

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. Fenomena Dakwah Islam di Indonesia**

Sebelum era modern, masyarakat cenderung mendengar dan mengikuti serta melaksanakan langsung ajaran Islam dari para ulama atau tokoh agama. Seperti melalui kegiatan pengajian sekalipun harus menempuh jarak yang jauh hanya demi memperoleh informasi keagamaan untuk dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan yang lebih baik. Akan tetapi setelah terjadi modernisasi, masyarakat mulai mengubah gaya hidup, pola pikir, serta sikap dan perilakunya berdasarkan perkembangan zaman dalam menjalankan ajaran agama.

Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai macam fenomena menyangkut ajaran agama yang tersebar luas di internet. Seperti fenomena anak muda mengaji Al-Qur'an melalui *hand phone*, muslimah yang menggunakan hijab dengan modis, curhat masalah agama yang di-*publish* langsung melalui media sosial *twitter* atau *facebook*, pengajian yang dilakukan di hotel-hotel, dan lain sebagainya. Selain itu juga dengan munculnya tayangan keagamaan berupa ceramah di layar televisi, sinetron dengan tema keagamaan, bahkan kegiatan dakwah seperti pengajian yang juga disiarkan langsung (*live*). Berbeda dengan masyarakat pedesaan, mereka cenderung melakukan kegiatan keagamaan secara rutin seperti mengunjungi majelis ta'lim, melakukan kegiatan kultum, yasinan, tahlilan, seminar, diskusi, silaturahmi, atau rapat warga (Basit, 2013: 77).

Kedatangan media sosial yang kemudian dikenal dengan sebutan *new media* ini, tidak hanya membawa perubahan sosial, politik, ekonomi dan budaya, akan tetapi juga

perubahan terhadap pemikiran, fatwa-fatwa, pengalaman keagamaan, serta hubungan di dalam norma keagamaan. Terjadinya pergeseran otoritas keagamaan dan pola-pola hubungan antara pengikut dengan tokoh agama sebagai panutan dalam kehidupan manusia. Ketika otoritas tersebut dipegang oleh peran dari para ulama, ustadz, pemerintah melalui Kementerian Agama maupun lembaga-lembaga non pemerintahan dan kemudian sekarang beralih kepada besarnya pengaruh media baru berbasis jaringan internet. Hal ini menyebabkan runtuhnya sedikit demi sedikit hubungan antara pengikut dengan tokoh agama, dimana untuk memperoleh jawaban mereka tidak perlu lagi harus mendatangi para ulama, karena setiap orang dapat dengan mudah menemukan jawaban serta mengambil keputusan dengan mengakses informasi yang tersedia melalui media (Jinan, 2013: 322).

Menyangkut masalah mengenai otoritas keagamaan bagi kaum muslim dapat didefinisikan secara terminologis maupun implementasinya dalam kehidupan beragama. Lebih tepatnya mengenai persoalan siapa pemilik otoritas keislaman dalam konteks berbangsa dan bernegara Indonesia. Khususnya, dalam masyarakat yang familiar akan *new media* sebagaimana telah dibahas sebelumnya, para pemegang peran penting terhadap otoritas keagamaan di antara masyarakat, baik secara sosial maupun intelektual sangatlah sulit untuk dapat ditentukan.

Otoritas keagamaan Islam adalah hak untuk melaksanakan dan memerintahkan aturan yang dianggap sesuai dengan kehendak Allah. Pernyataan ini dipertegas dengan anggapan bahwa pemilik otoritas tunggal adalah Allah beserta Kitab Suci Al-Qur'an. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa pemilik otoritas Islam yaitu mereka dengan kemampuan menyebarkan pesan-pesan Islam serta mengajak bertindak sesuai ajaran

Islam dalam Al-Qur'an. Contohnya seperti ulama, organisasi keagamaan, atau lembaga pemerintahan. Para pemegang otoritas dalam Islam ini memiliki wewenang dalam mengajarkan dasar-dasar Islam kepada umat. Selain itu, otoritas keagamaan dapat dimaknai sebagai kesempatan, kekuatan atau hak untuk menentukan keyakinan, membentuk dan mempengaruhi pandangan serta bertindak sesuai dengan kehendak tertentu. Dengan kata lain, otoritas memiliki keterkaitan yang erat dengan kekuasaan.

