

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media informasi dan komunikasi di era zaman modern sekarang sangat berkembang dengan pesat. Dalam hitungan detik siapapun dapat berkomunikasi dan mendapat informasi dalam peristiwa apapun di dunia dengan mudah. Dunia dapat dikatakan dengan sebutan *global village* (desa global), karena dunia ini luas dan lebar terbuka untuk semua kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi generasi sekarang menyebutnya dengan sebutan *millennial zaman now*. Mulai dari teknologi informasi berupa *telephone*, kemudian *handphone*, dan sekarang banyak yang mempunyai yaitu *smartphone*. Inilah era digital yang semua informasi dunia dapat diakses dengan mudah. Sehingga untuk mengakses internet yaitu media sosial menjadi sangat penting bagi setiap pengguna *smartphone*.

Disinilah media sosial menimbulkan peluang untuk pengembangan aktivitas dakwah. Kegiatan dakwah ini banyak dilakukan melalui media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*. Ini dapat membuka kesempatan luas kepada siapapun untuk aktivitas dakwahnya. Hal ini menjadi peluang untuk menyebarluaskan ajaran agama islam. Berdakwah melalui media sosial bisa dilakukan kapan saja, serta khlayaknya sangat luas dan tidak terbatas.¹

Dakwah dalam perspektif ilmu komunikasi, banyak menggunakan komunikasi persuasif, karena komunikasi yang dilakukan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga tindakannya sesuai apa yang dihendaki oleh komunikator.² Pengertian komunikator dalam dakwah adalah seorang dai. Dai disini berperan sebagai penyampaian nilai dakwah yang diterima oleh mad'udnya menggunakan komunikasi persuasive. Peran ini dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi persuasive karena adanya pengaruh

¹ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", *Tatar Pasundan: Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung ISSN*, Vol XIII No. 2, (2019): 122-123, diakses pada 1 Januari 2022, <https://bdkbandung.kemenag.go.id/>

² Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial", *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, Vol.12, No. 1, (2018): 104, diakses pada 10 Desember, 2021, <http://jurnalpontianak.or.id>

timbang balik dari seorang dai dan mad'u yang menjadi simbol keberhasilan dakwah.

Kemajuan dalam memperoleh kebenaran dapat digunakan untuk mengkomunikasikan bentuk pencapaian dakwah ini. Dengan kata lain, dakwah harus dipraktikkan dengan baik oleh seseorang yang dapat menjadi contoh dari apa yang diajarkan Al-Qur'an dan Hadits. Seorang da'i pada dasarnya dapat menjelaskan dakwah kepada pengikutnya sesuai dengan syariat yang diajarkan. Para da'i juga menjadi panutan bagi para pengikutnya, sehingga ia melakukan proses dakwahnya dengan bijak dan kepekaan sesuai dengan paradigma komunikasi dakwah.

Model komunikasi dakwah merupakan suatu aktivitas komunikasi penyampaian ajaran islam oleh da'i kepada mad'u yang bertujuan untuk mengajak kepada kebaikan. Model komunikasi dalam dakwah dimaksudkan agar mad'u bisa menerima pesan yang disampaikan, dan dapat mempererat persaudaraan yang terdapat perbedaan suku, bangsa dan budaya.³ Pelaksanaan dakwah harus dilengkapi dengan penyampaian yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dakwah tidak hanya disampaikan dari mimbar; juga dapat diciptakan dengan menggunakan berbagai teknik kontemporer yang sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini, yaitu pada masa modern atau globalisasi..

Sistem komunikasi masyarakat semakin berkembangnya zaman semakin maju dan lebih canggih. Karakteristik masyarakat modern bisa di lihat dari Urbanisasi yang berkembang dan sikap publik terhadap media merupakan dua ciri peradaban modern (media exposure). Kembali ke persoalan tingginya tingkat aktivitas masyarakat modern, yang membuat masyarakat menyukai sesuatu yang bermanfaat. Salah satu instrumen yang saat ini dipuja oleh masyarakat modern adalah media massa, termasuk juga media sosial. Tanpa perlu mencari waktu luang untuk menghadiri pengajian secara langsung.

Teradpat dua unsur yang saling berinteraksi satu sama lain melalui media sosial yaitu komunikator dan pendengar. Paradigma komunikasi didasarkan pada umpan balik dari pendengar kepada komunikator, klaim Bryant dan Wallace. Baik komunikator maupun pendengar memiliki seperangkat keyakinan, motivasi, sentimen, dan

³ Awaliyah, Endang, "Model Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Pada Majelis Ta'lim Jami'iyah Istighosah Al-Mu;awwanah di Desa Cintamulya Kecamatan Candipuro Lampung Selatan", *Undergraduate thesis*, UIN Raden Intan Lampung, (2017), diakses pada 10 Desember, 2021, <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/1031>

sikap tertentu yang dipengaruhi oleh lingkungan mereka dan mempengaruhi bagaimana pesan mereka diterima dan disebarluaskan.⁴ Dari sini dapat disimpulkan bahwa menggunakan YouTube sebagai alat untuk menyebarkan berita setara dengan dakwah tatap muka yang biasanya dilakukan di komunitas yang lebih besar. Jika cara penyebaran pesan yang diberitakan, seperti pengajian umum, hanya bisa dilakukan satu kali, gunakan media sosial sebagai gantinya. seperti *youtube* pendengar bisa akses kapan saja isi dari dakwah dengan kubutuhan spiritualnya. Oleh karena itu, dakwah yang ada di *youtube* bisa terus diakses dilain waktu dan dimana saja, asal terdapat interaksi yang memadai. Salah satu dai dari media *youtube* yaitu ustadz Hanan Attaki.

