

KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI PROFESIONALISME DAI DALAM DAKWAH BERBASIS MEDIA DIGITAL: STUDI KASUS @HANAN ATTAKI

Narwan Sahiddin¹, Ramsiah Tasruddin²

narwansahiddin15@gmail.com¹, ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id²

UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan kompetensi profesionalisme dai dalam dakwah berbasis media digital dengan studi kasus akun TikTok Hanan Attaki. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi terhadap konten dakwah pada akun TikTok Hanan Attaki, dokumentasi, serta studi pustaka yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik profesionalisme dai pada dakwah digital Hanan Attaki terlihat dari kompetensi keilmuan, etika dan integritas dakwah, serta kemampuan komunikasi yang dekat dengan audiens. Adapun kompetensi profesionalisme yang dimiliki meliputi kompetensi komunikasi dakwah digital, kompetensi pemanfaatan media digital, dan kompetensi sosial dalam memahami kebutuhan generasi muda sebagai audiens utama. Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber, profesionalisme dakwah Hanan Attaki memenuhi aspek expertise (keahlian), trustworthiness (kepercayaan), dan attractiveness (daya tarik), yang berperan dalam membangun kredibilitas serta meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan ilmu agama, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital dan karakteristik audiens media sosial.

Kata Kunci: Profesionalisme Dai, Dakwah Digital, Tiktok, Hanan Attaki, Kredibilitas Sumber.

ABSTRACT

This study aims to analyze the characteristics and professional competencies of a da'I (Islamic preacher) in digital media-based da'wah (preaching), using Hanan Attaki's TikTok account as a case study. The research employs a qualitative approach utilizing the case study method. Data were gathered through observation of the da'wah content on Hanan Attaki's TikTok account, documentation, and a review of relevant literature. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, involving the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that Hanan Attaki's professionalism in digital da'wah is evidenced by his scholarly competence, ethics and integrity in preaching, and communication skills that foster a close connection with the audience. His professional competencies include digital da'wah communication, the effective use of digital media, and social competence in understanding the needs of the younger generation—his primary audience. Based on Source Credibility Theory, Hanan Attaki's da'wah professionalism satisfies the aspects of expertise, trustworthiness, and attractiveness; these elements play a crucial role in establishing credibility and enhancing the effectiveness of delivering da'wah messages on social media. The study concludes that the success of digital da'wah is determined not only by mastery of religious knowledge but also by the ability to adapt to digital technology and the characteristics of the social media audience.

Kata Kunci: Preacher Professionalism, Digital Dakwah, Tiktok, Hanan Attaki, Source Credibility.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap pola penyebaran dakwah Islam di era digital. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui mimbar masjid, majelis taklim, dan media konvensional kini mengalami transformasi ke berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Kehadiran media digital memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara lebih

cepat, luas, interaktif, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang baru dalam pembentukan otoritas keagamaan dan praktik dakwah kontemporer. (Moh. Anas 2025)

Berdasarkan profesionalisme seorang dai di era digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan ilmu agama, tetapi juga oleh kemampuan menyampaikan pesan secara bijaksana, komunikatif, dan sesuai dengan karakter audiens. Dalam konteks dakwah digital, pendekatan yang digunakan oleh Hanan Attaki melalui media sosial menunjukkan upaya menerapkan nilai hikmah dengan menggunakan bahasa yang sederhana, dekat dengan generasi muda, serta mengedepankan pesan-pesan yang inspiratif dan persuasif. Dengan demikian, hal ini menjadi landasan normatif bahwa kompetensi komunikasi, etika berdakwah, dan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan media merupakan bagian penting dari karakteristik profesionalisme dai dalam menyebarkan ajaran Islam di ruang digital.

TikTok menjadi salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam penyebaran konten dakwah karena karakteristiknya yang mengutamakan video singkat, visual menarik, dan algoritma yang mampu memperluas jangkauan audiens. Model komunikasi yang cepat dan interaktif menuntut para dai untuk memiliki kemampuan beradaptasi dalam menyampaikan pesan keagamaan agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat digital. Dalam konteks ini, profesionalisme dai tidak lagi hanya diukur dari penguasaan ilmu agama, tetapi juga kemampuan komunikasi, kreativitas media, serta pemahaman terhadap karakteristik audiens digital. (Badzlina Nur Sabrina et al. 2025)