Ragam otoritas keagamaan Islam ini menjadi bagian dalam sejarah akan proses perkembangan Islam, aktor, dan perubahan masyarakat muslim dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan pentingnya peran media dalam menyampaikan pesan-pesan Islam, dimulai dari lisan dan tulisan, bahwa ilmu membutuhkan media agar dapat terus disampaikan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi *new media*, kemudian otoritas keagamaan Islam memudari dari otoritas tradisional dan mengalami pergeseran kepada media impersonal seperti buku, *website*, *blog*, hingga internet. Melihat kemampuan generasi sekarang ini yang menguasai ilmu keislaman tidak harus melalui pesantren atau berguru kepada ulama, tetapi dengan kemampuan mempelajari Islam dari sumber-sumber baru yang sangat berbeda dengan sumber tradisional.

Perkembangan yang terjadi di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir dapat dilihat dari maraknya pameran buku-buku Islami atau *Islamic Book Fair* (IBF). Dilanjutkan dengan gencarnya penggunaan media sosial untuk memasarkan buku. Selain itu juga dengan memanfaatkan strategi *word of mouth* melalui media sosial sehingga informasi dapat tersebar lebih cepat. Kemudian juga dengan munculnya berbagai macam situs-situs keislaman baik yang dikelola oleh lembaga keagamaan maupun perseorangan. Sumber ini tentunya memuat opini, artikel hingga program untuk memenuhi kebutuhan

dan jawaban akan persoalan umat. Di era media baru inilah masyarakat sebagai audiens juga dapat sekaligus menjadi produsen melalui blog pribadi atau merilis buku. Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat untuk memiliki keterampilan baru terhadap *new media* dalam menciptakan lingkungan sosial baru dimana terjadi interaksi spiritual dan menetapkan otoritas baru (Jinan, 20: 340).

Perkembangan teknologi dan informasi dari masa ke masa telah membawa banyak perubahan bagi kehidupan manusia, tidak terkecuali terhadap penyebaran dakwah Islam khususnya di Indonesia. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dimulai dengan semakin mudahnya mengakses informasi baik melalui media massa maupun internet. Keterbukaan informasi di era modern selama beberapa tahun belakangan telah membawa dampak globalisasi bagi kehidupan manusia ditandai dengan munculnya dampak positif hingga dampak negatif, dan semua ini dapat berkaitan langsung ataupun tidak langsung dengan agama khususnya mengenai bagaimana peluang dan tantangan dakwah (Rajab, 2014: 79)

Dampak globalisasi beserta dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi inilah menjadi tantangan terbesar bagi umat manusia tidak hanya menyangkut urusan kehidupan akan tetapi juga urusan agama. Perubahan era modern ini dapat dilihat dari bagaimana menyebarkan ajaran Islam tidak lagi menjadi otoritas seorang ulama. Saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi mengenai ajaran agama Islam dengan memanfaatkan media massa seperti televisi, radio, surat kabar, *hand phone*, buku, majalah, dan lain sebagainya. Terlebih lagi dengan adanya akses internet sebagai media yang sangat praktis untuk digunakan kapanpun dan dimanapun dalam mencari tahu berbagai persoalan keagamaan.

Kehadiran media sosial sebagai bentuk perkembangan dari media massa yang menyediakan informasi bagi masyarakat membawa kecenderungan global yang memiliki dampak luar biasa. Hal ini kemudian membawa manfaat besar dari media sosial yang memiliki tingkat efektifitas dan efisiensi yang kuat untuk digunakan sebagai sarana kegiatan dakwah sehingga mampu menjangkau sasaran lebih luas. Selain itu, untuk mewujudkan dakwah yang efektif dan efisien ini diperlukan juru dakwah yang memiliki kemampuan baik di bidang teknologi komunikasi maupun di bidang pengelolaan pesan-pesan agama (Ummatin, 2008: 137).

