

Strategi Komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam Berdakwah di Channel Youtube dengan Tema “Muslim Gaul, Emang Ada?”

Aulia Nur Kamillah¹, Ahmad Asrof Fitri², Muhammad Nur Kholis AR³

^{1,2,3} Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS), Indramayu

Email: auliakamillah2997@gmail.com¹, asrof.fitri@iai-alzaytun.ac.id²,
kholish@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang strategi ustadz Hanan Attaki dalam dakwah nyadi *channel* youtube. Ustadz Hanan Attaki sendiri merupakan salah satu ustadz yang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendongkrak popularitasnya dengan cara berdakwah di media youtube. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi ustadz Hanan Attaki dalam berceramah di *channel youtube* nya dan faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung dalam strategi komunikasi yang dilakukan ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu proses penelitian dan pembahasan yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena dan masalah manusia. Pada pendekatan ini peneliti mendekati sifat realitas yang terbangun secara sosial terhadap subjek yang akan diteliti. Adapun jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Karena penelitian ini mendeskriptifkan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan mengenai strategi yang digunakan Ustadz Hanan Attaki di media youtube, strategi yang digunakan ustadz Hanan Attaki yaitu menggunakan strategi *frescare* namanya, yaitu *Strategi* yang diibaratkan produk baru untuk menarik anak muda. Seperti ini lah yang dilakukan ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya kepada anak muda dengan basicnya yang sama aja yaitu Al-Qur'an dan Sunnah, tapi caranya yang berbeda yaitu dengan cara merubah penampilan UHA, narasi yang di pakai hal-hal yang kekinian, lebih memakai bahasa yang kalau dibiling pakai bahasa kaumnya. Dan faktor yang menjadi pendukung ustadz Hanan Attaki yaitu memudahkan Ustadz Hanan dalam menyampaikan dakwahnya dan menambahkan wawasan Islam dan ilmu pengetahuanlainnya untuk warga *Net* atau *viwernya* ustadz Hanan Attaki yang tidak sempat untuk mengikuti kajian yang disampaikan beliau karena kesibukan masing-masing. Sedangkan faktor penghambat nya Ada saja beberapa postingan ustadz Hanan yang play pun sering banyak yang tiba-tiba hilang bahkan diblokir dan lain-lain. Dan adanya netizen yang mungkin belum paham atas dasar strategi yang digunakan ustad Hanan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Dakwah, Ustadz Hanan Attaki, Youtube*

Abstract

The study discusses the strategy of Ustadz Hanan Attaki in performing his preaching (da'wah) on YouTube channel. Ustadz Hanan Attaki is one of the ustadz who takes advantage of technological developments to boost his popularity on youtube social media. He uploaded videos of his preaching on YouTube and widely shared both by himself and internet users to various social medias. Referring to the aforementioned context , this study aims to answer research questions, namely What strategies did Ustadz Hanan Attaki do for preaching? and What are the inhibiting and supporting factors in the his communication strategy?. To conduct the research, researchers used qualitative descriptive methods to answer the formulation of research problems. The purpose of this technique is to describe the actual problem of particular event which is the da'wah communication strategy performed by Ustadz Hanan Attaki. This qualitative approach study understands the meanings and signs contained in the video of

Ustadz Hanan Attaki on Youtube. The study found that Ustadz Hanan Attaki uses the freshcare strategy to attract young people in his preaching. The strategy means a new change of preaching or da'wah to adjust his missionary goals to young people based on the same basic principles of the Al-Qur'an and Sunnah, however it uses different way. For example, changing the appearance, and using the approach of specialist languages used by particular groups of people. Then the supporting factors are the ease of da'wah knowledge sharing and simplicity to gain islamic insights and knowledge for the internet citizen or Ustadz Hanan Attaki's viewers who have no sufficient time to follow the classes he delivered. And the obstacles of the strategy are some of his da'wah classes posted and played on social medias are suddenly disappeared and blocked. Moreover there are netizens who may not understand the strategy used by Ustadz Hanan.

