

Strategi Dakwah Digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok: Analisis *Self-Presentation* dan Respons Generasi Milenial

Haya Anita Rana
Universitas Negeri Semarang
(E-mail: hayaanita@students.unnes.ac.id,)
Moh. Yasir Alimi
Universitas Negeri Semarang
(E-mail: yasir.alimi@mail.unnes.ac.id)

Abstract

This study analyzes Ustadz Hanan Attaki's self-presentation strategy in his preaching content on TikTok and the millennial generation's response to this style of delivery. Departing from the research gap that focuses more on the language style and popularity of digital preachers without examining the relationship between self-presentation and audience perception, this study uses Erving Goffman's theoretical framework and Heidi Campbell's concept of digital religion. The research method uses a qualitative approach through content analysis of 15 TikTok videos, observation of digital interactions, and interviews with three millennial informants. The results show that Hanan Attaki's self-presentation is built through visual simplicity, informal language style, and spiritual narratives that are relevant to the experiences of young people. This strategy generates positive responses, particularly in affective (emotional closeness), cognitive (understanding of Islamic values), and behavioral (motivation to worship) aspects. This study contributes to the study of digital religion by showing how self-presentation and religious authority are negotiated in digital spaces through impression management mechanisms and algorithmic interactions.

Keywords: *Digital Da'wah, Millennial Generation, Self-presentation, Digitalization, Digital religion*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi *self-presentation* Ustadz Hanan Attaki dalam konten dakwahnya di TikTok serta respons generasi milenial terhadap gaya penyampaian tersebut. Berangkat dari kesenjangan penelitian yang lebih banyak membahas gaya bahasa dan popularitas dai digital tanpa menelaah hubungan antara presentasi diri dan persepsi audiens, studi ini menggunakan kerangka teori Erving Goffman dan konsep digital religion Heidi Campbell. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis konten 15 video TikTok, observasi interaksi digital, serta wawancara dengan tiga informan milenial. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa *self-presentation* Hanan Attaki dibangun melalui kesederhanaan visual, gaya bahasa informal, dan narasi spiritual yang relevan dengan pengalaman anak muda. Strategi tersebut menghasilkan respons positif, terutama dalam aspek afektif (kedekatan emosional), kognitif (pemahaman nilai Islam), dan perilaku (motivasi ibadah). Penelitian ini berkontribusi pada kajian digital religion dengan menunjukkan bagaimana presentasi diri dan otoritas religius dinegosiasikan di ruang digital melalui mekanisme impression management dan interaksi algoritmik.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Generasi Milenial, *Self-presentation*, Digitalisasi, Digital religion

A. PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung tetapi juga mengalami transformasi yang besar, teknologi komunikasi telah menjadi saluran utama untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, terutama di platform digital seperti tiktok yang sangat relevan dengan kehidupan generasi milenial sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan secara sinergis. Penggunaan media terbukti sangat penting dalam unsur dakwah itu sendiri, karena media mudah diakses untuk mencari informasi. Fenomena ini menjadi peluang baru dalam dakwah yang kini harus beradaptasi dengan tren-tren dan kebiasaan baru masyarakat. Dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi, dai harus dapat beradaptasi dengan situasi yang lebih menarik untuk dilihat.¹ Media sosial membuat para pendakwah perlu menyesuaikan diri dengan cara orang mengonsumsi konten yang cepat, visual, dan singkat.

Generasi milenial dianggap sebagai audiens yang penting karena mereka sangat dekat dengan teknologi digital, memiliki akses yang cepat ke informasi, dan lebih suka konten yang singkat dan emosional. Namun, mereka juga mengalami kesulitan dalam menemukan identitas, menghadapi kecemasan sosial, serta mencari panduan spiritual yang sesuai dengan kehidupan mereka. Dengan fitur video singkat yang dikemas secara kreatif, TikTok memungkinkan pendakwah untuk menyampaikan pesan keagamaan secara padat, menarik, dan mudah dibagikan. Hal

¹ A. Husain, "Dakwah Islamiyah dan Tantangannya di Era Digital," *Jurnal Kajian Keislaman* 8, no. 1 (2020), <https://ejournal.iaiiig.ac.id/index.php/amk>

ini menjadi strategi yang potensial untuk memperluas cakupan dakwah Islam. TikTok telah menjadi medium dakwah yang cukup efektif dalam menjangkau generasi muda karena sifatnya yang cepat, ringan, dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja.² Selain itu, TikTok memungkinkan interaksi dua arah antara pendakwah dan audiens melalui kolom komentar dan fitur live, yang memperkuat kedekatan emosional dan memperluas pengaruh pesan dakwah.³

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang menyesuaikan dengan cara bicara dan karakteristik generasi milenial. Dalam konteks dakwah, generasi milenial mempunyai peranan yang sangat penting sebagai audiens potensial. Mereka cenderung memiliki fokus yang singkat, bersikap kritis, dan memerlukan pendekatan yang lebih emosional serta pribadi. Hal ini memerlukan strategi dakwah yang efektif di era digital untuk membangun koneksi yang kuat dengan generasi milenial.⁴ Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah untuk merencanakan cara berkomunikasi yang dapat memenuhi kebutuhan emosional, spiritual, dan psikologis dari generasi saat ini.

Salah satu tokoh dalam hal ini adalah Ustadz Hanan Attaki, seorang pendakwah yang berhasil memasukkan pendekatan modern dalam pengajaran nilai-nilai agama. Hanan Attaki tidak hanya menyampaikan risalah Islam dengan cara yang mudah dipahami melalui inovasi dakwahnya, tetapi juga melalui cara berpakaian yang kekinian. Konten dakwah dengan elemen-elemen yang dekat dengan kehidupan sehari-hari milenial, seperti humor, cerita inspiratif, dan penggunaan bahasa yang sederhana menjadi trik untuk menarik hati para milenial.⁵

² R. Pratiwi, "TikTok sebagai Media Dakwah di Era Digital: Analisis Strategi Komunikasi Dai Milenial," *Jurnal Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2023): 45–60.

