DESAIN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL USTADZ TEUKU HANAN ATTAKI MELALUI "SHIFT" PEMUDA HIJRAH

(Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

Ulil Azmil Umroh

NIM. F52717241

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya:

Nama : Ulil Azmil Umroh

Nim : F52717241

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 11 Juli 2019

Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL
TGL. 20
3DE65AFF710874292
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Ulil Azmil Umroh

PERSETUJUAN

Tesis berjudul **"Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui Shift Gerakan Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)"**. yang ditulis oleh Ulil Azmil Umroh ini telah disetujui oleh oleh pembimbing pada tanggal 11 Juli 2019.

Oleh :

PEMBIMBI NG

Dr. Hj. Sri Astutik, M.Si
NIP. 195902051986032004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis Ulil Azmil Umroh ini telah di uji pada tanggal 30 Juli 2019

Tim Penguji

1. **Dr. Hj. Sri Astutik, M.Si**

   (Pembimbing/Penguji)

2. **Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si**

   (Penguji I)

3. **Dr. Hj. Rn. Suhartini, M.Si**

   (Penguji II)

Surabaya, 09_ Agustus 2019

Direktur,

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag

NIP. 196004121994031001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ULIL AZMIL UMROH
NIM : F52717241
Fakultas/Jurusan : PASCASARJANA
E-mail address : azmil.khadijah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui "Shift" Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Agustus 2019

Penulis

(Ulil Azmil Umroh)
nama terang dan tanda tangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

Ulil Azmil Umroh, Nim. F52717241. Da'wah Design on Social Media Ustadz Teuku Hanan Attaki Through "Shift" Youth Hijrah (In A Review of Martin Feishbein's Information Integration Theory). Thesis ¬Pascachelor of Sunan Ampel State Islamic University, Surabaya
Keywords: Da'wah Design and Youth Hijrah

The development of communication and information technology, has become a major characteristic of the times. The economic, political, and education sectors cannot be separated from this progress. Da'wa activities have their own challenges to develop. An interesting phenomenon emerged, when various forms of communication and information media began to be actively used to support the interests of da'wah. This can be seen from the preaching designed by Ustadz Teuku Hanan Attaki through the Youth Hijrah Shift who used social media as his propaganda media. In this paper, the authors focus on research on how the da'wah design conducted by Ustadz Teuku Hanan Attaki on Social Media.

The method used in this study is a qualitative method of media ethnography, the technique of collecting data through two events, online and offline. To analyze the findings of these data, the author uses Information Integration Theory by Martin Feishbein who assumes that all information has the power to influence one's attitude.

From the research conducted by the author online, the writer found profiles of Ustadz Teuku Hanan Attaki and Youth Hijrah Shift from his social media accounts. Then confirmed and completed offline through interviews at Al Lathiif Mosque, Bandung. Finally, the authors conclude that the da'wah design undertaken by Ustadz Hanan Attaki is a da'wah design that comes from the integration of information between his thoughts and Shift. So that the information conveyed through social media has the potential power to influence a person to have a certain attitude.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Ulil Azmil Umroh, Nim. F52717241. Desain Dakwah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui "Shift" Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein). Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Kata Kunci : Desain Dakwah dan Pemuda Hijrah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, menjadi karakteristik utama zaman. Sector ekonomi, politik, pendidikan tdak lepas dari kemajuan ini. Aktifitas dakwah mendapat tantangan tersendiri untuk berkembang. Muncu fenomena menarik, ketika beragam bentuk media komunikasi dan informasi mulai secara aktif dimanfaatkan untuk menunjang kepentingan dakwah. Hal ini terlihat dari dakwah yang di desain oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift Pemuda Hijrah yang memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya. Dalam tulisan ini, penulis memfokuskan penelitian mengenai bagaimana desain dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki di Media Sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif etnografi media, yang teknik pengumpulan datanya melalui du acara yaitu *online* dan *offline*. Untuk menganalisa temuan data tersebut, penulis menggunakan Teori Integrasi Informasi oleh Martin Feishbein yang berasumsi bahwa semua informasi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sikap seseorang.