Keywords: *Communication Strategy, Da'wah, Hanan Attaki, Youtube*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan di era globalisasi ini, dakwah juga mulai berkembang baik dalam penyampaiannya maupun dalam medianya. Internet menjadi salah satu contoh dari pemanfaatan media dakwah. Dalam jumlah penggunaannya pun mencapai puluhan bahkan ratusan juta, yang membuat internet menjadi satu budaya baru dan telah menjadi suatu kebutuhan diberbagai negara saat ini. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet semakin hari semakin meningkat dengan peningkatan yang cukup besar.

Pada era modern sekarang dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi dapat digunakan secara sinergis. Dalam hal ini dakwah juga memerlukan media sebagai sarana untuk penyampainnya. Terlihat pada unsur dakwah sendiri pemakaian media juga sangat penting karena media dapat diakses secara mudah untuk mencari informasi. Fenomena sosial mengungkapkan bahwa perbandingan antara dakwah secara langsung dan dakwah menggunakan media sosial terlihat lebih terjangkau, salah satunya menggunakan media youtube.

Media youtube juga kerap dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dengan menyampaikan ceramah atau tausiyahnya membuat pengguna media youtube bisa mengakses agar komunikasi dakwah dapat tersampaikan dengan baik, juga dapat memberikan informasi melalui penyampaian kajian Islam yang disampaikan pengguna akun youtube atau para ustadz fenomenal saat ini salah satunya seperti Ustadz Hanan Attaki.

Sudah banyak ustadz-ustadz saat ini yang melakukan atau menyampaikan tausiyahnya melalui media sosial. Diantaranya seperti Ustadz Abdul Somat, Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, dan Ustadz Hanan Attaki. Beliau semua merupakan penceramah yang cukup populer dikalangan masyarakat dan didunia maya. Karena bukan hanya cara dan gaya mereka dalam menyampaikan ceramahnya saja, beliau semua juga memiliki followers dan subscribe yang lebih dari 1 juta pengikut.

Hal ini menjadi wajar mengingat media sosial membuat sarana dakwah para ustad menjadi lebih mudah. Berbagai macam media sosial yang mereka manfaatkan untuk menyampaikan kebaikan dan ilmu-ilmu tentang Islam dengan menggunakan media Youtube.

Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu ustadz yang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendongkrak popularitasnya dengan cara berdakwah. video-video dakwah beliau yang di unggah di Youtube banyak dibagikan atau di share para pengguna internet ke berbagai media sosial lainnya. Salah satu contoh video dakwahnya yang berjudul "Muslim Gaul, emang ada?", ini dibagikan melalui channel youtubanya yang berdurasi 10 menit 7 detik dan sudah 75 ribu kali ditonton. video ini juga merupakan salah satu video yang paling banyak ditonton warganet pada bulan Agustus sampai bulan September. Dari video yang berjudul "muslim gaul, emang ada" ini 4,6 ribu like yang menyukai vidio tersebut dari pada yang tidak menyukai vidio tersebut (dislike). Pada tanggal 11 Mei 2017 ustadz Hanan Attaki mulai berdakwah di channel youtubanya dan pada tanggal 30 September 2019 channelnya mempunyai subscribe 734 ribu pengikut dan pada tanggal 19 Oktober 2019 subscribe Ustadz Hanan Attaki meningkat menjadi 773 ribu pengikut yang akan terus

bertambah seiring waktu.

Untuk itu, dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengkaji, mengamati, dan melakukan secara khusus tentang bagaimana strategi Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan ceramahnya lewat akun youtubenya. Karena itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang strategi Ustadz Hanan Attaki mengapa banyak yang menyukai video-video beliau, dan apa yang membuat orang tertarik dengan gaya berceramah beliau. Untuk itu peneliti secara khusus membuat karya ilmiah dengan judul "Strategi Komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam Berdakwah di Channel Youtube Dengan Tema "Muslim Gaul, Emang Ada?"

Strategi Komunikasi

Menurut Fred R. David, strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahawa pendekatannya bisa berbeda-beda tergantung pada suatu kondisi dan situasi. (David (2002: 301).