³ L. Rachmawati, "Interaksi Audiens dan Dai di TikTok: Analisis Keterlibatan dalam Konten Dakwah," *Jurnal Media dan Dakwah* 11, no. 2 (2023): 55–70.

⁴ E. Wibowo dan M. Rahardjo, "Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial Melalui Media Sosial: Perspektif Dakwah Kontekstual," *Jurnal Penelitian Dakwah* 22, no. 1 (2021): 39–54.

⁵ M. Parhan, P. Riezky, dan S. Alifa, "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @hanan_attaki)," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10 (2020): 175–196, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>

⁶ R. D. Sari, A. Yumarni, W. A. Sari, dan N. Fatmawati, "Kajian Semiotika dalam Konten Inspirasi Ustadz Hanan Attaki," 5, no. 3 (2025): 2464–2470; N. U. Rahmi, C. S. Nasution, W. Kustiwan, dan lainnya, "Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Mempengaruhi Generasi

Melalui pendekatan yang fresh dan relatable, Hanan Attaki menunjukkan bahwa berdakwah tidak harus kaku. Sebaliknya, ia bisa menjadi hidup, menarik, dan inspiratif.

Berbagai penelitian tentang dakwah Ustadz Hanan Attaki telah meneliti cara komunikasinya yang informal, penggunaan bahasa gaul, dan seberapa efektif penyampaian pesan agama di platform media sosial.⁶ Namun, penelitian tersebut masih terfokus pada aspek-aspek tertentu secara terpisah dan belum menganalisis bagaimana strategi dakwahnya berfungsi secara keseluruhan dalam ekosistem digital. Ada kekurangan dalam penelitian karena belum ada yang secara mendalam mengkaji bagaimana Ustadz Hanan Attaki membangun presentasi diri dalam setiap penampilannya di TikTok, bagaimana ia merancang dan mengatur strategi digital untuk menyusun konten dakwahnya, serta bagaimana reaksi para *followers*, terutama generasi milenial, dalam menerima, menilai, dan berinteraksi dengan konten tersebut. Ketiga elemen ini masih terpisah dalam penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan kajian yang menggabungkan semuanya dalam satu kerangka analisis.

Berdasarkan kekurangan ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana presentasi diri Ustadz Hanan Attaki terbentuk dalam dakwah digitalnya, bagaimana strategi digital yang ia gunakan untuk menyusun konten dakwah di media sosial, serta bagaimana reaksi dan keterlibatan *followers* dapat mempengaruhi ketertarikan agama generasi milenial. Hanan Attaki lebih memilih generasi muda sebagai sasaran dakwahnya, dengan menggunakan bahasa gaul dan dakwah Syariah yang menarik. Penggunaan media sosial seperti TikTok oleh dai seperti Ustadz Hanan Attaki bukan hanya sekadar tren, tetapi sudah menjadi bagian dari strategi komunikasi keagamaan yang menjangkau masyarakat secara luas dan interaktif.⁷ Sejalan dengan itu, penggunaan TikTok sebagai media dakwah dapat

Muda melalui Media Sosial,” 9, no. 6 (2025): 213–219; E. Inderasari, B. Lestari, dan F. Achسانی, “Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram,” (2019).

⁷ A. Putri, “TikTok dan Strategi Komunikasi Keagamaan di Era Digital,” *Jurnal Dakwah* 15, no. 1 (2024): 120–135.

meningkatkan literasi keagamaan digital di kalangan remaja dan dewasa muda, terutama bila konten disampaikan dengan bahasa yang mudah dicerna dan relevan dengan kondisi kekinian.⁸

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Ustadz Hanan Attaki menerapkan strategi dakwah digital dengan menggunakan teori Goffman tentang Penyajian Diri dan teori Agama Digital dari Campbell. Heidi A. Campbell adalah profesor komunikasi yang dikenal karena karyanya tentang agama digital dan penelitian tentang agama dan media baru. Menurut Campbell (2021) Agama digital sebagai ruang teknologi dan budaya yang terjadi dalam bidang organisasi keagamaan secara daring (online) dan luring (offline).⁹ Dalam teori Digital Religion, banyak komunitas keagamaan kini menggunakan platform digital untuk menyebarkan ajaran, menyelenggarakan ibadah, dan membangun komunitas melalui media sosial, situs web, dan aplikasi seluler. Teori Digital Religion ini relevan dengan dakwah digital Ustadz Hanan Attaki dalam penggunaan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan pesan – pesan keagamaan kepada generasi milenial. Teori ini membantu memahami bagaimana Ustadz Hanan Attaki mengadaptasi dakwahnya dalam konteks media sosial, serta bagaimana media digital dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Teori Digital Religion memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana dakwah dapat dilakukan secara efektif di era digital.

Penggunaan pendekatan ini sangat penting karena dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan pesan agama, tetapi juga sebagai tempat untuk interaksi emosional dan pembentukan identitas religius di kalangan generasi muda. Dengan melakukan analisis terintegrasi terkait dengan cara pendakwah menciptakan citra diri, merencanakan strategi konten, dan menjalin hubungan dengan audiens milenial, penelitian ini memberikan pandangan baru mengenai dinamika dakwah digital yang responsif, inovatif, dan sesuai dengan

⁸ N. Amalia, “Dakwah Digital di Platform TikTok: Peluang dan Tantangan,” *Jurnal Dakwah Digital* 2, no. 1 (2023): 14–27.