Dari penelitian yang penulis lakukan secara *online*, penulis menemukan profil dari Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift Pemuda Hijrah dari akun-akun media sosialnya. Kemudian dikonfirmasi dan dilengkapi secara offline melalui wawancara di Masjid Al Lathiif, Bandung. Akhirnya, penulis menyimpulkan bahwa desain dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah sebuah rancangan dakwah yang bersumber dari integrasi informasi antara pemikirannya dengan Shift. Sehingga informasi yang disampaikan melalui media sosial memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi seseorang agar memiliki sikap tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
PEDOMAN TRANSLITERASI v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 7
C. Rumusan Masalah 8
D. Tujuan Penelitian 8
E. Manfaat Penelitian 8
F. Penelitian Terdahulu 9
G. Sistematika Pembahasan 12
BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN
A. Kajian Pustaka 15
1. Kajian Tentang Desain Dakwah 15
a. Desain 15
1) Pengertian Desain 15
2) Macam-macam Desain 18
3) Peranan Desain pada Media 19
b. Dakwah 26
1) Pengertian Dakwah 26
2) Media Dakwah 28
2. Kajian Tentang Media Sosial 34
a. Pengertian Media Sosial 34
b. Macam-macam Media Sosial 37
c. Fungsi Media Sosial 39
3. Gerakan Pemuda Hijrah 41
a. Hijrah 41
1) Pengertian Hijrah 41
2) Fenomena Hijrah 44
b. Pemuda 48
1) Pengertian Pemuda 49
2) Jenis-jenis Pemuda 50
B. Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 56
B. Subyek dan Obyek Penelitian 60
C. Jenis dan Sumber Data 61
D. Tahap-Tahap Penelitian 63
E. Teknik Pengumpulan Data 69
F. Teknik Analisis Data 73
BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA
A. Penyajian Data 77
1. Profil Ustadz Teuku Hanan Attaki 77
2. Profil Shift Pemuda Hijrah 82
B. Temuan Data 91
1. Desain Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki 91
a. Pemikiran Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki 91
b. Sasaran Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki 94
c. Gerakan Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki 98
d. Proses Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki 98
1) Tahap Observasi 98
2) Tahap Idealisme 100
3) Tahap Evakuasi Ide 101
4) Tahap Publising 102
C. Analisis Data Tentang Desain Dakwah di Media Sosial oleh Ustadz Hanan Attaki melalui Shift 102
BAB V : PENUTUP
A. Kesimpulan 112
DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN 118

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

1.1 Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

1.2 Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

1.3 Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

1.4 Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

1.5 Persamaan dan Perbedaan dari Jurnal

4.1 Konfirmasi Teori dengan Data Lapangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

4.1 Foto Ustadz Teuku Hanan Attaki

4.2 Dokumentasi Foto Nongkrong Bareng UHA

4.3 Dokumentasi Foto Acara Ayah Amanah

4.4 Logo Shift Pemuda Hijrah

4.5 Instagram Shift

4.6 Instagram Ustadz Hanan Attaki

4.7 Youtube Shift

4.8 Youtube Ustadz Hanan Attaki

4.9 Blog Pemuda Hijrah

4.10 Blog Tanya UHA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia telah mengalami perkembangan yang cepat. Semua ini tidak lepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak pernah absen dalam memberikan inovasi dan kemudahan-kemudahan. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, menjadi karakteristik utama zaman. Pesatnya kemajuan teknologi tersebut, ditandai dengan banyaknya arus informasi yang kita terima. Mesin pencari google setiap harinya memuat lebih dari 4 juta informasi di tiap menitnya. Informasi sudah sangat mudah diproduksi dan di distribusikan sehingga setiap detiknya jutaan informasi baru selalu dimuat di bank data dunia. Dengan kemajuan seperti ini, dunia terasa seperti dalam genggaman. Sektor ekonomi, politik, pendidikan tidak lepas dari kemajuan ini.

Seiring dengan perkembangan jaman yang ditandai dengan kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi, aktifitas dakwah mendapat tantangan tersendiri untuk berkembang. Dakwah merupakan suatu aktivitas yang sifatnya dinamis dalam merespon berbagai permasalahan kehidupan masyarakat.[1] Jika dulu aktivitas dakwah dilakukan melalui mimbar, maka kini dakwah dapat digunakan hanya di depan computer atau smartphone. Jaringan internet memungkinkan semua kalangan untuk dapat mengakses konten dakwah tersebut.[2]

---

[1] Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Prima Duta, 1983), h.2.
[2] Wahyu Khoiruzzaman, *Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism*, (Dalam Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 36 (2) EISSN 2581-236X, 2016), hh. 317-318