Ustadz Hanan Attaki

Hanan Attaki adalah seorang pendakwah mudah yang berasal dari Bandung. Nama Ustadz Hanan Attaki mulai muncul menjadi perbincangan publik, khususnya para warganet. Ceramahnya yang ringan dan menyentuh hati menarik perhatian banyak pihak, bahkan setiap ada kajiannya dihadiri ribuan jamaah dari kalangan anak muda. Ustadz Hanan saat ini berdomisili di Kota Bandung Jawa Barat. Sering memberikan kajian di Masjid Trans Studio Bandung. Kajian yang dilakukan setiap hari Rabu selalu penuh dengan jamaah yang isinya remaja yang didominasi oleh ikhwan (laki-laki). Apa yang disampaikan sang Ustadz didalam video-video ceramahnya di youtube dapat mendorong kalangan muslim untuk selalu memperbaiki diri dan berhijrah, mengajak untuk mengamalkan kehidupan yang Islami. Dalam konten ceramahnya, simbol-simbol ke Islaman dalam perilaku sehari-hari menjadi sesuatu yang penting untuk diterapkan.

Berdakwah

Dakwah adalah ajakan kepada yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses menuju kepada yang lebih baik dalam wujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, suatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Berdakwah merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seorang da'li untuk menyampaikan dakwah nya atau kajian nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan dalam prinsip umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Youtube

Youtube merupakan sebuah sosial media yang berisikan kumpulan video-video seperti video clip, film pendek, trailer film, video vlog, video tutorial, kajian dakwah, dan masih banyak lagi. Pengguna youtube dapat dengan bebas mengakses video baik itu yang di unggah sendiri maupun video yang di unggah oleh berbagai pihak. Di era sekarang ini hampir semua orang sudah mengenal youtube, apalagi dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan dalam rohani. Didalam youtube sendiri banyak fitur-fitur yang digunakan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, yaitu metode suatu proses penelitian dan pembahasan yang berdasarkan pada metologi yang menyelidiki suatu fenomena dan masalah manusia. Pada pendekatan ini peneliti mendekati sifat realitas yang terbangun secara sosial terhadap subjek yang akan diteliti. Adapun jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Karena penelitian ini mendeskriptifkan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melalui teknik observasi, dokumentasi, dan melakukan wawancara. Teknik observasi adalah teknik digunakan untuk menggali data dari sumber data

yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, dan benda, serta rekaman gambar. Ada dua tipe observasi yakni observasi tidak langsung dan observasi partisipan. Observasi tidak langsung adalah observasi dimana seorang peneliti tidak masuk kedalam masyarakat tersebut. Bisa saja hanya melihat dengan sepasang matanya mengenai kegiatan dan benda-benda budaya atau dibantudengan alat-alat lain seperti kamera.

HASIL dan PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, yang dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.

Sebelum melakukan pengumpulan data hal pertama yang dilakukan yaitu observasi dengan mengamati Masjid Al-Lathiif tempat biasa ustadz Hanan Attaki menyampaikan dakwahnya dan menonton video “muslim gaul, emang ada?” di *channel youtube* ustadz Hanan. Setelah melakukan observasi, selanjutnya melakukan wawancara kepada ustadz Hanan, tak hanya ustadz Hanan Attaki saja yang di wawancarai sebelumnya juga sudah melakukan wawancara dengan *manager* ustadz Hanan yaitu Kang Inong dan Humas *Shift* yaitu Kang Wildan. Adapun temuan penelitian ini adalah *Strategi* ustadz Hanan Attaki, Proses Dakwah ustadz Hanan Attaki sesuai. Sedangkan observasi partisipan adalah pengamatan langsung dengan melibatkan diri dalam kegiatan masyarakat yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, observasi yang peneliti gunakan adalah observasi partisipan.

Teknik Wawancara adalah pengumpulan data mengenai sikap dan kelakuan, pengalaman, cita-cita, dan harapan manusia dikemukakan oleh responden atas pernyataan-pernyataan peneliti atau pewawancara. Sedangkan teknik dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya *monumental* seseorang. Dalam penelitian kualitatif dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan teknik *observasi* dan wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Hasil pengumpulan data dari wawancara dan *observasi* akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung dengan dokumentasi., dengan judul penelitian ini, dan apa saja faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam strategi komunikasi yang dilakukan ustadz Hanan Attaki dalam berceramah di *channel youtube* nya.

