbentuk dari sebuah kegelisahan Ustadz Hanan Attaki yang merasa bahwa dakwah di Indonesia kurang progresif atau jalan ditempat, terlebih untuk kalangan anak muda. Dakwah di Indonesia cenderung terjebak dalam kegiatan-kegiatan dimana para jamaahnya memang sudah hijrah sejak lama, sehingga penambahan orang-orang yang kemudian mendapatkan hidayah, sadar

dan kembali kepada Allah itu sedikit walaupun kegiatannya banyak. Padahal sebenarnya banyak anak muda yang membutuhkan dakwah dan merindukan hidayah, hanya saja tidak tahu caranya. Anak muda merupakan orang-orang yang memiliki peran besar dimasa mendatang, jika saat ini generasi muda mulai hancur, bisa kita bayangkan bagaimana kondisi Indonesia di masa depan.

Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas yang namanya internet, dan internet tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya media sosial seperti youtube, facebook, yahoo messenger, twitter, instagram, dan jejaring sosial lainnya. Berbagai fasilitas tersebut merupakan suatu alternatif yang efektif dalam upaya untuk menghubungkan antara satu individu dengan individu yang lain agar terjalin hubungan silaturahmi yang harmonis dan saling menguntungkan. Oleh karena itu, jejaring sosial tersebut tepat sekali sebagai sarana dalam membangun dakwah Islam. Hal ini dilakukan untuk menghadapi perang pemikiran yang diciptakan oleh dunia barat. Untuk menghadapi itu kita memerlukan strategi yang tepat dalam kegiatan membangun jaringan dakwah, yaitu dengan memanfaatkan perkembangan global connection. Sistem ini merupakan salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai media untuk

³ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Managemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24.

⁴ <https://news.detik.com/berita/d->

2988687/shift-gerakan-dakwah-kreatif-pemuda-di-bandung-rangkul-anak-punk. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2019 pukul 23:13 WITA

berdakwah. Aspek keuntungan yang diperoleh dengan pemanfaatan jaringan internet antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat.

Seperti halnya dengan Gerakan Pemuda Hijrah, salah satu penggerak dakwah remaja yang menggunakan youtube sebagai media penyampaian dakwah. Adapun kanal pribadi Hanan Attaki yang bergabung mulai tanggal 11 Mei 2017 mulai menggunakan youtube dengan pencapaian 10.930.756x ditonton dan channel Pemuda Hijrah yang bergabung pada tanggal 20 September 2017 dan sebanyak 13.028.566x ditonton sebagai media dakwah. Ustadz Hanan Attaki, selaku founder Gerakan Pemuda Hijrah namanya cukup populer pada kalangan pemuda, pada channel pribadi Hanan Attaki memiliki subscribers mencapai 411.238 subscribers, sementara pada channel Shift Media mencapai 291.420 subscribers.⁵ Ustadz Hanan Attaki mengemas dakwah dalam bahasa anak muda, bahasa gaul, bahasa yang lebih sederhana, dan mudah dipahami oleh pemuda.

Shift sendiri lahir untuk pemuda Indonesia yang membutuhkan dan merindukan dakwah. Oleh karena itu tema dakwah yang diangkat ditujukan untuk memberikan solusi permasalahan pada pemuda. Dan permasalahan anak muda itu sendiri tidak jauh-jauh dari masalah cinta,

karir, hiburan, sosial, dan keluarga. Sehingga konten dakwah yang disajikan memang didesain untuk pemuda, dan menyesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh pemuda. Selain itu, judul yang diangkat juga menggunakan bahasa anak muda seperti “jangan kasih kendor”, “woles aja”, “geer” dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, berdasarkan penjabaran masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam yang dituangkan dalam bentuk penelitian berjudul “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Dakwah

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab *يدعوا - دعوة دعا*, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata Dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, atau mengundang. Sedangkan pengertian dakwah menurut istilah (terminologi) sangat beragam, karena setiap ahli dakwah memberi pengertian dan sudut pandang yang berbeda-beda sehingga istilah dari suatu ahli dakwah dengan ahli yang lainnya seringkali terdapat beberapa kesamaan.⁶

⁵ Pemuda Hijrah. *Youtube.com*: diakses pada tanggal 23 Mei 2019 pukul 21.21 WITA

⁶ Muhammad Ridwan, *Peran Dai*

dalam Membimbing Penyabung Ayam, Jurnal Bimbingan dan Penyuluhan Islam Vol. 2, no. 2 Desember 2018 (215-288)

Bentuk-Bentuk Dakwah

Aktivitas dakwah yang merupakan operasionalisasi dari dakwah yang dilakukan para pelaku dakwah dapat diklasifikasikan dalam 3 kategori, yaitu :⁷

a. Aktifitas Dakwah bil lisan

Dakwah bil lisan adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan (ceramah atau komunikasi langsung antara subjek dan objek dakwah). Dakwah bil lisan mempunyai beberapa media, seperti :khotbah, ceramah, ataupun pidato.