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syarifudin dalam bukunya metode penelitian dakwah dan komunikasi menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi menjadi tren media digital dakwah yang digunakan untuk mendesain pesan-pesan dakwah melalui lembaran-lembaran elektronik. Media ini bernama aplikasi komputer grafis yang berfungsi untuk pengambilan data, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penyebaran, dan penyajian informasi di tengah masyarakat. Semua perangkat keras dan lunak yang digunakan sebagai penunjang untuk mengolah data yang akan dipublikasikan di tengah masyarakat di tunjang oleh teknologi informasi komputer yang dewasa ini memiliki banyak fasilitas dan daya jangkau efektif dalam publikasi.[3]

Pada dasarnya media merupakan cara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *audiens*. Dalam menyampaikan ajaran Islam dapat menggunakan berbagai wasilah (media). Hamzah Ya'qub membagi wasilah dalam 5 macam, yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak.[4]

Muncul fenomena menarik, ketika beragam bentuk media komunikasi dan informasi mulai secara aktif dimanfaatkan untuk menunjang kepentingan dakwah. Di media perfilm-an misalnya, marak sekali film-film yang hadir bernuansa Islam yang mulai tampil dalam ranah bioskop di Indonesia[5], dipelopori oleh Ayat-Ayat Cinta dan Ketika Cinta Bertasbih oleh Habiburrahman El Sirazy, kemudian 99 Cahaya di Langit Eropa, Negeri 5

---

[3] Syarifudin, *Metode Penelitian: Dakwah dan Komunikasi*, Cetakan ke-II (Ambon: Wadakomsmart, 2011), h. 37

[4] M.Munir, Wahyu Illaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 32.

[5] Andi Fikra Pratiwi Arifudin, *Film Sebagai Media Dakwah Islam*. Jurnal Aqlam Volume 2, Nomor 2, Desember 2017. Institut Agama Islam Negeri Manado, Indonesia. H. 119 yang menjelaskan tentang sebuah budaya dapat dipahami dari praktek-praktek representasi manusia secara simbolik dalam Idi Subandy, *Budaya Popular Sebagai Komunikasi*, Cet. 1, (Jogjakarta: Jalasutra, 2007), h xx-xxi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menara, Perempuan Berkalung Sorban, lalu Assalamu'alaikum Beijing, hingga Surga yang tak Dirindukan yang kemudian ditulis oleh produser *MD Pictures* Manoj Pujanbi dalam Media Sosial Twitternya "film yang mengandung pesan Islami ini telah mencapai 1,5 juta penonton di seluruh Indonesia dan berhasil masuk dalam jajaran *Box Office*". Hal ini jelas sekali bahwa baik penulis hingga produser menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan dakwah dengan wajah yang lain dan inovasi kreatif. Hal ini menumbuhkan animo masyarakat dari berbagai kalangan untuk menikmati dakwah dengan pola kreatif tersebut.[6]

Tidak berhenti di ranah film, fenomena dakwah dengan menggunakan media komunikasi dan informasi tidak lepas dari media cetak (tulisan, novel maupun majalah) dan media elektronik (foto, radio, televisi hingga internet). Salim A. Fillah dengan tulisan-sulisannya yang menyejukkan dan menggunakan kalimat-kalimat ajakan yang bijaksana memilih mendistribusikan dakwahnya secara tulis. Banyak diantara buku-bukunya yang memuat tentang pesan dakwah, katakanlah buku "Lapis-lapis Keberkahan", kemudian dengan "Saksikanlah Aku Sebagai Seorang Muslim" menjadi pilihan bagi anak-anak muda yang mengalami krisis dalam membaca, kemudian mulai gemar untuk membaca. Banyak sekali penulis-penulis diantara Asma Nadia juga memuat dalam bukunya pesan-pesan dakwah dengan pola cerita fiksi (novel) yang menggugah pembacanya secara tidak langsung untuk memahami islam yang *rahmatan lil aalamin*.[7] Hingga

---

[6] Muhammad Taufik Hidayat, *Dakwah Untuk Kawula Muda Harus Kreatif*, dalam https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/hjxz/dakwah-untukkawula-muda-harus-kreatif, diakses pada Februari 2019

[7] Indrawati, *Mengapresiasi Novel Sebagai Media Dakwah Bil-Qalam*, Jurnal Wardah: No.XXVII/Th. XIV/Desember 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian muncul *Islamic Book Fair* (IBF), yakni sebuah pameran buku Islam terbesar di Indonesia bahkan Asia Tenggara.[8]