⁹ Heidi A. Campbell dan Zachary Sheldon, “Community,” dalam *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, ed. Heidi A. Campbell dan Ruth Tsuria, edisi ke-2 (Lanham: Lexington Books/Fortress Academic, 2021), 294.

kemajuan teknologi. Alasan Hanan Attaki menggunakan metode ini untuk mengajak generasi milenial karena menurutnya generasi tersebut adalah pilar kehidupan.

Generasi milenial yang dikenal dengan kepribadiannya yang kritis, lincah, dan penuh rasa ingin tahu memerlukan pendekatan yang lebih inovatif dan menarik agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Melalui pembentukan karakter Islami dalam keseharian generasi muda, akan membantu mereka dalam menegakkan agama Islam dalam hal berbangsa dan bernegara. Peran Ustadz Hanan Attaki kepada generasi muda di media sosial memberikan pengaruh besar dalam kehidupan mereka. Banyak di antara mereka yang ingin belajar agama darinya, sehingga Ustadz Hanan Attaki mampu menciptakan komunitas generasi muda yang ingin belajar agama yang disebut Pemuda Hijrah (Shift Media) dan mendirikan tempat belajar atau pesantren yang sesuai dengan gaya pendekatan yang dia bangun.

Alasan peneliti memilih Ustadz Hanan Attaki sebagai objek penelitian adalah karena fenomena tren dakwah digital yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki sedang ramai diperbincangkan saat ini. Dan juga penggunaan media sosial merupakan hal yang dekat dengan kehidupan peneliti, banyak konten yang diunggah di berbagai platform media sosial yang berkaitan dengan dakwah digital yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki, sehingga membuat peneliti lebih yakin untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait topik tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, inovasi yang dibuat oleh Hanan Attaki dalam dakwah menunjukkan bahwa dakwah dapat diakses dan dipahami oleh generasi milenial dengan memanfaatkan kreativitas dan teknologi. Ini adalah langkah penting menuju perubahan perspektif agama dan spiritualitas di tengah arus modernisasi. Ini akan memungkinkan generasi muda untuk menemukan identitas mereka tanpa kehilangan nilai-nilai yang mereka pegang teguh.

B. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis konten untuk menelaah strategi dakwah digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok. Hal ini berarti data yang dikumpulkan bukanlah data numerik, melainkan

data deskriptif yang didapat dari berbagai sumber, seperti video, artikel, dan dokumen resmi lainnya di mana proses penelitian dianggap lebih penting daripada hasil analisis. Objek yang menjadi fokus utama pada penelitian ini adalah akun TikTok @ayah_amanah, yaitu akun resmi yang digunakan sebagai salah satu media penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki. Akun tersebut memiliki lebih dari 6,2 juta *followers* per November 2025. Akun tersebut aktif mengunggah berbagai konten dakwah terutama video-video pendek dan juga poster yang berisikan kutipan-kutipan yang relevan dengan kehidupan generasi milenial. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis pesan dakwah, cara penyampaian, dan bentuk presentasi diri yang diperlihatkan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam video TikTok. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis berbagai unggahan dan video yang dipublikasikan sepanjang tahun 2024-2025 dan juga interaksi audiens seperti komentar dari para *followers* dari Ustadz Hanan Attaki. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi tema-tema utama yang diangkat dalam setiap konten, seperti nilai-nilai keagamaan, motivasi, dan cara hidup Islami yang relevan dengan tantangan modern. Subjek dari penelitian ini adalah Ustadz Hanan Attaki dan generasi milenial.

Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi terhadap video TikTok Ustadz Hanan Attaki serta jejak interaksi audiens. Data primer dikumpulkan melalui video TikTok, komentar, dan jumlah like. Data sekunder diperoleh melalui penelitian terdahulu dan dokumen resmi tentang dakwah digital Ustadz Hanan Attaki. Observasi dilakukan dengan cara mengamati video dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok secara langsung. Validitas data, diperkuat melalui teknik triangulasi sumber (video, komentar, dan wawancara informan). Selain itu, diterapkan teknik Member Checking, untuk memastikan interpretasi sesuai pengalaman informan. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah semua data dianalisis. Kesimpulan awal diuji kembali dengan mencocokkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan kebenarannya.

C. PEMBAHASAN

***Self-Presentation* Ustadz Hanan Attaki pada Platform TikTok**

Situasi yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah fenomena dakwah digital yang terjadi di TikTok, yang kini merupakan salah satu media sosial paling berpengaruh di kalangan generasi muda, terutama Gen Z. Platform ini memberikan pengalaman yang menarik, interaktif, dan penuh kreativitas bagi para penggunanya.¹⁰ Hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi menunjukkan bahwa *Self-presentation* Ustadz Hanan Attaki di media sosial terutama TikTok, dapat dilihat dari tema konten yang ia tampilkan. Misalnya, dalam salah satu penelitian tentang pengaruh dakwahnya terhadap generasi milenial, ditemukan bahwa topik-topik seperti cinta, kesehatan mental dan isu-isu kehidupan modern, seperti stres, kecemasan, rasa syukur, dan cara “*move on*” dari kegagalan, sering diangkat, membuat audiens merasa “terhubung secara emosional” dan “didengar” oleh Ustadz yang memiliki penampilan dan bahasa yang terasa “*relatable*”.¹¹ Pendekatan ini membangun citra tentang pendakwah yang dapat dijangkau dan emosional, yang merupakan bagian dari strategi *front stage* dalam teori *Self-Presentation* Goffman.