Allah berfirman dalam Al-Quran dengan tegas mengenai hal ini dengan menitik beratkan kepada Ahsan Kaulan (ucapan yang baik) dan Uswatun Hasanah (perbuatan baik), yaitu dalam Q.S. Al-Fussilat 41:33

وَقَالَ صَلِّحْهَا وَعَمِلْ لِلَّهِ إِلَىٰ دَعَا مِمَّنْ قَوْلًا أَحْسَنُ وَمَنْ
۳۳ لَمْ يُسَلِّمْ أَمِنْ إِنْ نِي

Terjemahnya:“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?”

Menurut Ki Mooesa A. Machfoeld, disebutkan dakwah ini bentuknya dapat berupa ceramah

keagamaan, pengajian dengan berbagai bentuknya. Dalam ceramah tersebut, dapat juga diselingi dengan humor, baik melalui kata-kata atau gerakan badan dan mimik wajah.⁸

b. Aktifitas Dakwah bil qalam

Dakwah bil qalam adalah dakwah dengan menggunakan media tulisan, dakwah bilqalam merupakan bentuk dakwah yang pernah dipraktikkan Rasulullah SAW. Dakwah dalam bentuk tulisan yang dilakukan Rasulullah SAW adalah dengan mengirim surat-surat yang berisi seruan, ajakan, atau panggilan. Dakwah bilqalam pada era sekarang ini menggunakan media cetak yang meliputi: surat kabar, majalah, brosur, dan buletin.

Bentuk dakwah ini juga dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW melalui penyampaian surat ke berbagai pihak.

c. Aktifitas Dakwah bil hal

Dakwah bil hal adalah melaksanakan amal kebaikan dalam kehidupan sehari-hari yang meliputi bidang sosial, ekonomi, dan budaya dalam bingkai nilai-nilai ajaran Islam. Dakwah bil hal merupakan usaha merintis dan mempraktekkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah dalam bentuk ini dapat dilakukan oleh setiap orang di manapun berada dengan profesi apapun.⁹

⁷ Abdullah, *Urgensi Dakwah dan Perencanaannya*, Jurnal Studi Islam Vol . 12 No. 1 April 2020, 120-148

⁸ Ki Moesa A. Machfoeld, *Filsafat*

Ilmu Dakwah dan Penerapannya, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 2004), h.108

⁹ Umi Musyarrofah, *Dakwah KH. HamamDja''far dan Pondok Pesantren Pabean*, (Jakarta: Uin Press, 2009) Cet ke-1 h.20-21

Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah harus ada dalam proses dakwah, bilamana unsur-unsur itu tidak terpenuhi maka dakwah akan mengalami hambatan bahkan kegagalan. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur dakwah itu antara lain: Dai (pelaku dakwah), Mad'u (penerima dakwah), Maddah (materi dakwah). Adapun pengertian-pengertiannya adalah sebagai berikut:

a. Dai (Pelaku Dakwah)

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah, baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan, baik secara individu, kelompok atau lewat organisasi. Secara umum kata Dai ini sering disebut dengan sebutan muballigh (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, khotib, dan sebagainya.

Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa Dai adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliyah pokok bagi tugas ulama.¹⁰

Dalam Al-Qur'an dan Sunnah, terdapat penjelasan tentang amar ma'ruf nahi mungkar dan perintah terhadap mereka yang layak untuk membawa bendera dakwah Islam. Merekalah yang mampu mengajarkan agama, baik melalui tulisan, ceramah maupun pengajaran sehingga individu dan masyarakat dapat memahaminya. Dalam kegiatan dakwah peranan dai sangatlah esensial, sebab tanpa dai ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat.

Adapun sifat-sifat penting yang dimiliki oleh seorang dai, yaitu :

- 1) Mendalami Al-Qur'an, sunnah dan sejarah khulafa'urrahyidun.
- 2) Memahami keadaan masyarakat yang akan dihadapi
- 3) Berani dalam mengungkapkan kebenaran dimanapun dan kapanpun
- 4) Ikhlas melaksanakan dakwah tanpa memikirkan tawaran materi yang menggiurkan
- 5) Satu kata dengan perbuatan
- 6) Terjauh dari hal-hal yang menjatuhkan harga diri.¹¹

b. Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi mitra dakwah atau sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang

¹⁰ Muhammad Munir, Wahyu Iliahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), h.21.