Selain itu, kegiatan dakwah juga membawa dampak tertentu terhadap public. Hal ini dapat ditandai dengan tingginya respon sejumlah media yang membawa pengaruh akan terciptanya konstruksi sosial untuk membentuk opini publik terhadap realitas di kalangan masyarakat. Apabila masyarakat kurang selektif dalam memilah-milih sajian informasi media massa yang beragam akan menyebabkan terjadinya demoralisasi. Masyarakat sebagai penerima informasi yang memiliki rasa ingin tahu untuk mencoba segala sesuatu ini kemudian menjadi sasaran terhadap dampak negatif media massa. Akan tetapi, dampak positif dari media massa juga bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dalam menyebarkan informasi-informasi mengenai keagamaan sehingga pesan dapat dipahami dan diamalkan oleh masyarakat. Kehadiran media massa sebagai media dakwah atau sebagai tantangan dalam dakwah ini kemudian menjadi sesuatu yang perlu dipertimbangkan (Syobah, 2013: 155).

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini akan membawa pengaruh besar terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah. Hal ini dapat dijadikan sebagai langkah awal persiapan bagi para pendakwah untuk mengemas pesan

dakwah dengan berbagai metode yang efektif agar dapat tersampaikan sesuai tujuan dan sasaran. Metode yang selama ini sering dilakukan yaitu metode dakwah bil-Lisan, dimana jika dibandingkan dengan era modern saat ini dapat dikatakan sudah tidak efektif lagi. Apalagi melihat kehidupan masyarakat dengan perubahan sosial dan pemikiran yang semakin maju maka diperlukan perhatian lebih dalam penggunaan metode-metode komunikasi dengan media yang lebih komunikatif.

Terdapat penelitian terdahulu yang mengumpulkan data bahwa jumlah pemeluk Islam Indonesia mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Pada sensus penduduk tahun 1990 menunjukkan jumlah penduduk Islam sebanyak 87,7% dari total penduduk Indonesia. Kemudian pada tahun 2000, jumlah tersebut menurun menjadi 87,21% dan pada tahun 2010, penduduk Islam di Indonesia menjadi 85,1% dari total penduduk Indonesia sejumlah 237.641.326 orang. Hasil penelitian ini terjadi dapat diakibatkan oleh beberapa faktor seperti, pindahnya umat Islam ke agama lain, keberhasilan pemerintah dalam menekan umat Islam untuk memiliki keluarga kecil, ataupun akibat dari kegagalan dakwah (Basit, 2013: 79).

Data menurunnya jumlah penduduk Islam di Indonesia seperti yang dijabarkan di atas dapat dijadikan salah satu pertimbangan penting bagi para pendakwah untuk semakin mengencangkan dakwah Islam di Indonesia. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Fenomena dakwah melalui media sosial ini kemudian mendatangkan beberapa aktor dakwah yang semakin dikenal baik oleh masyarakat. Seperti Ustadz Abdul Somad, beliau dikenal oleh masyarakat melalui Youtube. Gaya penyampaian Ustadz Abdul Somad cenderung lebih santai dan menghibur tetapi tetap membawa pesan penting dan mudah dimengerti oleh masyarakat.

Selain itu, dengan media sosial yang sama melalui Youtube, aktor dakwah lainnya, Ustadz Felix Siauw selalu aktif dan *up-to-date* dalam memberikan materi dakwahnya yang ditargetkan kepada generasi muda muslim dan muslimah. Kemudian ada juga gaya penyampaian dakwah yang materinya mampu membuat siapapun yang mendengar isi ceramah tersebut hingga menangis, seperti yang dilakukan oleh seorang aktor dakwah, Ustadz Syafiq Riza Basalamah. Tidak terkecuali aktor dakwah yang terkenal akan ciri khasnya dalam menyampaikan dakwah dengan memberi perumpamaan agar para pemuda dapat lebih mudah memahami pesan, yaitu Ustadz Hanan Attaki ([sekutukeadilan.com](http://sekutukeadilan.com), diakses pada tanggal 18 Mei 2018).