Gaya berbicara yang digunakan sangat santai, mempergunakan perumpamaan dan cerita yang mudah dimengerti. Ucapannya yang lembut dan tidak menggurui membentuk kedekatan psikologis antara pendakwah dan audiens. Sebagai contoh, ia memulai pesan dengan pertanyaan retorik seperti “Apakah kamu pernah merasa hidupmu gagal?” atau “Kita sering merasa takut untuk melangkah, bukan?”. Cara berkomunikasi seperti ini secara tidak langsung menciptakan hubungan emosional karena pendengar merasa pengalaman pribadinya diakui.

¹⁰ N. Fadhila dan M. F. Abdilah, “Retorika Dakwah TikTok dalam Meningkatkan Efektivitas Public Speaking: Pendekatan, Teknik dan Tantangan,” *Mauriduna: Journal of Islamic Studies* 6, no. 1 (2025): 476–484, <https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i1.1385>.

¹¹ Sri Diana Putri, Firda Aulianti, Alvida Dzattadini, Elva Hanov Rais Satianingsih, Vyanara Aulyadisha, dan Edi Suresman, “Dampak Relatable Ustadz Hanan Attaki yang Menginspirasi Gen Z untuk Mendekatkan Diri dengan Islam,” *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 6, no. 2 (2025): 205–226, <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v6i2.2210>.

Tampilan yang sederhana, pakaian kasual, dan setting non-formal mendukung citra pribadi sebagai “Ustadz teman curhat”.

Observasi yang dilakukan terhadap video di TikTok Ustadz Hanan Attaki, gaya komunikasi yang digunakan dapat dikategorikan sebagai komunikasi dakwah yang menekankan pendekatan yang bersifat persuasif dan humanis. Ustadz Hanan Attaki sering menggunakan bahasa yang sederhana, dicampur dengan kata-kata populer yang biasa dipakai oleh generasi milenial, sehingga pesan agama dapat dirasakan dekat dan mudah diterima.¹² Fenomena ini sejalan dengan teori *self-presentation* yang dikemukakan oleh Erving Goffman (1956), di mana seseorang mengatur penampilannya agar sesuai dengan audiens yang dibidik.¹³ Hanan Attaki mengatur cara berpakaian, gerakan tubuh, dan ekspresi agar sesuai dengan harapan audiens digital, yang membuat pesan lebih mudah diterima. Selain penggunaan bahasa sederhana yang akrab dengan kehidupan generasi milenial, Ustadz Hanan Attaki juga terkenal dengan gaya berpakaian yang sederhana atau cenderung kekinian. Ketika berdakwah, Ustadz Hanan Attaki kerap menggunakan pakaian kasual seperti kemeja berlengan pendek, hoodie, kemeja flannel, celana panjang santai semi formal, dan alas kaki seperti sandal atau bahkan tidak mengenakan alas kaki sama sekali ketika berdakwah.¹⁴

Ustadz Hanan Attaki juga identik selalu mengenakan penutup kepala yaitu kupluk atau topi. Caraberpakaian yang sederhana menjadi daya tarik tersendiri bagi para audiens khususnya generasi milenial karena *self-presentation* yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki adalah mendekatkan diri kepada para audiens. Pendekatan ini berbeda dari model dakwah tradisional yang umumnya kaku dan formal, sehingga tidak menarik minat generasi digital. Penyajian dengan gaya narasi penuh metafora dan cerita pendek menjadikan dakwahnya semakin menarik.

¹² W. A. Saputri, A. Salsabila, A. Razzaq, dan M. Y. Nugraha, “Pengaruh Gaya Penyampaian Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok terhadap Motivasi Diri Remaja,” Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa 2, no. 3 (2025): 460–469, <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.179>.

¹³ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, 1959).

¹⁴ A. D. Fauziah dan S. Noorhidayati, “Gaya Penampilan Dakwah Hanan Attaki, Ali Jaber, dan Miftah,” *Tasamuh* 19, no. 1 (2021): 21–40.

Sebagai contoh, ketika ia membahas keikhlasan, ia seringkali mengaitkannya dengan pengalaman sehari-hari seperti rasa ditinggalkan, kegagalan, atau kehilangan sesuatu yang dicintai. Pendekatan ini menciptakan efek yang sangat “relatable” di kalangan *followers* nya, karena mereka merasa seperti pengalaman individu mereka tengah dibahas.

Selain teori *Self-Presentation*, teori lain yang digunakan peneliti sebagai landasan adalah teori Digital Religion (Agama Digital) penerapan yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki terlihat melalui cara ia memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menjalin hubungan keagamaan dengan pengikutnya. Kegiatan dakwahnya sekarang tidak lagi tergantung pada pertemuan langsung, tetapi disajikan dalam bentuk konten yang sesuai dengan cara pengikutnya mengonsumsi informasi secara digital. Melalui video pendek di TikTok, ia menciptakan ruang untuk kegiatan keagamaan yang bersifat luwes, personal, dan mudah diakses, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi religius yang lebih fleksibel. Pemilihan topik yang berhubungan dengan masalah emosional dan spiritual remaja menunjukkan bahwa dakwahnya disesuaikan dengan perkembangan budaya digital, di mana pesan yang dikirim perlu relevan, singkat, dan mudah diakses. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kehadiran religiusnya dibentuk bukan hanya dari tampilan atau visual, tetapi juga dari bagaimana ia menggunakan ritme platform digital untuk menjaga keselarasan pesan dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiensnya.