¹¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Perenda Media, 2004), Ed.1, h. 81

beragama Islam maupun tidak atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Mad'u atau (penerima dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan Mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri misalnya profesi, ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan Mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dan kotabesar.
- 2) Dari stuktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan dan santri, terutama pada masyarakat Jawa.
- 3) Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak- anak, remaja, dan golongan orangtua.
- 4) Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri.
- 5) Dari segi tingkatan sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah, dan miskin.
- 6) Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
- 7) Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana dan sebagainya.¹²

c. Pesan Dakwah (Maddah)

1. Pengertian Pesan Dakwah (Maddah)

Maddah dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan Dai kepada Mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi Maddah dakwah adalah Islam itu sendiri.¹³

Maddah adalah pesan yang disampaikan oleh Dai kepada Mad'u yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits. Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam. Keseluruhan pesan dakwah bersumber pada pedoman agama Islam.

Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu aktivitas penyampaian informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari satu pihak ke pihak lainnya. Biasanya aktivitas komunikasi ini dilakukan secara verbal atau lisan sehingga memudahkan kedua belah pihak untuk saling mengerti. Secara harafiah, definisi komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Komunikasi secara umum bertujuan untuk

¹² Abdullah, *Urgensi Dakwah dan Perencanaan*, Jurnal Studi Islam Vol. 12 No. 1 April 2020, 120-148.

¹³ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) ed.1, cet.1, h.24

memberikan pengetahuan kepada orang lain.¹⁴

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dimengerti dan diterima oleh orang lain. Selain dengan cara verbal, komunikasi juga bisa dilakukan dengan bahasa tubuh atau menggunakan gesture untuk tujuan tertentu.

Youtube

YouTube adalah perusahaan yang mengumpulkan koleksi user generated content memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film full-length Melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video online. YouTube terutama memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman home page dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam videonya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.

Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO). Youtube hari ini adalah anak perusahaan dari Internet pencari raksasa Google. Pada November 2006,

YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Perusahaan youtube berkantor pusat di San Bruno California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna termasuk klip film, klip TV, dan video music Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.¹⁵

Youtube lebih cenderung menarik dan tidak membosankan jika dibandingkan dengan televisi. Konten yang disuguhkan youtube lebih lengkap dan tanpa dibatasi oleh waktu. Sehingga pengguna dapat menikmati konten youtube sesuai dengan apa yang minati, dimanapun dan kapanpun.

Terdapat beberapa fungsi youtube, di antaranya: 1). Mencari video di youtube, setiap pengguna dapat mencari video sesuai dengan kebutuhan video yang diperlukan. Dengan melakukan pencarian sesuai dengan kata kunci, maka berbagai tema video yang berkaitan muncul. 2). Memutar atau menonton video. 3). Mengupload video. 4). Mendownload video.

¹⁴

<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-komunikasi.html> pukul 23.49

¹⁵ Suyanto, Asep Herman dan

Wahyudi.

Jurnal: *Youtubewww.jurnalkomputer.com*, diakses pada 13 Juni 2019, pukul 11.15

Streaming youtube. Istilah ini biasanya digunakan untuk menyiarkan secara langsung video yang direkam melalusebuah kamera video yang dapat dilihat oleh sipapun dan dimanapun dalam waktu bersamaan. Sehingga pengguna bisa menyiarkan langsung tanpa melalui proses download.

Buffering. Merupakan istilah yang memiliki makna penyangga atau tenaga. Dengan kata lain buffering berarti jeda waktu yang terjadi saat pengguna memutar video di youtube.¹⁶ Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui Youtube itu mendominasi di era milenial ini:

- a. Muslim telah menyebar keseluruh penjuru dunia, dengan menggunakan jejaring internet untuk berselancar di website Youtube yang memudahkan penggunaannya memperoleh pengetahuan-pengetahuan yang tidak sempat disimak tepat waktu dalam sebuah majelis taklim.
- b. Citra Islam dapat dengan mudah dibangun lewat unggahan-unggahan yang berisi tentang kegiatan berdakwah atau hal-hal yang membahas tentang syari'at Islam.
- c. Pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah, dengan sendirinya juga

membuktikan bahwa umat Muslim mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman yang ada dan mampu tetap berdiri di jalur yang digariskan oleh syari'at Islam.¹⁷

Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai atau yang mereka butuhkan, dengan demikian tidak ada faktor pemaksaan dalam menimba ilmu di dalamnya.

Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen luas, termasuk untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi, dan lainnya.¹⁸

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang termasuk jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian bertempat pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Karena merujuk kepada fokus penelitian yang dimana sasaran dakwahnya lebih dipusatkan kepada kalangan Mahasiswa.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah

Media,2004). h.110

¹⁸ Sidiq, Anwar, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (study Akun @fuadbakh)," (UIN Raden Intan Lampung), Skripsi,2017 diakses pada (6 maret 2019).

¹⁶ Arie Prastyo. 19 Juli 2014. Artikel: *Perbdaan dan Pengertian antara Streaming dan Buffering*, <https://www.arioprastyo.com>, diakses pada 14 Juni 2019, puku21.11

¹⁷ Fathul Wahid, E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet,(Yogyakarta:Gaya

penelitian Kualitatif Dekriptif dengan pendekatan studi dengan cara berkomunikasi atau wawancara secara langsung mengenai bagaimana Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap judul yang diteliti. Peneliti ingin menggunakan pendekatan ini pada pihak-pihak yang relevan dijadikan narasumber untuk memberikan keterangan atau data terkait penelitian yang dilakukan. Pendekatan ilmu komunikasi yang dimaksud ialah suatu pendekatan yang mempelajari hubungan interaksi komunikasi dalam kehidupan masyarakat yang berlangsung, baik melalui komunikasi verbal maupun non-verbal. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan data tentang bagaimana metode penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dikemas dalam bentuk audio-visual.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari bahan atau dokumen yang diperoleh peneliti melalui informan kunci penelitian, yang terdiri dari minimal 1 orang youtuber dan 10 orangsubscribers channel youtube Hanan Attaki (mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari bahan kajian berupa bacaan buku-buku atau kepustakaan lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan dari informan kunci atau tinjauan langsung peneliti (kolektif).

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara (interview) merupakan salah satu cara agar mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara menanyakan langsung kepada informan atau secara bertatap muka (face to face) yang bertujuan untuk merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan responden dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku, dan mengamati semua respon yang disurvei.

2. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilakukan dari hasil melihat, atau menyaksikan aktivitas yang dilakukan oleh responden atau mendengarkan apa yang dilakukan para responden. Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti yakni mengamati berbagai informasi

mengenai Ustad Hanan Attaki dari berbagai sumber.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam sejumlah fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk komunikasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi berupa video dakwah Ustad Hanan Attaki pada akun youtube Hanan Attaki.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode Penyampaian Dakwah Ustadz Hanan Attaki

Penelitian ini mengungkapkan bahwa yang membuat informan tertarik dengan dakwah yang dibawakan oleh Ustadz Hanan Attaki pada Channel Youtube Hanan Attaki tepat sasaran ke kalangan anak muda saat ini karena menggunakan bahasa milenial dan terdapat pesan-pesan moral sehingga para pendengarnya mampu menerima dakwah Ustadz Hanan Attaki.

Dakwah Ustadz Hanan Attaki yang menarik, mudah dipahami dan tidak monoton karena memadukan

audio visual yang menambah kesan menarik sehingga pemirsanya menjadi semakin hanyut dalam penyampaian dakwahnya. Sangat bisa dipahami karena menggunakan bahasa anak muda dengan pembawaan yang sangat santai memiliki unsur yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Tema-tema yang diangkat oleh Ustadz Hanan Attaki pun cenderung selaras dengan problematika-pematikanya yang kebanyakan orang hadapi dalam kehidupannya sehingga problem solving-nya lebih mudah ditemukan. Selain itu, Ustadz Hanan Attaki juga mampu memotivasi seseorang tanpa secara langsung menjelekan orang tersebut, menyadarkan sasaran dakwahnya agar senantiasa bertaubat dan meminta bantuan kepada Allah.

Meskipun informan punya pandangan yang berbeda-beda dalam melihat dan menilai keunikan metode penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki, namun secara garis besar dakwah Ustadz Hanan Attaki mampu menjadi kiblat dakwah bagi seluruh rentan usia, khususnya sebagian besar kalangan anak-anak muda di Indonesia saat ini.

Penerimaan Mahasiswa KPI Terhadap Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Hanan Attaki

Penelitian ini ingin mengetahui pesan dakwah dan bagaimana metode penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Channel Youtube Hanan Attaki.