Salah satu dai yang berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah adalah Hanan Attaki. Melalui berbagai platform media sosial, khususnya TikTok, Hanan Attaki dikenal memiliki gaya dakwah yang santai, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan generasi muda. Konten-konten yang disampaikan banyak membahas isu hijrah, pergaulan, kesehatan mental, cinta, dan pencarian identitas diri yang dikaitkan dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan tersebut membuat dakwahnya lebih mudah diterima oleh kalangan milenial dan Generasi Z dibandingkan model dakwah yang bersifat formal dan tekstual. Keberhasilan dakwah Hanan Attaki tidak hanya terletak pada penggunaan media digital, tetapi juga pada kemampuannya menghubungkan ajaran Islam dengan persoalan yang banyak dihadapi generasi muda, seperti hijrah, pergaulan, kesehatan mental, cinta, dan pencarian jati diri. Pendekatan yang kontekstual dan relevan tersebut menjadikan dakwahnya terasa lebih dekat dengan kebutuhan audiens, sehingga mampu menarik perhatian serta membangun keterlibatan yang tinggi di kalangan milenial dan Generasi Z. Dengan demikian, Hanan Attaki dapat dipandang sebagai salah satu contoh dai yang menunjukkan karakteristik profesional dalam praktik dakwah digital di era media sosial. (Nawaf 2025)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada karakteristik dan kompetensi profesionalisme dai dalam dakwah berbasis media digital dengan studi kasus akun TikTok Hanan Attaki. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi bentuk profesionalisme dai yang relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi serta memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan studi dakwah digital di era media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji karakteristik dan kompetensi profesionalisme dai dalam dakwah berbasis media digital pada akun TikTok Hanan Attaki. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap praktik dakwah digital yang dilakukan oleh seorang dai dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten-konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok Hanan Attaki, dokumentasi berupa video, caption, dan interaksi audiens, serta studi pustaka dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema dakwah digital dan profesionalisme dai.

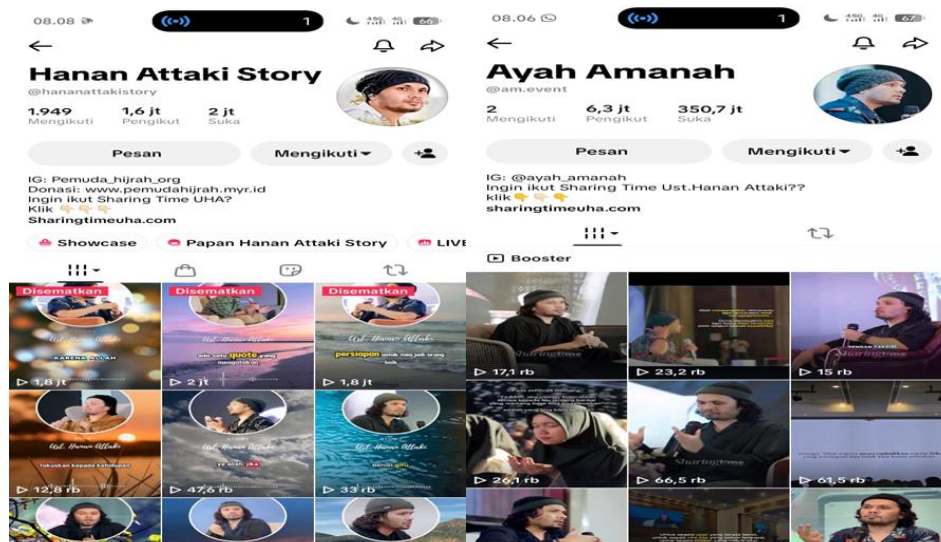
Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Fokus analisis diarahkan pada karakteristik dan kompetensi profesionalisme dai berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber yang mencakup aspek expertise (keahlian), trustworthiness (kepercayaan), dan attractiveness (daya tarik). Selain itu, penelitian juga menganalisis kemampuan komunikasi dakwah, pemanfaatan media digital, serta strategi penyampaian pesan yang digunakan Hanan Attaki dalam membangun kedekatan dengan audiens. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk profesionalisme dai yang relevan dengan perkembangan dakwah di era media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun TikTok Hanan Attaki

1. Profil Akun TikTok Hanan Attaki

Akun TikTok Hanan Attaki merupakan salah satu media dakwah digital yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat, khususnya kalangan remaja dan Generasi Z. Pemanfaatan TikTok menunjukkan adanya transformasi metode dakwah dari ruang-ruang konvensional menuju media sosial yang lebih interaktif dan mudah diakses. Kehadiran Hanan Attaki di platform ini menjadi bagian dari strategi dakwah digital yang menyesuaikan diri dengan karakteristik generasi muda yang akrab dengan teknologi dan konten audiovisual berdurasi singkat. (Badzlina Nur Sabrina et al. 2025)



Gambar: 1 Profil Kaun Tiktok Hanan Attaki

2. Karakteristik Konten Dakwah yang Diunggah

Konten dakwah yang diunggah umumnya berbentuk video pendek berisi nasihat keagamaan, motivasi hidup, refleksi diri, ajakan hijrah, serta solusi atas berbagai persoalan yang sering dihadapi anak muda. Gaya penyampaian Hanan Attaki dikenal santai, komunikatif, dan menggunakan bahasa yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens. Karakteristik tersebut menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima oleh pengguna TikTok. Penelitian Saputri dkk. (2024) menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang rileks, relevan, dan komunikatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat serta motivasi remaja terhadap konten dakwah digital. (Saputri et al. 2025)