Selain itu, personal branding Ustadz Hanan Attaki juga dibentuk melalui konsistensi tema dakwah yang diangkat. Secara singkat, personal branding adalah rencana yang dibuat untuk menunjukkan keunikan seseorang atau suatu perusahaan kepada orang banyak.¹⁵ Hampir setiap unggahan TikTok-nya menyajikan pesan moral yang singkat dan praktis, seperti dorongan untuk terus beribadah, cara mengatasi kegelisahan hidup, hingga nasihat ringan mengenai keikhlasan. Melalui

¹⁵ R. H. Nurjaman, “Personal Branding Ustad Hanan Attaki di Media Sosial,” *Angewandte Chemie International Edition* 6(11), 951–952., 8(1), 22–31.

¹⁶ K. Hermaya Putri Azzahra, “Efektivitas Keberhasilan Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Sosial Media TikTok,” *Jurnal Cendekia* 15, no. 01 (2023): 1–13.

konsistensi ini, beliau memperkuat gambaran dirinya sebagai ustadz yang memahami masalah sehari-hari remaja, bukan sekadar menyampaikan materi keagamaan yang berat. Beberapa pihak mungkin menganggap bahwa gaya santai dan penggunaan platform seperti TikTok bisa mereduksi kesakralan dakwah karena terlihat terlalu "membumi" atau kurang formal. Kritik semacam ini menunjukkan adanya perbedaan pandangan mengenai batasan antara dakwah tradisional dan dakwah digital yang modern.

Pendakwah digital sering kali berhadapan dengan dilema di satu sisi mereka harus beradaptasi dengan karakter media sosial yang cepat dan ringkas, namun di sisi lain mereka dituntut untuk menjaga kedalaman isi agar tidak dianggap dangkal. Ustadz Hanan tampaknya menyadari hal ini, sehingga ia terus menyeimbangkan konten ringan di TikTok dengan kajian mendalam di platform lain seperti YouTube atau ceramah secara langsung. Interpretasi audiens terhadap materi dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok tidak dapat dipisahkan dari konteks generasi milenial yang menjadi fokus utama dalam upaya dakwah digital ini. Generasi ini dikenal memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi dan akrab dengan bentuk konten yang singkat. Pemahaman audiens ini tidak hanya terbatas pada aspek pribadi, tetapi juga meluas ke dimensi sosial yang lebih besar. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana pengaruh dakwah digital Ustadz Hanan memengaruhi perilaku kolektif serta pola interaksi generasi milenial di platform media sosial.

Pengaruh dakwah digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok dapat dianalisis dari dua perspektif, yaitu efek individu dan efek sosial. Dalam aspek individu, banyak penonton yang mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih termotivasi untuk meningkatkan kualitas ibadah setelah menyaksikan video dakwah yang disampaikan. Pengaruh semacam ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar dalam mendorong perubahan perilaku, meskipun pesan yang disampaikan relatif singkat. Dari perspektif sosial, dampak dakwah Ustadz Hanan juga dapat dilihat melalui praktik berbagi informasi (*sharing*) yang dilakukan oleh para *followers* nya. Banyak *followers* yang menandai teman-teman mereka di kolom komentar atau membagikan video ke platform media sosial lainnya. Tindakan ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya dikonsumsi secara

pribadi, tetapi juga dijadikan bahan diskusi dan refleksi bersama dalam komunitas sosial penonton. Keterbatasan serta tantangan dakwah digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok terletak pada format platform itu sendiri.

TikTok yang memiliki batasan waktu membuat konten dakwah cenderung singkat, sehingga sulit untuk memberikan penjelasan mendalam mengenai suatu tema. Beberapa tanggapan audiens juga mengkritik hal ini dengan merekomendasikan agar materi dilengkapi dengan dalil atau penjelasan lebih lanjut. Kritik semacam ini menunjukkan bahwa meskipun strategi presentasi diri Ustadz Hanan berhasil menarik perhatian dan membangun hubungan emosional, namun ada segmen audiens yang tetap menginginkan kedalaman intelektual dalam konten dakwah tersebut. Penggunaan platform digital juga menciptakan kemungkinan terjadinya gangguan komunikasi, seperti komentar yang tidak relevan, ujaran kebencian, atau diskusi yang menyimpang dari substansi dakwah. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi pendakwah digital, termasuk Ustadz Hanan Attaki, dalam menjaga mutu ruang interaksi yang sehat.

Strategi Komunikasi Digital dan Kolaborasi *Influencer*

Ustadz Hanan Attaki menerapkan berbagai pendekatan digital untuk mengelola konten dakwahnya di TikTok, memanfaatkan ciri-ciri unggulan dari platform yang berfokus pada video pendek dan cepat. Berdasarkan hasil pengamatan selama penelitian, akun @ayahAmanah menunjukkan aktivitas yang cukup tinggi dengan mengupload konten setidaknya 10 hingga 15 kali setiap minggu. Tingkat konsistensi ini berperan besar dalam menciptakan kehadiran yang krusial untuk mempertahankan keterlibatan dari para audiens. Sebagian besar konten yang dia unggah berupa video dakwah 30-60 detik yang disesuaikan dengan ritme konsumsi cepat khas pengguna TikTok, yang berisi segmen ceramah atau motivasi singkat yang langsung menyentuh inti pesan. Konten disampaikan dengan gaya storytelling ringan, menggunakan teks overlay, musik emosional, dan visual sederhana sebagai strategi untuk memperkuat fokus pesan meskipun durasi pendek. Pendekatan ini sesuai dengan teori Digital Religion Campbell, karena konten yang dibuat mengikuti prinsip media digital cepat, visual, dan berulang yang

memungkinkan audiens merasakan pesan keagamaan melalui keindahan platform, bukan hanya melalui kata-katanya.