Terdiri dari 20 orang informan dari kalangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Terbagi atas beberapa tingkat angkatan; mulai dari angkatan 2015, 2016, 2017 dan 2018 yang berlangganan channel Youtube Hanan Attaki maupun tidak berlangganan dan atau melihat konten dakwah Ustadz Hanan Attaki pada channel tersebut.

Dari hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sering mendengarkan dakwah Ustadz Hanan Attaki pada channel Youtube Hanan Attaki karena Ustadz Hanan Attaki menyampaikan dakwahnya dengan bahasa anak milenial dan ditambah dengan audiovisual yang dapat diterima dengan baik oleh kalangan anak muda. Pesan yang disampaikan Ust Hanan Attaki mampu diterima dan diterapkan secara bertahap mulai dari konten motivasi, introspeksi diri, dan motivasi hijrah. namun yang dipermasalahan oleh anak Komunikasi dan Penyiaran Islam. Mahasiswa KPI masih mengerti maksud dakwah konten dakwah Ustadz Hanan Attaki karena dakwah dakwah yang disampaikan langsung pada inti permasalahan. Ustadz Hanan Attaki mampu menarik perhatian anak muda sehingga mereka tertarik menyebarkan dakwah baik dalam bentuk tulisan maupun Repost konten konten dakwah di Instagram karena dianggap sangat efektif untuk menyampaikan dakwah. adapun saran dari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam lebih rutin meng-upload konten dakwah, ciri

khas cara penyampaian dakwahnya dipertahankan, ditingkatkan dan semoga banyak pemuda yang termotivasi untuk hijrah.

PENUTUP/KESIMPULAN

Pesan yang terkandung dalam konten dakwah Ustadz Hanan Attaki menggabungkan antara komponen audio dan komponen visual yang dikemas dengan berbagai macam tema pembahasan berdurasi selama beberapa menit kemudian diunggah kedalam channel YouTube pribadi Ustadz Hanan Attaki (Hanan Attaki).

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sering mendengarkan dakwah Ustadz Hanan Attaki pada channel YouTube Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya dengan penggunaan bahasa yang mudah diterima oleh pendengarnya bermuatan motivasi, introspeksi diri, dan motivasi hijrah yang sangat mudah untuk diterima oleh mad'unya. Ustadz Hanan Attaki mampu menarik perhatian kalangan anak muda, khususnya Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar hingga dianggap sangat efektif dan sangat memotivasi. Dakwah merupakan kebutuhan pokok rohani bagi Umat Islam. Dakwah memiliki peran penting untuk membawa Umat Islam menuju kebahagiaan duniawi dan ukhrawi.

DAFTAR PUSTAKA

Abd. Rosyad Shaleh, Manajemen Dakwah Islam, (Jakarta: Bulan Bintang, 1987).

- Arifin, Psikologi Dakwah Suatu Pengantar, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977).
- Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problema-Problema Psikologi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994).
- Fathul Wahid, E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet,(Yogyakarta:Gaya Media,2004).
- Imam Suprayoga dan Tobroni, Metodologi Penelitian Sosial dan Agama, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).
- Jalaludin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993).
- Ki Moesa A. Machfoeld, Filsafat Ilmu Dakwah dan Penerapannya, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 2004).
- Muhammad Sulthon, Desain Ilmu Dakwah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002).
- Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, Manegemen Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2006).
- Moh Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Perenda Media, 2004), Ed.1.
- Maya Muslika Handayana, Analisis Isi Pesan Dakwah KH Hasan Abdullah Sahal dalam Channel Youtube Gontor TV pada Tahun 2017, (Tangerang: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018).
- M. Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (Jakarta: Kencana, 2010), cet.4.
- Ricky Brilianto, Panduan Praktis Internet Plus, (Jakarta: Puspa Swara, 2007).
- Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta : Amzah, 2009), Cet ke-1.
- Sidiq, Anwar, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (study Akun @fuadbakh)," (UIN Raden Intan Lampung), Skripsi,2017 diakses pada (6 maret 2019).
- Soedjono dan H. Abdurrahman, Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005).
- Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), cet ke 1.
- Mahmud Yunus, Kamus Arab-Indonesia, (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1990).
- Umi Musyarrofah, Dakwah KH. HamamDja"far dan Pondok Pesantren Pabean, (Jakarta: Uin Press, 2009) Cet ke-1.
- Wahyu Ilahi, Komunukasi Dakwah (Bandung: PT.Rosdakarya, 2013), cet ke-2.

Wardi, Bachtiar, Metode Penelitian Ilmu Dakwah, (Jakarta: Logos, 1997).