3. Segmentasi Audiens dan Tingkat Engagement

Audiens utama akun TikTok Hanan Attaki berasal dari kelompok remaja, mahasiswa, dan Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan pembelajaran. Tingginya keterlibatan audiens terlihat dari banyaknya komentar, tanda suka (likes), serta pembagian ulang (shares) pada konten yang diunggah. Interaksi tersebut tidak hanya menunjukkan penerimaan terhadap pesan dakwah, tetapi juga mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi yang interaktif dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Penelitian (Badzlina Nur Sabrina et al. 2025) menemukan bahwa pendekatan dakwah interaktif yang dilakukan Hanan Attaki mampu membentuk engagement audiens yang kuat melalui komunikasi yang partisipatif dan relevan dengan pengalaman hidup generasi muda.

4. Tema-Tema Dakwah yang Dominan

Tema-tema dakwah yang dominan dalam konten TikTok Hanan Attaki meliputi hijrah, motivasi diri, cinta dan pergaulan dalam Islam, ketenangan hati, penguatan iman, serta hubungan manusia dengan Allah. Selain itu, banyak konten yang membahas persoalan psikologis anak muda seperti kecemasan, kegagalan, pencarian jati diri, dan makna kehidupan. Tema-tema tersebut disampaikan dengan pendekatan yang kontekstual sehingga mudah dikaitkan dengan realitas kehidupan audiens. Pendekatan yang relatable ini menjadi salah satu alasan mengapa dakwah Hanan Attaki memperoleh respons positif dari Generasi Z dan dianggap mampu mendekatkan mereka pada nilai-nilai keislaman.

Akun TikTok Hanan Attaki merupakan media dakwah digital yang menyasar kalangan remaja dan Generasi Z melalui konten video singkat yang komunikatif dan mudah dipahami. Konten yang diunggah didominasi oleh tema hijrah, motivasi diri, penguatan iman, ketenangan hati, serta persoalan kehidupan anak muda. Dengan gaya penyampaian yang santai, relevan, dan dekat dengan pengalaman audiens, akun ini mampu membangun tingkat engagement yang tinggi melalui interaksi berupa likes, komentar, dan shares. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital Hanan Attaki berhasil mengadaptasi pesan-pesan Islam ke dalam format media sosial yang sesuai dengan karakteristik generasi masa kini.

B. Profesionalisme Dai dalam Dakwah Digital @HananAttaki

1. Kompetensi Keilmuan (Expertise)

Kompetensi keilmuan merupakan salah satu aspek penting dalam profesionalisme seorang dai, terutama di era media sosial yang menuntut penyampaian pesan agama secara cepat, ringkas, dan mudah dipahami. Seorang dai tidak hanya dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang baik, tetapi juga harus memiliki penguasaan terhadap materi keislaman yang disampaikan agar pesan dakwah tetap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam konteks dakwah digital, kompetensi keilmuan menjadi dasar yang menentukan kredibilitas seorang dai di hadapan audiens. (Saputri et al. 2025)

Akun TikTok Hanan Attaki, kompetensi keilmuan terlihat dari kemampuannya menyampaikan berbagai tema keislaman, seperti akidah, akhlak, ibadah, hijrah, serta

motivasi spiritual dengan bahasa yang sederhana dan dekat dengan kehidupan anak muda. Materi dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat motivasional, tetapi juga mengandung nilai edukatif yang membantu audiens memahami ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Gaya penyampaian yang ringan membuat pesan agama lebih mudah diterima oleh Generasi Z tanpa menghilangkan substansi keislamannya.

Selain itu, penggunaan dalil Al-Qur'an dan Hadis dalam konten dakwahnya menunjukkan adanya landasan keilmuan yang mendukung pesan yang disampaikan. Meskipun format TikTok memiliki keterbatasan durasi, Hanan Attaki tetap berupaya mengaitkan pesan dakwah dengan sumber ajaran Islam sebagai bentuk legitimasi keagamaan. Hal ini penting untuk menjaga otoritas dakwah agar tidak sekadar menjadi konten hiburan, tetapi tetap berfungsi sebagai sarana pendidikan dan pembinaan keagamaan. (Kemenkeu RI 2026)

Kemampuan lain yang menunjukkan kompetensi keilmuan Hanan Attaki adalah kemampuannya menghubungkan ajaran Islam dengan persoalan kontemporer yang dihadapi anak muda. Tema-tema seperti overthinking, kesehatan mental, percintaan, pergaulan, krisis identitas, dan proses hijrah sering dijelaskan melalui perspektif Islam yang relevan dengan kondisi sosial generasi muda saat ini. Pendekatan kontekstual tersebut menjadikan dakwah lebih adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan audiens digital. (Sri Diana Putri et al. 2025)