Konten dalam format ini juga sering kali berfungsi sebagai teaser yang mengarahkan penonton untuk menjelajahi kajian yang lebih panjang di platform lain seperti YouTube. Selain penggunaan konten berupa video pendek, Ustadz Hanan Attaki juga sering kali menggunakan poster-poster yang berisi kutipan singkat seperti pesan-pesan atau storytelling yang relevan dengan para audiens nya. Desain yang digunakan pun sederhana agar makna yang berusaha disampaikan dalam poster tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Ustadz Hanan Attaki juga juga membuka sesi live streaming untuk memberikan ruang diskusi bukan hanya kepada audiens yang hadir secara langsung namun juga kepada audiens yang berada dirumah. Sehingga para pengikutnya baik yang hadir maupun tidak tetap bisa merasakan bahwa mereka dekat dengannya. Seluruh format ini dibuat untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat diakses melalui berbagai cara yang disukai pengguna media sosial.

Berkolaborasi dengan influencer lain juga merupakan salah satu strategi penting dalam dakwah digital Ustad Hanan Attaki. Ia tidak hanya bekerja sama dengan tokoh-tokoh yang terkenal secara religius, tetapi juga melibatkan influencer dari berbagai latar belakang, termasuk mereka yang sedang viral atau memiliki banyak *followers*.¹⁶ Dengan cara ini, TikTok berfungsi sebagai pintu gerbang awal bagi penonton untuk mengenali dakwah Ustadz Hanan sebelum mereka diarahkan ke materi yang lebih mendalam. Selain menggunakan video singkat, metode lain

¹⁶ I. D. Astutik dan H. Yaqin, "Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer dalam Dakwah Digital: Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan," *Jurnal Religi: Jurnal Studi Agama-Agama* 20, no. 02 (2024), <https://doi.org/10.14421/rejusta.v20i2.5734>.

yang diterapkan adalah siaran langsung atau live streaming saat menyampaikan ceramah secara langsung.

Tujuan dari live streaming ini adalah agar penonton yang tidak dapat hadir di acara dakwah tetap dapat melihat dan mendengar ceramah dari kenyamanan rumah mereka. Jenis interaksi ini menciptakan kesan seolah-olah penonton turut serta dalam dialog langsung, bukan sekadar berada di posisi penerima pesan yang pasif. Dengan demikian, audiens tidak hanya merasa seperti mendengarkan ceramah formal, tetapi menjadi bagian dari diskusi yang lebih dekat. Penggunaan pertanyaan retorik di awal video, caption yang mengajak untuk merenung, serta pemilihan bahasa yang sederhana dan dekat dengan gaya komunikasi generasi muda, semua ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi.

Hal ini tercermin dari komentar audiens yang tidak hanya memberikan tanggapan positif, tetapi juga mengajukan pertanyaan pribadi yang cukup mendalam, seperti: "Assalamualaikum Ustad. Bagaimana cara memaafkan dan menghilangkan rasa dendam pada orang yang sdh zolim kepada yang bahkan tidak sepatah katapun meminta maaf?" Pertanyaan semacam ini menunjukkan bahwa konten dakwah Ustadz Hanan tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga menciptakan ruang diskusi serta kebutuhan akan bimbingan spiritual yang lebih personal. Strategi ini dipadukan dengan visual yang sederhana dan musik latar yang mengena emosi, sehingga memancing penonton untuk memberikan komentar, menyukai, serta membagikan konten.

Keberhasilan Ustadz Hanan Attaki dalam menjangkau audiens, khususnya di antara generasi milenial, bisa dijadikan contoh oleh ustadz lainnya untuk menciptakan cara-cara baru dalam menyampaikan dakwah. Analisis akun TikTok Ustadz Hanan melalui sumber data publik seperti HypeAuditor juga memperlihatkan bahwa rasio komentar dan pembagian konten terhadap total penonton cukup tinggi, mengindikasikan bahwa metode keterlibatan yang diterapkan sangat efektif. Implikasi dari pendekatan digital Ustadz Hanan Attaki di TikTok menunjukkan bahwa beliau telah sukses menciptakan citra sebagai ustadz muda yang dekat dengan para *followers* nya, relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka, dan juga mampu memanfaatkan teknologi untuk memperluas dampak

dakwahnya. Di samping itu, pemanfaatan meme atau konten visual sederhana yang menarik bagi generasi muda juga dapat ditingkatkan, tanpa mengorbankan substansi dari pesan dakwah itu sendiri. Dengan tindakan-tindakan tersebut, strategi digital yang telah berjalan dengan baik dapat semakin memperkuat citra diri beliau dan tetap menjaga kualitas dakwah di tengah perubahan cepat dalam dunia media sosial.

Respons *Followers*

Dampak dakwah Ustadz Hanan Attaki terlihat jelas melalui tingkat partisipasi audiens yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari komentar, like, dan share konten. Temuan ini mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima yang pasif, melainkan juga mengembangkan hubungan emosional dan spiritual dengan sang pendakwah. Ini sejalan dengan konsep Digital Religion yang dijelaskan oleh Campbell, di mana banyak komentar menggambarkan rasa keterhubungan. Ada ungkapan terima kasih serta cerita tentang perubahan perilaku, yang menunjukkan bahwa pesan dakwah tidak hanya diterima tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Respons para *followers* terhadap dakwah digital Ustadz Hanan Attaki memperlihatkan adanya hubungan emosional dan spiritual yang mendalam antara pendakwah dan generasi milenial di platform media sosial.¹⁷ Gaya berbicara Ustadz Hanan yang ramah dan akrab menciptakan *Self-Presentation* yang dekat dengan pendengar, sesuai dengan teori Goffman. Cara komunikasinya yang sesuai dengan harapan generasi milenial memungkinkan dakwahnya diterima dengan baik, yang terlihat dari tingkat interaksi yang tinggi pada setiap postingannya. Dengan bahasa yang simpel, penuh lelucon, tetapi tetap memiliki maksud yang dalam. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya interaksi seperti suka, komentar, dan berbagi yang diberikan oleh *followers* terhadap postingan