Tengku Hanan Attaki, Lc. lahir di Banda Aceh 31 Desember 1981, merupakan anak kelima dari enam bersaudara. Sejak kecil Hanan Attaki sudah menghafal Al Qur'an. Dalam artikel DetikNews Hanan Attaki dikenal sangat cerdas saat masih duduk dibangku sekolah dasar hingga mendapatkan beasiswa, setelah menyelesaikan pendidikannya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, Hanan Attaki mendapatkan beasiswa di Al-Azhar, Mesir, dengan mengambil jurusan Tafsir Al-Qur'an. Hanan Attaki lulus dari Universitas Al-Azhar Tahun 2004 dengan memperoleh gelar LC. Semasa kuliah Hanan Attaki bergabung dalam kelompok Studi Al-Qur'an dan ilmu Islam dan menjadi pemimpin redaksi untuk bulletin Islam "Salsabila".⁵

Hanan Attaki juga memberikan banyak inspirasi kepada para pendengarnya yang setia dengan ceramah Islaminya, kisah yang dapat menginspirasi yaitu Ustadz Hanan Attaki dakwahnya melalui media sosial dengan materi dakwah yang ringan mudah dimengerti oleh khalayak khususnya anak-anak muda, dakwah Ustadz Hanan Attaki di akun *youtube* banyak yang menginspirasi anak muda sekarang, diantaranya "Melindungi Diri dari Fitnah Terbesar", "Cara Jitu Milih Jodoh", "Petunjuk dalam Menghadapi Masalah".

Ustadz Hanan Attaki sangat terkenal karena seiring dakwah di media sosialnya yang kian digemari oleh masyarakat. Akun *youtube* Hanan Attaki sudah memiliki 2,32 juta *subscribers* video yang telah di *upload* sebanyak 239 di channel youtubanya. *Instagram* pribadinya juga telah diikuti sebanyak 9,2 juta *followers*. Selain itu

⁴ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Depok: Fajar Interpratama Mandiri, 2018), 159.

⁵ Sudiarto Putra, "5 Fakta Hanan Attaki Sosok Ustadz Inspiratif Anak Muda": 2019, diakses pada 9 Januari 2022, <https://news.detik.com/berita/d-4794846/5-fakta-hanan-attaki-sosok-ustaz-inspiratif-anak-muda>

banyak audio-video ada yang berdurasi 1 menitan di media sosial yang beredar luas dengan persoalan-persoalan kehidupan anak muda seperti perbaikan moral, kasih sayang kepada sesama, taatnya kepada orang tua, dan yang dapat bisa menghilangkan stress akan mudah masuk ke benak remaja muslim. Target demografis yang kebetulan adalah anak muda di bawah 30 tahun yang merupakan generasi milenial adalah Hanan Attaki dan krunya. Dakwah yang disampaikan memiliki pesan sederhana yang mudah diterima oleh kaum muda. Dakwahnya disampaikan dengan pedas dengan kata-kata indah yang disukai remaja.

Berangkat dari fenomena dan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk mengkaji model komunikasi dakwah ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *youtube* dengan judul “Model Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *Youtube*”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang telah di pilih peneliti untuk kajian lebih lanjut, maka di dapatkan fokus penelitian supaya pembahasan akan lebih terarah dan tidak melebar kepada pembahasan yang tidak berkaitan dengan penelitian yang telah diteliti. Maka fokus pembahasan yang peneliti bahas yaitu diantaranya:

1. Penelitian ini hanya meneliti pada model komunikasi dakwah yang digunakan Ustadz Hanan Attaki.
2. Penelitian ini juga untuk meneliti channel *youtube* Hanan Attaki.
3. Penelitian membahas konten dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam video *youtube*”Menghadapi Ayah yang Kasar”, dan “Renungan I’tiraf”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan. latar belakang serta. fokus penelitian diatas. maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan. penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dari video dakwah ustadz Hanan Attaki di media sosial *youtube*?
2. Bagaimana karakteristik dakwah ustadz Hanan Attaki di media sosial *youtube*?
3. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan dakwah ustadz Hanan Attaki di media sosial *youtube*?
4. Bagaimana pola komunikasi pada dakwah ustadz Hanan Attaki. di media sosial *youtube*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui model komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial *youtube*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi refrensi tambahan dalam pengembangan penelitian bagi yang membutuhkan, khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam dalam program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai penelitian komunikasi dakwah Islam melalui media sosial *youtube*.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan dan mengkaji lebih lanjut materi-materi yang berkaitan dengan dakwah media sosial.
- b. Sebagai informasi kepada masyarakat bahwa dakwah juga dapat diperoleh melalui media sosial dengan mudah melalui *youtube* dengan beragam kreativitas yang dapat mempermudah menerima pesan dakwah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini menjelaskan bagaimana metode atau urutan dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun yang menjadi sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang yang membahas tentang Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial, pembahasan penelitian meliputi: Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Landasan Teori, bab ini berisi tentang pemaparan teori yang menguraikan segala pembahasan yang menyangkut tentang penelitian ini yang meliputi, Teori tentang Analisis, Teori Komunikasi Dakwah, Teori Dakwah di Media Sosial, Teori Model Komunikasi Dakwah yang meliputi Penjelasan Model Komunikasi Dakwah, serta Teori Media Sosial *Youtube*, Kerangka Berfikir, dan Penelitian Terdahulu.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini berisi tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Sumber Data,

Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan, Data dan Teknik Analisis Data.

- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan bab ini memaparkan tentang berbagai hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang meliputi, Gambaran Objek Penelitian tentang Profil Ustadz Hanan Attaki, Deskripsi Penelitian yang berisi tentang konten dakwah Ustadz Hanan Attaki, dan Analisis Data Penelitian yang berisikan analisis Model Komunikasi Dakwah.
- BAB V : Penutup, bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan, saran, serta daftar pustaka.