Kredibilitas Hanan Attaki sebagai dai di ruang digital juga diperkuat oleh konsistensinya dalam membangun konten dakwah yang edukatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik media sosial. Keberhasilannya menjangkau jutaan audiens muda menunjukkan bahwa kompetensi keilmuan yang dimiliki mampu diterjemahkan ke dalam bentuk komunikasi digital yang efektif. Dengan demikian, profesionalisme dakwah Hanan Attaki tidak hanya terletak pada kemampuan berbicara di depan publik, tetapi juga pada kapasitasnya mengintegrasikan pengetahuan keislaman dengan strategi komunikasi digital yang relevan bagi generasi muda.

2. Karakteristik Etika dan Integritas Dakwah

Profesionalisme dai dalam dakwah digital juga terlihat melalui etika dan integritas yang ditunjukkan dalam penyampaian pesan dakwah. Hanan Attaki dikenal konsisten menyampaikan pesan-pesan keislaman yang berorientasi pada pembinaan akhlak, perbaikan diri, dan pendekatan kasih sayang dalam beragama. Konsistensi tersebut menjadi faktor penting dalam membangun kredibilitas seorang dai karena audiens cenderung lebih percaya kepada komunikator yang menunjukkan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan citra yang ditampilkan di ruang publik digital. (Firman Maulidna et al. 2025)

Dalam penyampaian dakwahnya, Hanan Attaki juga cenderung menggunakan bahasa yang santun dan menghindari gaya komunikasi yang provokatif atau konfrontatif. Pendekatan dakwah yang digunakan lebih menekankan pada ajakan, motivasi, dan refleksi diri dibandingkan dengan kritik yang bersifat menghakimi. Pola komunikasi semacam ini memungkinkan audiens merasa nyaman menerima pesan dakwah tanpa mengalami tekanan psikologis yang berlebihan. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip dakwah bil hikmah yang menekankan kebijaksanaan dalam menyampaikan ajaran Islam. (Hastuti et al. 2025)

Selain itu, nilai-nilai Islam yang ditampilkan dalam kontennya cenderung bersifat moderat dan inklusif. Dakwah yang disampaikan tidak hanya berfokus pada aspek hukum agama, tetapi juga pada aspek kemanusiaan, empati, dan penguatan moral. Karakteristik ini memperlihatkan bahwa Hanan Attaki berusaha membangun citra Islam yang ramah dan relevan dengan kehidupan masyarakat modern. Dalam Teori Kredibilitas Sumber, aspek tersebut berkaitan dengan trustworthiness yang menunjukkan tingkat kejujuran, integritas, dan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang komunikator di mata audiens. (Nurhalizah

2025)

3. Karakteristik Komunikatif dan Kedekatan dengan Audiens

Karakteristik profesionalisme berikutnya adalah kemampuan komunikasi yang efektif dan kedekatan dengan audiens. Hanan Attaki dikenal menggunakan bahasa yang akrab dengan generasi muda sehingga pesan dakwah terasa lebih dekat dan mudah diterima. Pemilihan diksi yang sederhana, penggunaan istilah populer, serta gaya bicara yang santai menjadikan dakwahnya berbeda dari pola ceramah konvensional yang cenderung formal. Strategi komunikasi tersebut membantu membangun keterhubungan emosional antara dai dan audiens. (Saputri et al. 2025)

Adapun tema-tema dakwah yang dipilih juga sangat relevan dengan kebutuhan generasi muda. Pembahasan mengenai percintaan, persahabatan, kegagalan, kecemasan, dan proses hijrah merupakan isu yang banyak dialami oleh pengguna media sosial, khususnya Generasi Z. Dengan memahami kebutuhan psikologis dan sosial audiens, Hanan Attaki mampu menghadirkan dakwah yang tidak hanya memberikan pengetahuan agama tetapi juga solusi terhadap berbagai persoalan kehidupan yang mereka hadapi.