¹⁷ M. Zahid dan M. Al-Yasmin, "Ustadz Hanan Attaki's Digital Dakwah Model Towards the Development of the Akhlaq of the Millennial Generation," 1, no. 2 (2024): 75–84, <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

¹⁹ M. N. Althov dan F. A. Nur, "The Followers' Perception of Ustadz Hanan Attaki's Use of TikTok for Da'wah Communication," 2, no. 1 (2024): 211–216, <https://doi.org/10.26555/adicom.v2i1.15504>.

beliau. Hasil penelitian yang di diperoleh berdasarkan wawancara dan observasi menunjukkan bahwa tiga informan yang merupakan generasi milenial yang memiliki antusiasme tinggi terhadap dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok.

Dari hasil penelitian, para informan memperlihatkan bentuk antusiasnya terhadap konten dakwah Ustadz Hanan Attaki. Terdapat beberapa kategori respons yang disampaikan para *followers*-nya, seperti respons afektif yang disampaikan *followers* yang berinisial AR, ia menyatakan bahwa "konten – konten tersebut cukup berpengaruh baginya, karena membuat jadi lebih semangat untuk memperbaiki diri, lebih peduli, dan konsisten dengan ibadah". Ustadz Hanan Attaki juga memberikan motivasi untuk lebih sayang pada diri sendiri, memperbaiki akhlak, dan berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Dan juga terdapat kategori respons kognitif seperti yang disampaikan *followers* yang berinisial SSP, ia mengaku bahwa konten – konten tersebut hanya memberikan sudut pandang saja, ia juga menilai bahwa meskipun topik awal sering kali disajikan dengan isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, pada akhirnya, kegiatan dakwah tersebut selalu ditujukan untuk memahami inti ajaran, yaitu kembali kepada tauhid dan meyakini bahwa Allah adalah sumber utama kekuatan hati.

Selanjutnya juga terdapat respons yang dapat dikategorikan sebagai respons perilaku yang disampaikan *followers* berinisial KH, ia merasa konten tersebut sangat mempengaruhi pola pikirnya dalam beragama. Ustadz Hanan Attaki sering menekankan pentingnya kedekatan dengan Allah SWT tanpa harus merasa tertekan atau terbebani dengan agama. Tidak hanya soal agama bahkan soal cinta pun KH belajar untuk lebih bijaksana dalam memilih pasangan hidup dan menjaga hubungan yang sehat sesuai ajaran islam, dalam hal karir juga.

Respons penonton terhadap konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok menunjukkan pola interaksi yang menarik. Setiap kali ia mengunggah video, biasanya mendapatkan ribuan sampai ratusan ribu tampilan, disertai dengan banyaknya like, share, dan komentar. Pola ini menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang dalam antara pendakwah dan penontonnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self-presentation* yang dibangun Ustadz Hanan Attaki tidak hanya efektif dalam menarik perhatian secara visual, tetapi juga mampu menjalin

hubungan emosional yang kuat. Banyak *followers* yang menulis komentar berupa dukungan dan motivasi, menunjukkan rasa solidaritas, seperti ungkapan “ayo kita perbaiki diri bersama teman-teman” (Follower, TikTok, 2025).

Komentar tersebut menunjukkan bahwa dakwah Ustadz Hanan diterima tidak hanya secara pribadi, tetapi juga mendorong tindakan bersama di kalangan para *followers*. Ungkapan lain yang kerap muncul adalah doa dan rasa syukur, contohnya komentar “terima kasih ustadz, semoga Allah mempermudah segalanya” (Follower, TikTok, 2025). Komentar semacam ini menunjukkan bahwa audiens merasakan dampak nyata dari dakwah digital dan menyampaikan rasa terima kasih mereka melalui doa. Fenomena ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya mendengarkan secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi dakwah. Dengan demikian, akun TikTok Ustadz Hanan berfungsi lebih dari sekadar media penyampaian pesan satu arah, melainkan juga berkembang menjadi platform dialog yang memungkinkan komunikasi dua arah. Tidak semua komentar memiliki respons yang positif.

Sebagian kecil dari komentar justru bersifat kritis, seperti mempertanyakan minimnya argumen dalam penjelasan atau merasa bahwa konten yang disajikan terlalu singkat untuk topik yang rumit. Didalam salah satu video TikTok Ustadz Hanan Attaki ada yang berkomentar memberikan saran seperti, “video ini menarik, namun sebaiknya dibuat lebih lama agar jelas dalilnya, ustadz” (Follower, TikTok, 2025). Kritikan ini sebenarnya bersifat membangun, karena menunjukkan bahwa beberapa penonton menginginkan isi dakwah yang lebih mendalam. Bahkan, ada saran agar Ustadz Hanan Attaki menambahkan tautan ke kajian yang lebih panjang di YouTube atau ke artikel tertulis dalam video TikToknya. Komentar seperti ini sangat penting dan tidak bisa diabaikan, karena dapat menjadi input yang berharga untuk memperbaiki strategi dakwah digital di masa depan

D. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *self-presentation* Ustadz Hanan Attaki di TikTok dibangun melalui gambar yang simple, gaya bicara yang santai, serta cerita spiritual yang relevan dengan pengalaman generasi milenial. Pendekatan ini menciptakan kesan religius yang ramah, inklusif, dan mudah diakses, sehingga meningkatkan keberhasilan ajaran agama di dunia digital.