Strategi Ustadz Hanan Attaki

Strategi yang digunakan Ustadz Hanan Attaki yaitu dengan melakukan strategi yang disebut strategi *Freshcare*, yaitu *Strategi freshcare* yang diibaratkan minyak kayu putih dan *freshcare* yang merupakan sama-sama produk minyak angin. Sebelum ada *freshcare*, minyak kayu putih sendiri diibaratkan produk lama yang hanya dilakukan oleh orang tua, dan *freshcare* diibaratkan produk baru untuk menarik anak muda. Seperti ini lah yang dilakukan ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya kepada anak muda dengan *basic* nya sama aja yaitu Al-Qur'an dan Sunnah, tapi caranya yang berbeda yaitu dengan cara merubah penampilan ustadz Hanan, narasi yang di pakai hal-hal yang kekinian, dan lebih memakai bahasa yang kalau dibilang pakai bahasa kaumnya. Dakwah yang dilakukan ustadz Hanan pun lebih memfokuskan sasaran dakwahnya ke anak muda. Karena menurutnya, anak muda adalah tonggak dari kehidupan berbangsa dan bernegara. Kemajuan ataupun kemunduran dari suatu bangsa itu ditentukan dari kualitas pemuda di bangsanya. Adapun perubahan atau tidaknya dari suatu bangsa, pemuda juga memiliki peran yang sangat fatal didalamnya. Oleh sebab itu, dakwah kepada anak-anak muda merupakan sasaran utama dari perjalanan dakwah yang dilakukan ustadz Hanan Attaki. Ada dua kriteria anak muda menurut observasi mereka, yaitu anak muda yang dikategorikan sebagai “*Akhi & Ukhti*” dan “*Bro & Sis*” :

Tabel 1. Perbedaan Akhi&Ukhiti dan

AKHI & UKHTI	BRO & SIS
Sekelompok anak muda yang memang sudah berhijrah dan mempunyai sedikit atau banyak pemahaman tentang agama.	Kelompok anak-anak muda yang memang belum terlalu memahami tentang agama
Hal ini juga biasanya dapat terlihat dari tampilan busana mereka yang biasanya memakai gamis atau yang lainnya yang menunjukkan karakteristik seorang muslim yang menutup aurat	Belum tertarik untuk mengenal apa sebenarnya agama itu. Ataupun yang sudah mengetahui tentang agama tetapi mereka memutuskan untuk tidak terlalu mengikutinya (mengabaikannya)

Bro&Sis

Jadi dari kedua kategori pemuda diatas, maka dari situ ustadz Hanan memfokuskan perluasan dakwahnya ke kategori pemuda “*Bro & Sis*”, dengan *tagline* “Banyak Main Banyak Pahala Sedikit Dosa”, ustadz Hanan Attaki juga menawarkan kepada para anak muda (Bro & Sis), “*ini loh nilai-nilai dakwah yang kita usung, bukan hanya dengerin pengajian di masjid saja*” dengan masuk diduniannya, melakukan juga kesenangan-kesenangan yang mereka lakukan asal tidak melanggar aturan agama. Ini menjadi gerakan dakwah yang efektif untuk menarik minat hati para kelompok-kelompok Bro dan Sis.

Proses Dakwah Ustadz Hanan Attaki

a. Tahap Obsevasi

Sebelum memulai sebuah gerakan, atau menentukan agenda promosi untuk menarik anak muda untuk mengikuti kajian, ustadz Hanan Attaki dan anggota *Shift* lainnya melakukan observasi terlebih dahulu. Mereka menentukan atau membuat rencana terdahulu, siapa atau komunitas mana yang akan merekadatkan di kajian, apa saja yang sedang mereka lakukan sekarang, *fashion*, topik pembicaraan, *issue*, bahkan *genre* musik yang sedang mereka gandrungi. Semua itu mereka pelajari baik dari perseorangannya, akun-akunnya, bahkan sampai masuk ke komunitasnya. Observasi itu tidak hanya dilakukan di lapangan, tapi juga melalui akun media sosial komunitas tersebut. Ustadz Hanan Attaki setelah itu akan mempelajari apa yang telah di dapat di lapangan untuk mengatur strategi masuk ke komunitas tersebut.