Kemampuan membangun hubungan emosional tersebut diperkuat oleh gaya penyampaian yang persuasif dan inspiratif. Audiens tidak hanya memperoleh informasi keagamaan, tetapi juga dorongan untuk melakukan perubahan diri ke arah yang lebih baik. Dalam perspektif Teori Kredibilitas Sumber, kemampuan menarik perhatian dan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens termasuk dalam aspek attractiveness. Daya tarik seorang dai tidak hanya berasal dari penampilan fisik, tetapi juga dari gaya komunikasi, kepribadian, dan kemampuan membangun hubungan yang positif dengan pengikutnya di media digital. (Printed 2025)

C. Kompetensi Profesionalisme Dai dalam Dakwah Berbasis Media Digital

Pembahasan pada bagian ini diarahkan untuk menjawab fokus penelitian kedua mengenai profesionalisme kompetensi dai dalam pemanfaatan media digital untuk berdakwah. Pada era disrupsi teknologi saat ini, pemahaman keagamaan yang mendalam saja tidak lagi cukup. Dai dituntut untuk memiliki kecakapan dalam komunikasi digital, penguasaan perangkat media, sekaligus kepekaan terhadap karakteristik target jemaah. Aspek-aspek kompetensi inilah yang secara signifikan menentukan tingkat efektivitas penyebaran pesan dakwah melalui platform media sosial sebagai berikut.

1. Kompetensi Komunikasi Dakwah Digital

Kompetensi komunikasi merupakan salah satu indikator utama profesionalisme seorang dai dalam dakwah berbasis media digital. Kemampuan public speaking yang baik memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens. Pada akun TikTok @hanan_attaki, kemampuan komunikasi terlihat dari cara penyampaian materi yang santai, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan anak muda sehingga pesan agama dapat diterima dengan lebih efektif (Safitri and Romli 2025)

Selain kemampuan berbicara, teknik penyampaian pesan juga menjadi bagian penting dalam dakwah digital. Hanan Attaki menggunakan pendekatan komunikasi persuasif yang lebih menekankan ajakan, motivasi, dan refleksi diri dibandingkan metode yang bersifat menghakimi. Pendekatan tersebut membuat audiens merasa lebih nyaman dalam menerima pesan keagamaan karena dakwah disampaikan dengan bahasa yang lembut dan menyentuh aspek emosional

Pemilihan diksi yang sederhana juga menunjukkan adanya kompetensi komunikasi yang baik. Bahasa yang digunakan dalam konten dakwah cenderung ringan, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai pengguna utama media sosial. Penggunaan istilah yang dekat dengan kehidupan sehari-hari membantu audiens memahami pesan dakwah tanpa mengalami kesulitan dalam menangkap makna yang disampaikan

(Safitri and Romli 2025)

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan melalui kisah kehidupan, motivasi hijrah, dan pesan-pesan inspiratif menunjukkan kemampuan dai dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Kedekatan tersebut tidak hanya meningkatkan perhatian audiens terhadap konten dakwah, tetapi juga mendorong keterlibatan mereka dalam menyebarkan dan mendiskusikan pesan keagamaan melalui media sosial (Harahap et al. 2026)

Di dalam alqur'an menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah, mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujaadalah billati hiya ahsan (berdialog dengan cara yang terbaik). Perinsip ini di kemukakan Surah An-Nahl - 125-128

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik.

Ayat ini menjadi landasan utama profesionalisme dai karena menekankan kompetensi komunikasi dakwah melalui hikmah, nasihat yang baik, dan metode persuasif. Dalam konteks dakwah digital TikTok, kemampuan menyampaikan pesan agama secara santun, mudah dipahami, dan menarik yang merupakan implementasi dari ayat ini.

2. Kompetensi Pemanfaatan Digital

Profesionalisme dai dalam dakwah digital juga terlihat dari kemampuan memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Pemilihan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan adanya kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang banyak digunakan oleh generasi muda. Melalui platform digital, pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Wahid 2023)

Kemampuan memahami algoritma TikTok menjadi salah satu kompetensi penting dalam dakwah digital. Konten yang disusun dengan tema yang relevan, durasi yang singkat, dan pembukaan yang menarik memiliki peluang lebih besar untuk direkomendasikan oleh sistem platform sehingga dapat menjangkau lebih banyak pengguna. Pemanfaatan algoritma tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga strategi distribusi kontennya (Morales-Navarro et al. 2024) Oleh karena itu, kemampuan memahami algoritma TikTok menjadi bagian penting dari profesionalisme dai di era digital. Seorang dai tidak hanya dituntut mampu menyampaikan pesan keagamaan yang benar dan relevan, tetapi juga memahami mekanisme distribusi konten agar pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan judul yang menarik, pemilihan waktu unggah yang tepat, pemanfaatan fitur-fitur platform, serta penyajian konten yang sesuai dengan preferensi pengguna merupakan bentuk adaptasi terhadap karakteristik media digital. Dalam konteks ini, keberhasilan dakwah tidak hanya bergantung pada kualitas materi yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan dai mengelola strategi komunikasi digital yang efektif sehingga pesan dakwah lebih mudah ditemukan, diterima, dan disebarluaskan oleh masyarakat pengguna media sosial