Tujuan utama dakwah sebagai penuntun untuk melaksanakan ajaran Islam dengan baik dan benar, oleh karena itu untuk mewujudkan hal tersebut, tidak cukup hanya dengan mendatangi majelis ta'lim atau dengan menghindari perbuatan-perbuatan yang dilarang agama, akan tetapi urusan perekonomian juga menjadi bagian penting yang harus dipenuhi. Melihat perkembangan peran dakwah kontekstual saat ini, maka sangat dibutuhkan seseorang yang mampu memberikan solusi terhadap persoalan yang kerap terjadi di tengah umat Islam. Seseorang tersebut dituntut untuk tidak hanya menjadi seorang da'i ahli ceramah di podium, pengajian-pengajian di masjid, melainkan seseorang dengan kemampuan dan pengetahuannya dalam berbagai bidang, serta karakter yang kuat dalam menghadapi problematika kehidupan manusia.

Melalui bukunya *Moralitas Politik Muhammadiyah*, Amin Rais menyebutkan beberapa catatan penting yang harus dipersiapkan agar dakwah dapat tersampaikan dengan baik di era teknologi dan informasi. Pertama yaitu dibutuhkannya tenaga dakwah dengan kemampuan kerja yang baik tidak hanya mengenai ilmu dakwah akan tetapi juga

tentang *skills* dalam ilmu teknologi informasi yang terus berkembang. Kemudian yang kedua menyangkut sebuah inovasi untuk membuat laboratorium dakwah dimana akan dianalisis masalah-masalah agar dapat menentukan langkah yang akan dilakukan. Ketiga yaitu dakwah harus diperluas tidak hanya melalui dakwah bil-lisan seperti ceramah tetapi dikembangkan dengan dakwah bil-hal, bil-kitabah (tulisan), bil-hikmah, dan lain sebagainya. Keempat yaitu ketepatan dalam memilih media dakwah baik melalui media massa cetak maupun media elektronik. Saat ini, media elektronik dapat dikatakan jauh lebih unggul jika digunakan sebagai sarana dakwah. Dan yang kelima yaitu, menargetkan remaja Indonesia sebagai sasaran utama dakwah. Karena pada dasarnya, para remaja dapat menjadi generasi penerus untuk menyelamatkan kehidupan manusia di era globalisasi dan informasi saat ini.

Seperti yang dikatakan Busairi Harits melalui bukunya berjudul *Dakwah Kontekstual: Sebuah Pemikiran Islam Kontemporer*, bahwa dakwah pada saat ini tidak hanya bersifat verbal karena dalam melakukan dakwah terdapat bagian sosio-kultural yang sangat luas sehingga jika dakwah dipahami hanya secara tekstual dapat mengurangi makna dari dakwah tersebut. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat masyarakat semakin terbuka dan tidak terpisahkan dari kehidupannya, oleh karena itu dibutuhkan pendekatan dakwah kontekstual yang lebih nyata agar dapat terimplementasikan dengan baik.

Munculnya istilah baru mengenai dakwah kontekstual ini memberi penegasan kuat bagi para aktor dakwah untuk mulai lebih memikirkan metode dakwah agar pesan yang disampaikan dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata. Dakwah kontekstual lebih menekankan pada perubahan sosio-kultural masyarakat serta melibatkan peran dan

kemampuan khusus dalam menyelesaikan masalah sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Kelebihan dari dakwah kontekstual ini lebih kepada usaha untuk menyadarkan setiap individu bahwa Islam mengajarkan untuk tidak hanya sekedar mengetahui ilmu mengenai ajaran Islam tetapi juga mengimplementasikannya di kehidupan nyata.

Untuk mewujudkan hal tersebut, dapat dimulai dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang memiliki kemampuan dalam mempercepat proses penyebaran informasi kepada public hingga membantu menyeragamkan pola pikir masyarakat hingga mengundang opini masyarakat. Dengan kehidupan masyarakat modern dimana media internet menjadi sesuatu yang tak terpisahkan dapat dijadikan solusi dalam mengencarkan dakwah masa sekarang dan masa depan. Didukung dengan teknologi canggih seperti *smartphone* dan *tablet* yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, maka disinilah dakwah Islam mulai mengalami perkembangan. Contoh perkembangan dakwah ini dapat dilihat dari banyaknya ceramah-ceramah *online* atau video dakwah yang diunggah di Youtube atau media sejenisnya sehingga dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun (Hidayat, 2013: 5-10).