b. Tahap Idealisme

Setelah melakukan *observasi*, tim *Shift* dan Ustadz Hanan Attaki melakukan analisa terkait karakter dan ciri khas dari masing-masing komunitas. Komunitas-komunitas ini dalam bahasa mereka, disebut dengan istilah *street culture*. *Street culture* adalah sebuah budaya yang muncul akibat gejolak globalisasi yang kebanyakan didominasi oleh anak muda. Budaya ini identik dengan anak-anak *punk*, anak-anak jalanan penggemar musik *indie* atau lebih dikenal dengan musik kebebasan berpendapat. Karena dengan menggunakan elemen *street culture* dalam berdakwah, maka mereka akan merasa “*ini gue banget nih*” hal itulah yang menjadi alasan utama bagi mereka untuk ikut bergabung dan minimal mencintai Islam terdahulu dari sisi toleransinya pada dunia yang sedang mereka perankan. Oleh karena itu, setiap proses dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki selalu berkarakter dengan *street culture* tersebut.

Faktor Penghambat dan Pendukung

Untuk mencapai tujuan dakwah, maka ustadz Hanan Attaki perlu menyelaraskan antara aktivitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal. Selain itu dakwah juga harus dilihat dari tantangannya, dilihat dari segi kuantitas dan kualitas, kondisi ini pada satu sisi merupakan kekuatan bagi dakwah Islam apabila potensi, kualitas, dan partisipasi umat yang mayoritas ini dapat digerakan. Namun, sebaliknya jumlah mayoritas ini dapat juga menjadi kelemahan, bila tidak dibarengi dengan kualitas yang tidak memadai. Dalam hal ini, ustadz

Hanan Attaki telah memusatkan beberapa objek dakwahnya dengan tepat. Menyentuh kalangan anak muda dalam ruang lingkungannya, juga dengan strategi komunikasi dakwahnya yang mudahdicerna, tidak monoton, dan jugamenarik.

Adapun faktor pendukung dari strategi komunikasi yang ustadzHanan lakukan di media *youtube*yaitu dapat mempelancar dakwahnya ustadz Hanan Attaki danmempercepat jalannya dakwah yang bisa membangun *ukhwah Islamiyah*. Terkhusus di kalangan generasi anak muda sebagai peneruskeberlangsungan dakwah. Karena untuk mencapai tujuan dakwah, makanya ustadz Hanan Attaki perlu menyelaraskan antara aktivitas dan kondisi *internal* dengan realitas *eksternal*.

Youtube Channel UstadHanan Attaki

YouTube *Channel* dengan nama Ustadz Hanan Attaki Offial yang memiliki pengikut mulai dari bulan September yaitu *subscribe 734* pengikut, dan sampai sekarang memiliki *viewers 23.756 juta* dan *subscribe 884 ribu*. Dan akun *channelnya* terdapat 140 video yang di *upload* beliau pada setiap hari Jum'at dan Sabtu. Dari 140 video yang ada di *channel* ustadz Hanan Attaki peneliti hanya mengambil satu video yang berjudul "Muslim Gaul, Emang Ada?". Disini peneliti mengambil satu video yang berjudul "Muslim Gaul, Emang Ada?" aja, karena pada bulan Juli saat di *upload* ustadz Hanan, sampai bulan September video tersebut salah satu yang banyak di tonton, dan banyak komentar positifnya, juga sesuai dengan ustadz Hanan yang banyak di kenal dengan julukan ustadz gaul.