Penggunaan video pendek menjadi bentuk adaptasi terhadap pola konsumsi media masyarakat digital yang cenderung menyukai informasi cepat dan visual. Video singkat memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara padat, jelas, dan menarik sehingga lebih mudah diterima oleh audiens. Format ini juga meningkatkan peluang interaksi melalui fitur berbagi, komentar, dan penyimpanan konten oleh pengguna media sosial

Selain itu, penggunaan caption, hashtag, dan fitur interaktif menunjukkan kemampuan dai dalam mengoptimalkan berbagai fasilitas yang tersedia pada media sosial. Caption berfungsi memperjelas isi pesan, hashtag membantu memperluas jangkauan konten, sedangkan fitur komentar dan siaran langsung menjadi sarana membangun komunikasi

dengan audiens. Kemampuan memanfaatkan fitur-fitur tersebut menunjukkan profesionalisme dai dalam mengelola media digital sebagai sarana dakwah modern (Palmatiwi and Putri 2025)

3. Kompetensi Sosial dan Pemahaman Audiens

memahami karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Dalam konteks media digital, Hanan Attaki menunjukkan kemampuan memahami Generasi Z sebagai kelompok audiens utama yang aktif menggunakan media sosial. Generasi ini memiliki karakteristik menyukai komunikasi yang cepat, visual, interaktif, dan relevan dengan pengalaman hidup mereka sehari-hari

Pemahaman terhadap kebutuhan audiens terlihat dari pemilihan tema dakwah yang dekat dengan kehidupan anak muda, seperti persoalan cinta, pergaulan, hijrah, kesehatan mental, motivasi hidup, dan pencarian jati diri. Tema-tema tersebut membuat dakwah terasa lebih kontekstual karena mampu menjawab kebutuhan spiritual dan psikologis yang sedang dihadapi oleh generasi muda

Kemampuan merespons komentar dan interaksi audiens juga menunjukkan adanya kompetensi sosial yang baik. Interaksi yang terjadi melalui kolom komentar, sesi tanya jawab, maupun tanggapan terhadap berbagai isu yang berkembang memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara dai dan audiens. Hubungan yang terbangun melalui interaksi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan (Miftachul Aula and Sutamaji 2025)

Lebih lanjut, kemampuan membangun komunitas dakwah digital menjadi salah satu indikator profesionalisme dai di era media sosial. Melalui interaksi yang berkelanjutan, audiens tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari komunitas yang saling mendukung dalam meningkatkan pemahaman dan praktik keagamaan. Kehadiran komunitas digital tersebut menunjukkan bahwa dakwah modern tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi agama, tetapi juga sebagai sarana pembentukan jaringan sosial keagamaan yang aktif dan partisipatif

D. Analisis Profesionalisme Dai Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber

Teori Kredibilitas Sumber (Source Credibility Theory) yang dikembangkan oleh Hovland dan kemudian disempurnakan oleh Ohanian menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator yang terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu expertise (keahlian), trustworthiness (kepercayaan), dan attractiveness (daya tarik). Ketiga unsur tersebut menjadi indikator penting dalam menilai profesionalisme seorang dai di media digital:

1. Expertise pada Dakwah Digital Hanan Attaki

Aspek expertise terlihat dari kemampuan Hanan Attaki dalam menguasai materi dakwah dan menyampaikan ajaran Islam secara sistematis kepada audiens. Dalam berbagai konten TikTok, ia sering mengutip dalil Al-Qur'an dan hadis serta menghubungkannya dengan persoalan yang dihadapi generasi muda seperti pergaulan, hijrah, cinta, dan pencarian jati diri. Kemampuan mengaitkan ajaran Islam dengan realitas kehidupan sehari-hari menunjukkan kompetensi keilmuan yang menjadi ciri utama seorang komunikator yang kredibel. (Serman and Sims 2023)

Selain itu, Hanan Attaki mampu menyederhanakan konsep-konsep keislaman yang kompleks menjadi pesan yang mudah dipahami oleh pengguna media sosial. Kemampuan ini menunjukkan bahwa keahlian seorang dai tidak hanya terletak pada penguasaan ilmu agama, tetapi juga pada kemampuan mengomunikasikan ilmu tersebut secara efektif sesuai karakteristik audiens digital.

2. Trustworthiness pada Dakwah Digital Hanan Attaki

Dimensi trustworthiness tercermin dari tingkat kepercayaan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Hanan Attaki dikenal konsisten mengangkat tema-tema keislaman yang menyejukkan, mengedepankan pendekatan persuasif, serta menghindari narasi yang bersifat menghakimi. Konsistensi pesan tersebut membentuk persepsi bahwa dirinya memiliki integritas dan ketulusan dalam berdakwah sehingga meningkatkan kepercayaan pengikutnya

Kepercayaan audiens juga diperkuat oleh kesesuaian antara citra yang ditampilkan di media sosial dengan pesan dakwah yang disampaikan. Dalam teori kredibilitas sumber, komunikator yang dianggap jujur, objektif, dan memiliki niat baik akan lebih mudah memengaruhi sikap serta perilaku audiens dibandingkan komunikator yang diragukan integritasnya. (Cheng et al. 2024)

3. Attractiveness pada Dakwah Digital Hanan Attaki

Aspek attractiveness tampak pada gaya komunikasi Hanan Attaki yang santai, menggunakan bahasa sederhana, dan dekat dengan budaya generasi muda. Daya tarik dalam teori kredibilitas tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi juga meliputi kesamaan nilai, kedekatan psikologis, dan tingkat kesukaan audiens terhadap komunikator.