Analisis dengan menggunakan teori Goffman menunjukkan bahwa Hanan Attaki secara teratur mengatur pengelolaan kesan dengan frontstage yang dirancang untuk menciptakan ikatan emosional. Sementara itu, konsep agama digital dari Heidi Campbell menunjukkan cara otoritas agama dinegosiasikan dalam komunitas daring, interaksi melalui algoritma, dan pembentukan identitas digital. Respons dari kalangan milenial terhadap konten tersebut menunjukkan pengaruh pada tiga aspek: afektif (perasaan nyaman dan pengakuan), kognitif (pemahaman mengenai nilai-nilai Islam dalam sudut pandang psikologis), serta perilaku (dorongan untuk terlibat dalam praktik agama). Dengan demikian, studi ini memberikan sumbangan bagi analisis dakwah digital dengan menekankan hubungan antara *self-presentation*, otoritas agama, dan keikutsertaan audiens dalam ekosistem platform. Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait dengan jumlah informan dan fokus pada satu tokoh, sehingga untuk penelitian selanjutnya dianjurkan untuk membandingkan beberapa influencer agama atau menyelidiki peran algoritma TikTok dalam pembentukan otoritas keagamaan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Althov, M. N., & Nur, F. A. (2024). *The followers Perception of Ustadz Hanan Attaki' s use of TikTok for Da' wah Communication*. 02(01), 211–216. <https://doi.org/10.26555/adicom.v2i1.15504>
- Amalia, N. (2023). *Dakwah Digital di Platform TikTok: Peluang dan Tantangan*. Jurnal Dakwah Digital, 2(1), 14–27.
- Astutik, I. D., & Yaqin, H. (2024). Optimalisasi Strategi Kolaborasi Influencer Dtantalam Dakwah Digital; Studi Kasus Ustadz Hanan Attaki dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan. *Jurnal Religi: Jurnal Studi Agama-Agama*, 20(02), 1412–2634. <https://doi.org/10.14421/rejusta.v20i2.5734>
- Campbell, Heidi A., dan Zachary Sheldon. “Community.” Dalam Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media, disunting oleh Heidi A. Campbell dan Ruth Tsuria, 2 ed., 294. Lanham: Lexington Books/Fortress Academic, 2021.
- Fadhila, N., & Abdilah, M. F. (2025). Retorika Dakwah Tiktok dalam Meningkatkan Efektivitas Public Speaking: Pendekatan, Teknik dan Tantangan. *Mauriduna: Journal of Islamic Studies*, 6(1), 476–484. <https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i1.1385>
- Fauziah, A. D., & Noorhidayati, S. (2021). Gaya penampilan dakwah hanan attaki, ali jaber, dan miftah. *Tasamuh*, 19(1), 21–40.
- Goffman, Erving. (1956). *The Presentation of Self In Everyday Live*. Edinburgh: University of Edinburgh Sosial Sciences Research Centre.
- Hermaya Putri Azzahra, K. (2023). Jurnal CENDEKIA : *Efektivitas Keberhasilan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Sosial Media Tiktok*, 15(01), 1–13.
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1). <https://ejournal.iaiiig.ac.id/index.php/amk>
- Inderasari, E., Lestari, B., & Achsani, F. (2019). *Penggunaan bahasa dakwah ustaz hanan attaki di media sosial instagram*.
- Inovatif, J. M., Rahmi, N. U., Nasution, C. S., Kustiwan, W., Islam, U., Sumatera, N., & Attaki, H. (2025). *Strategi dakwah ustadz hanan attaki dalam mempengaruhi generasi muda melalui media sosial*. 9(6), 213–219.
- Parhan, M., Riezky, P., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan_Attaki) ANALISIS METODE BARU DAKWAH HANAN ATTAKI DI ERA KONVERGENSI MEDIA (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @hanan_attaki). *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10, 175–196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>

- Pratiwi, R. (2023). *TikTok sebagai Media Dakwah di Era Digital: Analisis Strategi Komunikasi Dai Milenial*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 15(1), 45–60.
- Putri, A. (2024). *TikTok dan Strategi Komunikasi Keagamaan di Era Digital*. *Jurnal Dakwah*, 15(1), 120–135.
- Rachmawati, L. (2023). *Interaksi Audiens dan Dai di TikTok: Analisis Keterlibatan dalam Konten Dakwah*. *Jurnal Media dan Dakwah*, 11(2), 55–70.
- Saputri, W. A., Salsabila, A., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh Gaya Penyampaian Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok Terhadap Motivasi Diri Remaja. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3), 460–469. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.179>
- Sari, R. D., Yumarni, A., Sari, W. A., Islam, U., & Fatmawati, N. (2025). *Kajian Semiotika dalam Konten Inspirasi Ustadz Hanan Ataki Pendahuluan*. 5(3), 2464–2470.
- Sri Diana Putri, Firda Aulianti, Alvida Dzattadini, Elva Hanov Rais Satianingsih, Vyanara Aulyadisha, & Edi Suresman. (2025). Dampak Relatable Ustadz Hanan Attaki yang Menginspirasi Gen Z untuk Mendekatkan Diri dengan Islam. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 6(2), 205–226. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v6i2.2210>
- TEGUH NURJAMAN, R. H. (2021). Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(1), 22–31
- Wibowo, E., & Rahardjo, M. (2021). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial Melalui Media Sosial: Perspektif Dakwah Kontekstual. *Jurnal Penelitian Dakwah*, 22(1), 39-54
- Zahid, M., & Al-Yasmin, M. (2024). *Ustadz Hanan Attaki's Digital Dakwah Model Towards The Development Of The Akhlaq Of The Millennial Generation*. 1(2), 75–84. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>