Gambar 2 Beranda YouTubeHanan Attaki
Sumber: [www.youtube.com/ HananAttaki](http://www.youtube.com/HananAttaki)

Adapun beberapa segmenya, yaitu *Booster dan Lifehacks*, Tiawah/ Rekaman Sholat, *One Minute Booster*, Q&A. Dalam segmen yang ada di *channel* Ustadz Hanan Attaki peneliti memfokuskan atau hanya membahas video *Booster dan Lifehacks* yaitu *Muslim gaul, emang ada?*.

a. *Booster dan Lifehack*

Dalam segmen dibagian *Booster dan Lifehack* ini merupakan segmen yang didalamnya Ustadz Hanan membahas kehidupan manusia dengan tema-tema yang kekinian dan bahasa yang anak muda banget. Didalamnya terdapat 15 video yang membahas tentang kehidupan sehari-hari. Contohnya *kisah inspirasi merubah benci jadi cinta, nasehat biar gak putus, balasan bagi yang berinfag*, dan lain sebagainya.

b. *Tilawah/ Rekaman Sholat Tilawah/ Rekaman Sholat*

Merupakan segmen yang didalamnya terdapat 10 video. Dalam segmen ini, disini ustadz Hanan tidak menyampaikan ceramahnya, tetapi Ustadz Hanan mengajak untuk bertilawah bersama, dan didalamnya terdapat dokumenter ketika ustadzHanan sedang membaca Al-Qur'an dan melakukan sholat berjamaah dimasjid Trans Studio Bandung atau pun di Masjid Al-Lathiif. Seperti contoh *Tilawah Sebelum Tidur* dalam segmen ini ustadz Hanan membaca surat Q.S An Najm dan mengajak viewersnya untuk menyimak.

c. *One Minute Booster*

One Minute Booster merupakan segmen dengan cuplikan-cuplikan video yang diisi dengan audio suara Ustadz Hanan pilihan dari kajian-kajian yang diadakan atau diatur oleh *Shift*. Audio pilihan itu digambarkan dengan video-video realita yang dihadapi, misalnya saat sedang sedih, anak-anak melampiaskannya dengan berlibur kesuatu tempat seperti pantai, naik gunung, dan tempat-tempat lainnya. Video dalam 1 menit ini di visualisasikan

melalui suara dangambar. Segmen *One Minute Booster* terdapat 12 video, ini juga salah satu segmen ustadz Hanan yang banyak digemari kalangan anak muda karena video ini biasa dijadikan untuk *SG (snap Instagram)*, *SW (snap Whatsapp)*, dll.

d. Q & A (*Question and Answer*)