Melalui penggunaan bahasa yang akrab, pemilihan tema yang relevan, serta penyajian visual yang sesuai dengan karakter media digital, Hanan Attaki mampu membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya. Kedekatan tersebut membuat audiens merasa bahwa pesan dakwah yang disampaikan berasal dari sosok yang memahami kondisi mereka sehingga lebih mudah diterima dan diinternalisasi. (Volkmer and Meißner 2025)

Secara keseluruhan, keberhasilan dakwah digital Hanan Attaki dapat dipahami sebagai hasil perpaduan antara expertise, trustworthiness, dan attractiveness. Penguasaan materi agama yang baik, konsistensi dalam membangun kepercayaan audiens, serta kemampuan menciptakan kedekatan emosional melalui gaya komunikasi yang menarik menjadikan dakwahnya efektif dalam menjangkau dan memengaruhi generasi muda di media digital. Temuan ini menguatkan teori Ohanian bahwa kredibilitas sumber yang tinggi akan meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif, termasuk dalam konteks dakwah Islam di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa profesionalisme dai dalam dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan ilmu agama, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi, pemanfaatan media digital, dan pemahaman terhadap kebutuhan audiens. Pada akun TikTok Hanan Attaki, profesionalisme terlihat melalui penguasaan materi dakwah, penggunaan bahasa yang sederhana, pendekatan yang santun, serta kemampuan mengaitkan ajaran Islam dengan persoalan yang dihadapi generasi muda.

Kompetensi profesionalisme yang ditunjukkan meliputi kompetensi komunikasi dakwah digital, kemampuan memanfaatkan fitur dan algoritma media sosial, serta kemampuan membangun interaksi dengan audiens. Berdasarkan Teori Kredibilitas Sumber, dakwah digital Hanan Attaki memenuhi aspek expertise (keahlian), trustworthiness (kepercayaan), dan attractiveness (daya tarik), sehingga pesan dakwah yang disampaikan lebih mudah diterima oleh Generasi Z dan pengguna media sosial. Dengan demikian, Hanan Attaki dapat dikategorikan sebagai dai yang profesional dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Puja Dikusuma MardianandDimas Aji Prastio. 2025. "Kredibilitas Da'wah Digital : Pendekatan Teori." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15(1):91–103. <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/liwauldakwah>.
- Badzlina Nur Sabrina, Nanda, Fahrur Razi Al-Jamahiria, *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, and Fahrur Razi. 2025. "Dakwah Interaktif Dan Pembentukan Engagement Audiens Pada TikTok Ustadz Hanan Attaki." *Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3(2):211–14. <http://dx.doi.org/10.30983/al-jamahiria.v3i2.10335>.
- Cheng, Guo, Wenjie Li, Mingli He, and Luyuan Liao. 2024. "Exploring Consumer Responses to Official Endorsement: Roles of Credibility and Attractiveness Attributes in Live Streaming." *Frontiers in Psychology* 15(May). doi:10.3389/fpsyg.2024.1371343.
- Firman Maulidna, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, and Muhammad Saleh. 2025. "Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi." *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 3(2):315–36. doi:10.61132/jmpai.v3i2.1005.
- Fitria, Nuzila; Rasyid, Anuar; Zulkarnain. 2021. "Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* 8(2):55–64. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/6056/3004>.
- Harahap, Kheisyah, Riski Mardiani, Harahap Ahmad, Tamrin Sikumbang, Dwi Nuch Sandra, Shara Yani Sireger, Ahmad Tamrin Sikumbang, *Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, Universitas Islam, and Negeri Sumatera*. 2026. "دَاوَةُ أَوْ أَبْكَرُكَ بَرْنَمُ حَ أَوْ أَطِي." "اَجْضَوْ لِّلْ يَدِ بَسْرِي تَلَابُ مَهْلَنْ سَظَرِ مَلَنْ عَلَّحَ أَيْ حَمَّيْ لِّلْ إِعْهَ." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 11(12).
- Hastuti, Nining, Ahmad Sultra Rustan, Yusyrfah Halid, and Institut Agama Islam Negeri Kendari. 2025. "Analisis Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di YouTube: Studi Persepsi Mahasiswa Gen Z Analysis of Ustadz Hanan Attaki's Da'wah Content on YouTube: A Gen Z Perception Study." *Jurnal of Media and Communications Studies* 4(1):1–10.
- Kemenkeu RI. 2026. "PERBANDINGAN PENYAMPAIAN PESAN FIKIH ANTARA USTADZ ADI HIDAYAT DAN USTADZ HANAN ATTAKI DI TIKTOK : ANALISIS GAYA DAKWAH TERHADAP GENERASI MILENIAL." *Nucl. Phys.* 13(1):104–16. <https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye>.
- Kholisari, Deviolina Fitria. 2025. "Dakwah Stylish Di Era Digital Dan Kontestasi Otoritas Keagamaan: Studi Kasus Hanan Attaki Dan Ustadz Selebritas Indonesia." *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 22(13):101–19. <https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/477>.
- Miftachul Aula, and Sutamaji. 2025. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Handy Bonny Dalam Membina Spirit Hijrah Anak Muda." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 6(1):177–88. doi:10.53429/j-kis.v6i1.1637.
- Moh.Anas. 2025. "POTRET DAKWAH DIGITAL DI ERA MODERNISASI: STUDI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH." *URNAL STUDI, SOSIAL DAN EKONOMI* 6(1):1–18.
- Morales-Navarro, Luis, Yasmin B. Kafai, Ha Nguyen, Kayla DesPortes, Ralph Vacca, Camillia Matuk, Megan Silander, Anna Amato, Peter Woods, Francisco Castro, Mia Shaw, Selin Akgun, Christine Greenhow, and Antero Garcia. 2024. "Learning about Data, Algorithms, and Algorithmic Justice on TikTok in Personally Meaningful Ways." *Proceedings of International Conference of the Learning Sciences, ICLS* 1973–80. doi:10.22318/icls2024.704174.
- Nawaf, Azmi. 2025. "Komodifikasi Dakwah Digital: Personal Branding Dai Dan Negosiasi Otoritas Keagamaan Melalui Interaksi Audiens Di Media Sosial." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15(2):137–48. <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/liwauldakwah/article/view/7120>.
- Nurhalizah, Mevy Eka. 2025. "Prophetic Journalism of Islamic Media : Nursyam Centre in Promoting Moderation Jurnalistik Profetik Media Islam : Nur Syam Centre Dalam Menggelorakan Moderasi Beragama." *Jurnal Profetik Media Islam* 14(1).