## **B. Instagram Sebagai Media Baru di Indonesia**

Semakin maraknya fenomena generasi muda yang menguasai teknologi hingga membuat mereka saling tidak dapat dipisahkan. Hanya dengan sentuhan jari melalui perangkat *smartphone*, generasi muda dapat secara mudah mengakses segala bentuk informasi sesuai kebutuhan mereka. Melihat kecanggihan dan kepraktisan akan adanya inovasi teknologi yang terus berkembang ini kemudian melahirkan mereka yang

menggunakan keuntungan tersebut dengan sebutan generasi milenial. Istilah generasi milenial ini ialah mereka yang bertahun kelahiran 1980-1990 dimana cara berkomunikasi dan berinteraksi dengan satu sama lain tidak harus bertemu atau memikirkan soal jarak, ruang dan waktu. Perkembangan di era digital sangat memberikan kemudahan bagi mereka yang masih berusia muda dengan kesibukan dan aktivitasnya (Mulia, 2017: 241).

Produk teknologi informasi dan komunikasi yang terus mengalami perkembangan dan membawa banyak perubahan terhadap aspek kehidupan masyarakat Indonesia yaitu media sosial. Kegunaannya sebagai media komunikasi tanpa batas ruang dan waktu sangat memudahkan manusia dalam berinteraksi di kehidupan sehari-hari. Dengan fungsi dan kelebihan yang berbeda-beda, terdapat beberapa jenis media sosial yang sering digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat antara lain seperti *facebook*, *twitter*, dan Instagram. Selama beberapa tahun terakhir hingga tahun 2017, Instagram memegang posisi media sosial dengan pengguna terbanyak dan mengalami kenaikan jumlah pengguna setiap bulannya dengan jumlah 45 juta pelanggan aktif (dailysocial.id, diakses pada tanggal 4 Mei 2018).

Instagram merupakan terobosan media sosial yang didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Keunggulan yang dimiliki oleh Instagram dibanding media sosial lainnya yaitu fitur bagi para pengguna untuk membagikan foto atau video secara bebas sesuai dengan pengalaman mereka ditambah dengan *caption* serta dapat mengomentari setiap *postingan* satu sama lain. Fitur untuk dapat mengomentari satu sama lain inilah menjadikan Instagram sebagai media sosial yang tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi dan berinteraksi akan tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh

generasi milenial dalam memberikan kesan tertentu, merepresentasikan diri, promosi hingga ke ranah bisnis (Mulia, 2017: 241).

Adapun beberapa fitur yang ditawarkan Instagram antara lain adalah *home page*, *comments*, *explore*, *profile*, *news feed*, *stories*. Fitur *home page* merupakan tampilan halaman utama yang memuat foto-foto atau video-video hasil *postingan* terbaru dari akun-akun yang telah diikuti atau saling mengikuti dengan cara *scroll down* layar ke bawah. Fitur *comments* menyediakan kolom komentar untuk mengirimkan pendapat atau kesan di setiap foto dan video yang ada di Instagram. Fitur *explore* memberikan tampilan foto-foto dan video-video menarik sesuai yang disukai oleh masing-masing pengguna. Fitur *profile* memperlihatkan halaman pengguna akun tentang informasi personal secara *detail* beserta jumlah angka *followers* dan *following* dari pemilik akun. Fitur *news feed* memberikan informasi sebagai notifikasi tentang aktivitas yang berhubungan langsung dengan pemilik akun seperti komentar atau 'likes' juga tentang aktivitas dari akun yang diikuti oleh pengguna. Kemudian fitur *stories* merupakan tampilan langsung yang memuat foto dan video dengan durasi yang ditentukan oleh Instagram dan akan menghilang atau terhapus otomatis dalam kurun waktu 24 jam. Selain itu beberapa fitur tambahan seperti *captions*, *hashtag*, dan lokasi juga menjadi andalan Instagram dalam menarik para penggunanya untuk melakukan interaksi dengan satu sama lain (Sidiq, 2017: 26).