Kenapa ustadz Hanan juga memasukan Q & A dalam segmennya yaitu karena dalam setiap ustadz Hanan menyampaikan ceramahnya atau kajiannya ketika setiap orang yang bertanya ke Ustadz Hanan akan dijawab beliau. Dari setiap pertanyaan dan setiap jawaban yang di sampaikan ustadz Hanan akan di jadikan konten di channel youtube nya. Pentingnya segmen ini, karena setiap ustadz Hanan selesai menyampaikan ceramahnya akan ada dimana para mad'u di ijinakan untuk memberikan pertanyaan sesuai dengan tema yang dibahas dan nanti akan dijawab oleh ustadz Hanan.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan dan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan mengenai strategi Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah di *channel youtube* dengan tema "muslim gaul, emang ada?" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jadi strategi yang digunakan ustadz Hanan Attaki yaitu dengan melakukan strategi yang disebut *strategi Freshcare* namanya, yaitu *strategi* yang diibaratkan minyak kayu putih dan *freshcare* yang merupakan sama-sama produk minyak angin. Sebelum ada *freshcare*, minyak kayu putih sendiri diibaratkan produk lama yang hanya dilakukan oleh orang tua, dan *freshcare* diibaratkan produk baru untuk menarik anak muda. Seperti ini lah yang dilakukan ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya kepada anak muda dengan dasarnya yang sama aja yaitu Al-Qur'an dan Sunnah, tapi caranya yang berbeda yaitu dengan cara merubah penampilan ustadz Hanan Attaki, narasi yang di pakai hal-hal yang kekinian, lebih memakai bahasa yang kalau dibilang pakai bahasa kaumnya.
2. Strategi ini juga sudah terbukti dan sudah digunakan ustadz Hanan Attaki pada tahun 2015 awal berdirinya *Shift Pemuda Hijrah*, karena pada awalnya ustadz Hanan hanya berdakwah disekelilingan komplek rumahnya saja dan menggunakan surban dan gamis, seperti ustadz-ustadz biasanya. Tetapi sejak adanya strategi yang digunakan maka ustadz Hanan sendiri mengganti cara berpakaianya dan bahasanya untuk menarik para mad'u Faktor penghambat dan pendukung Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah di *channel youtube* sebagai media dakwah yaitu, faktor pendukungnya sangat efektif dan efisien, karena dapat dilihat dan digunakan dimana saja dan kapan saja. Dan juga berdakwah dengan melalui media youtube dapat memudahkan Ustadz Hanan dalam menyampaikan dakwahnya dan di sosial media. Apalagi sasaran ustadz Hanan sendiri yaitu di menambahkan wawasan Islam dan ilmu pengetahuan lainnya untuk warga *net* atau *viwersnya* ustadz Hanan Attaki yang tidak sempat untuk mengikuti kajian yang disampaikan beliau karena kesibukan masing-masing. Sedangkan faktor penghambatnya, berdakwah dengan media youtube tidak bisa berinteraksi langsung, sehingga tidak jelas *sanad* ilmunya karena tidak ada *feedback*, jika masih ragu atau ingin menanyakan sesuatu tidak bisa ditanyakan karena satu arah dan tidak bisa memahami *karakteristik* mad'unya kalangan anak muda, makanya beliau kini dijuluki dengan kata ustadz gaul.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Anwar . 1984. Strategi Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
Aziz Ali. Moh. 2004. Ilmu Dakwah (edisi revisi). Jakarta. KENCANA.
Effendy Onong Uchjana. 1990. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (cet. Ke-1). Bandung. Mizan.
Fajar Marhaeni . 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta. Graha Ilmu.
Fred R. David. 2002. Manajemen Strategi Konsep. Jakarta. Prenhalindo.
Munir Muhammad, Wahyu Ilahi. 2006. Manajemen Dakwah. Jakarta. Perdana Media.
Noor. Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya ilmiah (edisi pertama). Jakarta. KENCANA
Pakit M. Yusuf. 1990. Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Intruksional. Bandung.

- Remaja Rosdakarya.
- Rafi'uddin, Maman Abdul Djaliel. 2001. Prinsip dan Strategi Dakwah (Cet.Ke-11). Bandung, CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2009. Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung. Alfabeta
- Mumtaz Alif Saleh dengan judul “ Analisis Pesan Dakwah dalam akun Twitter Felix Siauw”.2010.
- Siti Dewi Wulandari “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustad Abdul Somat di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)”.
- Tiara Rahmadaniar, dengan judul “Strategi Dakwah akun Youtube Muslimah Daily.com dalam mensosialisasikan Jilbab”.
- Yogi Ridho Firdaus “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017, Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)”.
- Artikel Ahmad Luthfi, “Jumlah terkini jumlah facebook hingga youtube”, dengan <https://techno.okezone.com/read/2017/03/08/207/1637638/jumlah-terkini-pengguna-facebook-hingga-youtube>. Diakses pada 25 September 2019
- Artikel M. Fakhru Riza, Dear Hanan Attaki. Dakwah hari ini butuh dakwah yang dialogis. 23 oktober 2017. Diakses pada 25 September 2019
- Arie Prastyo. 19 Juli 2014. Artikel : Perbedaan dan pengertian antara Streaming dan Buffering, dengan <https://www.arieprastyo.com>. Diakses pada 26 September 2019
- Blogging. Aisyah Agustin, Menjadi Remaja Gaul Ala Islam. 1 September 2018. Artikel: [<https://www.kompasiana.com>] diakses pada 26 september 2019
- Internet https://id.wikipedia.org/wiki/me_at_the_zoo. 26 September 2019
- Wink, 18 Januari 2018, Artikel: Profil dan Biografi Ustad Hanan Attaki. Biografiku.com. Diakses pada 25 September 2019.