- doi:10.21070/kanal.v14i1.1923.
- Palmatiwi, Dyah Hanum, and Fara Suseno Putri. 2025. "Representasi Dakwah Islam Di Kalangan Gen Z Indonesia : Analisis Media Sosial Dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes." Availableonlineat<http://Jurnal.Stkipm-Pagaralam.Ac.I> 51–61.
- Printed, Issn. 2025. "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Media Dakwah: Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pemahaman Pendidikan Agama Islam." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9(1):174–86.
- Safitri, Dini, and Nada Arina Romli. 2025. "Preferensi Generasi Z Dalam Membuat Retorika Dakwah Digital." *Urnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 10(3):325–44.
- Saidah, Musfiah. 2024. "Media Affordance in Digital Dakwah: A Study of Religious Communication Practices in Social Media." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 16(1):66–82. doi:10.31937/ultimacomm.v16i1.3696.
- Saputri, Winda Agustina, Andini Salsabila, Abdur Razzaq, and Muhamad Yudistira Nugraha. 2025. "Pengaruh Gaya Penyampaian Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di TikTok Terhadap Motivasi Diri Remaja." *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2(3):460–69. doi:10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.179.
- Serman, Zehra Ece, and Julian Sims. 2023. "Source Credibility Theory: SME Hospitality Sector Blog Posting During the Covid-19 Pandemic." *Information Systems Frontiers* 25(6):2317–34. doi:10.1007/s10796-022-10349-3.
- Sri Diana Putri, Firda Aulianti, Alvida Dzattadini, Elva Hanov Rais Satianingsih, Vyanara Aulyadisha, and Edi Suresman. 2025. "Dampak Relatable Ustadz Hanan Attaki Yang Menginspirasi Gen Z Untuk Mendekatkan Diri Dengan Islam." *Tabisyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 6(2):205–26. doi:10.59059/tabisyir.v6i2.2210.
- Volkmer, Sara Alida, and Martin Meißner. 2025. "Delight My Brain and My Eyes: Credibility and Aesthetic Judgments of Endorsers." *Journal of Retailing and Consumer Services* 84(October 2024):1–9. doi:10.1016/j.jretconser.2024.104217.
- Wahid, Abdul. 2023. "Peluang Dan Tantangan Sistem Kerja Dakwah Di Tengah Masyarakat Milenial." *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5(2):57–71. doi:10.47435/retorika.v5i2.2211.