Dengan berbagai macam fitur canggih dan menarik yang ditawarkan Instagram membuat penggunanya semakin betah dan menikmati menggunakan Instagram. Beberapa manfaat yang didapatkan yaitu kemudahan dalam mendapatkan berbagai macam informasi terbaru, menjaga komunikasi atau silaturahmi walaupun terpisahkan jarak

juga berkenalan dengan teman baru, kemudian lahirnya komunitas-komunitas dengan kesamaan hobi sehingga dapat saling berbagi dan bertukar pengalaman, menjadi sebuah media untuk melakukan *branding* dengan tujuan membangun citra baik sehingga dapat memperoleh kepercayaan dari publik, dapat dijadikan sebagai media promosi guna memperkenalkan produk atau jasa secara *online* tanpa harus turun langsung ke lapangan, selain itu juga untuk melangsungkan kegiatan sosial seperti donasi atau penggalangan dana dengan strategi yang dapat menarik banyak orang tetapi dalam waktu yang singkat.

Dari beberapa manfaat Instagram yang telah disebutkan sebelumnya, hal ini juga berlaku dalam menyebarkan dakwah Islam. Kemudahan dan kecepatan penyebaran informasi melalui Instagram dapat dimanfaatkan para pengguna Instagram untuk membagikan informasi atau konten bertemakan Islam kepada pengguna lainnya. Dalam membagikan informasi atau konten tersebut dapat dikemas semenarik mungkin sehingga dapat dilihat dan diminati oleh banyak orang.

Saat ini media dakwah tidak lagi hanya sebatas melalui ceramah atau kajian di masjid-masjid, pengajian, buku-buku tentang agama, akan tetapi telah dimudahkan dengan adanya berbagai macam media sosial dengan keunggulannya dalam berinteraksi dan komunikasi, khususnya seperti yang sedang tren yaitu Instagram. Menanggapi dampak dari perkembangan teknologi interaktif seperti ini maka dibutuhkan antisipasi dalam menyebarkan ajaran Islam sehingga pesan dan informasi dapat tersampaikan dan diterima dengan baik. Tujuan dari dilakukannya dakwah Islam tidak hanya sekedar untuk menyampaikan saja, akan tetapi juga sebagai bentuk upaya dalam mengubah kehidupan umat manusia ke arah yang lebih baik seperti melalui pemikirannya, perasaannya, dan prinsip hidupnya. Melalui media sosial Instagram ini, para juru dakwah tidak perlu

mengumpulkan Jemaah untuk memulai menyampaikan ajaran Islam, tetapi dapat dengan menuliskan pesan-pesan yang dikemas semenarik mungkin seperti melalui video atau foto dengan tambahan *caption* berisikan informasi keagamaan.

### **C. Profil Ustadz Hanan Attaki**

Ustadz Hanan Attaki yang bernama lengkap Tengku Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981, beliau merupakan anak ke 5 dari 7 bersaudara. Alumnus dari Universitas Al-Azhar Kairo ini sebelumnya telah menamatkan sekolahnya di Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh. Hanan Attaki tumbuh dan besar kerap dengan lingkungan agama Islam yang kuat. Beliau mendapat beasiswa bahkan sejak dari sekolah dasar. Beliau juga merupakan orang pertama dari keluarganya yang mewakilkan melanjutkan kuliah di luar negeri.

Tekad kuat dari Hanan Attaki kepada Allah SWT membuatnya yakin dalam menjalani dan mengejar pendidikan serta karirnya. Pada awal sejarah pendidikannya, beliau sempat khawatir akan kondisi keuangan yang terbatas hanya cukup untuk berangkat ke Kairo. Hanan Attaki juga sempat hendak membatalkan rencananya untuk berkuliah di Mesir. Kendala bertambah di saat beliau juga belum melakukan pendaftaran universitas. Akan tetapi, Hanan Attaki tetap melanjutkan perjalanannya ke Mesir hanya berbekal kepercayaan kepada Allah SWT. Walaupun beliau masih harus mengandalkan visa turis selama disana dan juga belum mendapatkan fasilitas gratis untuk tinggal di asrama mahasiswa.

Berkat keajaiban dari Allah, perjuangan Hanan Attaki tidak berhenti hanya sampai disitu. Ketika akan memasuki universitas, beliau tidak diberikan tes tertentu atau

ditanyakan tentang berapa nilai saat sekolah melainkan ditanya tentang kemampuannya mengaji. Beliau pun kemudian menjawab bahwa beliau bisa mengaji dan menunjukkan kemampuannya mengaji. Bermodalkan kemampuan mengajinya inilah dan keyakinan kuatnya kepada Allah, Hanan Attaki kemudian langsung diterima di Al-Azhar dan mendapatkan beasiswa prioritas. Untuk biaya hidupnya di Mesir, Hanan Attaki memulai bisnis awal dengan berjualan bakso, bisnis *catering*, hingga menjadi joki Hajar Aswad pada saat musim haji di Mesir.

Berawalkan dari kisah dan perjuangannya di Mesir inilah kemudian yang membawa beliau akhirnya meneruskan untuk berdakwah dengan konsep dakwah yang berbeda yaitu konsep dakwah asik, gaul, dan syari bagi kaum pemuda. Untuk membantu merealisasikan konsep dakwah tersebut, Hanan Attaki juga mendirikan sebuah gerakan yang diberi nama Pemuda Hijrah. Gerakan ini diresmikan sejak Maret 2015 dengan bantuan oleh kurang lebih 5 orang. Pemuda Hijrah sendiri memiliki logo yang terinspirasi dari logo tombol Shift yang ada di komputer yang difilosofikan dengan maksud pindah atau berubah 'hijrah'.

Sejak didirikannya Pemuda Hijrah ini, beliau memutuskan untuk berdakwah lewat Pemuda Hijrah dan menetap di Kota Bandung. Hanan Attaki memiliki tujuan untuk membuat perubahan pada masyarakat melalui dakwah. Beliau mengharapkan adanya perubahan yang lebih baik dibantu dengan gaya ceramah yang ringan dan lebih menasar kepada remaja. Bahkan tak jarang, di setiap ceramahnya Ustadz Hanan Attaki kerap memberi motivasi kepada para jomblo remaja agar tetap mengikuti perintah Allah dan menjaga diri dari zina serta menyempurnakan agamanya, yang kemudian diberi istilah

khusus dengan sebutan “jomblo fi sabilillah” (suaramuslim.com, diakses pada tanggal 18 Mei 2018).

Ustadz Hanan Attaki hingga saat ini melanjutkan dakwahnya tidak hanya melalui kajian di berbagai masjid atau tempat-tempat lainnya. Akan tetapi juga melalui media sosial yaitu akun Instagram-nya @Hanan\_Attaki. Kesuksesannya berdakwah melalui Instagram telah meraih hingga jutaan *followers*. Konten yang disediakan Ustadz Hanan Attaki melalui akun Instagram-nya ini yaitu dengan mengupload rutin video kajian *Shift* berdurasi 1 menit dengan tema-tema ceramah yang ringan dan sangat bermanfaat. Melalui akun Instagram-nya ini, beliau juga mendapat banyak respon positif dari para *followers* nya. Biodata yang menjadi andalan Ustadz Hanan Attaki di Profil Instagram-nya yaitu “Banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala...sedikit dosa...” (instagram.com/Hanan\_Attaki, diakses pada tanggal 18 Mei 2018).

## D. Profil Informan

### 1. Iduar Aziz Raf Sanjani

*Gambar 2.1 Iduar Aziz Raf Sanjani*



Informan pertama dengan nama lengkap Iduar Aziz Raf Sanjani biasa dipanggil Aziz. Seorang laki-laki kelahiran Ciamis, 22 Februari 1996 ini memiliki hobi terhadap sepak bola dan memiliki antusias yang tinggi untuk memperdalam ilmu agama. Aziz merupakan anak pertama dari 3 bersaudara.

Saat ini, Aziz sedang berusaha menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Negeri Yogyakarta, jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan. Dengan mengisi waktu luangnya, Aziz biasa mengakses informasi dakwah Islam melalui akun Instagramnya. Ia yang juga selalu *up-to-date* dengan berita seputar sepak bola ini mengaku mengidolakan seorang pesepak bola muslim bernama Muhammad Salah. Menurutnya, pemain sepak bola tersebut juga menginspirasi.

## 2. Reza Palupi

*Gambar 2.2 Reza Palupi*



Laki-laki kelahiran Pontianak, 29 Juni 1996 ini merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Tahun ini, Reza baru saja resmi menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Teknologi Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Pengetahuannya mengenai teknologi dan hobinya mengetik membuatnya tidak mau ketinggalan informasi tentang teknologi. Reza biasa menggunakan Instagram untuk mencari informasi-informasi yang ia butuhkan. Sama halnya ketika ia mencari informasi dakwah Islam.

### 3. Muhammad Fajri Saparianto

*Gambar 2.3 Muhammad Fajri Saparianto*



Pria dengan nama lengkap Muhammad Fajri Saparianto yang akrab disapa Fajri ini lahir di Pontianak, 19 Juni 1996. Fajri merupakan anak ke-empat dari lima bersaudara. Ia memiliki minat yang tinggi terhadap kopi. Selain itu, Fajri juga sering mengisi waktu luangnya untuk bermain *game*.

Saat ini, Fajri sedang berjuang menyelesaikan pendidikan S1 nya jurusan Teknologi Informasi di Universitas Negeri Tanjungpura Pontianak. Pria berusia 22 tahun ini mengaku sedang mendalami ilmu agama sebagai bekalnya melakukan hijrah menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Ia pun memanfaatkan Instagramnya untuk melakukan pencarian informasi tentang ilmu keagamaan di waktu-waktu luangnya.

#### 4. Ade Veronika Yolanda

*Gambar 2.4 Ade Veronika Yolanda*



Perempuan kelahiran Pontianak, 27 April 1996 ini biasa dipanggil Ade dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Ia mengaku memiliki hobi menonton film-film untuk mengisi waktu luangnya. Ade saat ini sudah memasuki semester akhir perkuliahan jurusan Teknik Sipil di Universitas Negeri Tanjungpura Pontianak. Memasuki umur 22 tahun ini, ia sadar bahwa ia perlu memperdalam ilmu keagamaannya, oleh karena itu Ade memanfaatkan Instagramnya untuk mengakses sekaligus membagikan informasi dakwah Islam kepada teman-temannya.

## 5. Annisa Chika Ayu Anggraeni

*Gambar 2.5 Annisa Chika Ayu Anggraeni*



Seorang perempuan kelahiran Pontianak, 10 Agustus 1996 ini biasa dipanggil Chika dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Chika memiliki hobi *travelling* ini sedang dalam kesibukan menyelesaikan tugas akhirnya untuk meraih gelar Sarjana Teknik, Jurusan Teknik Kehutanan di Universitas Negeri Tanjungpura Pontianak. Ia mengaku sering mengisi waktu luangnya untuk memperdalam ilmu agamanya dengan mengakses informasi-informasi dakwah Islam yang ada di Instagram.

## 6. Novita Rahmawati

*Gambar 2.6 Novita Rahmawati*



Novita Rahmawati yang akrab dipanggil Novita ini merupakan seorang perempuan kelahiran Pontianak, 27 November 1996. Ia merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Ia telah menyelesaikan pendidikan S1, jurusan Akutansi di Universitas Negri Tanjungpura Pontianak. Saat ini, perempuan berusia 21 tahun ini telah memiliki pekerjaan bidang akutansi di sebuah hotel di Pontianak. Ia mengaku memiliki hobi menonton ceramah di Youtube dan Instagram untuk mengisi waktu luangnya. Selain itu, Novita juga memiliki motivasi yang kuat untuk memperdalam ilmu agamanya.