Dalam konteks dakwah Islamiyah, informasi memiliki kedudukan strategis sebagai sarana untuk menawarkan nilai-nilai Islam kepada public. Informasi yang berkembang diharapkan membawa pesan-pesan kebenaran yang tidak menyimpang dan menyesatkan. Untuk menghadapi itu, maka perlu adanya rekonstruksi pola dan sistematika dakwah yang dilakukan oleh para da'i dalam menyampaikan pesan-pesan Islam dengan mengubah pola lama yang terkesan *verbalistik-konservatif*, ke pola dan sistematika baru yang tampil lebih segar dan kreatif. Tidak hanya mencukupkan diri dengan berkhutbah di masjid/mushollah, kantor-kantor, sekolah dan lembaga formil yang lain. Tujuannya agar dakwah Islam ikut bersaing dan memiliki daya saing yang unggul dibandingkan dengan seruan-seruan lainnya yang menyimpang dan menyesatkan, sehingga dakwah ini berhasil "mencuri" perhatian umat manusia di dunia yang tengah mengalami *panic attack* menghadapi ledakan informasi-informasi baru yang semakin tidak terbendung. Era munculnya aplikasi media sosial seperti Facebook, Twitter, Path, WA, Line, Instagram, Youtube dan lain sebagainya. Saat ini terus dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara mudah, praktis, cepat dan tanpa batas. Hal ini menarik minat dari para pemuda yang notabennya menggunakan media sosial dalam kehidupan mereka sehari-hari yang tidak jauh dari layar smartphone mereka yang terus melihat berita terkini di media sosial.

---

[8] Elba Damduri, *Peradaban Islam Dibangun Dari Kekuatan Literasi Seperti IBF*, dalam https://m.republika.co.id/berita/kolom/fokus/pnhesd440/islamic-book-fair-ibf-dan-literasi-islam, diakses pada Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fenomena menarik yang terjadi di Indonesia akhir-akhir ini, munculnya beberapa pemuda Islam yang mulai berani tampil dengan dakwah kreatifnya yang khas dengan nuansa anak muda. Salah satu diantaranya adalah Ustadz Teuku Hanan Attaki. Ustadz lulusan dari Mesir itu hadir di masyarakat dengan memberikan pembeda dengan konsep dakwah yang santai dan mampu merangkul semua kalangan, khususnya menarik minat dari kalangan anak muda untuk kembali mencintai Islam. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki. menjadi metode dakwah yang dikemas dengan gaya Bahasa yang ringan dan gaul. Gaya berbusananya yang casual, bukan baju koko tapi kaos yang dilapisi dengan jaket, bukan kopyah tapi topi yang selalu menjadi ciri khasnya. Dari penampilan itu saja sudah membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya. Motivasinya terkait pola dakwah yang digagas oleh Ust. Hanan Attaki ini disampaikan melalui seminarnya di masjid Al-Falah Cihapit Bandung Jawa Barat.

> "Jika selama ini banyak dakwah ditujukan untuk orang-orang yang sudah aktif di masjid, maka dakwah Islam hanya ditujukan untuk orang-orang yang sudah sholeh saja."[9]

Berawal dari kajian di Masjid Al Lathif, Cihapit Bandung Jawa Barat, sejumlah pemuda yang dulunya pernah bermasalah dengan kenakalan akhirnya memutuskan hijrah. Dari gagasan pemikiran tersebut, Ustadz Hanan Attaki mencoba merangkul kembali pemuda-pemuda yang jauh dari lingkungan masjid seperti halnya anak-anak geng motor, anak-anak skateboard, anak-anak punk dan lain sebagainya untuk kembali ke masjid,

[9] www.alfalahsby.com/id/kajian-pemuda-hijrah-ust-teuku-hanan-attaki-2017 Diakses pada 14 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kembali mencintai Islam dengan gaya mereka masing-masing. Dengan adanya para pemuda yang sudag mantap dengan jalan yang ditempuhnya, secara otomatis dia akan berusaha mengajak teman-temannya yang di kelompoknya tersebut untuk ikut berubah.

Untuk merealisasikan konsep dakwah asik, gaul dan syar'i, Ustadz Hanan Attaki merilis sebuah gerakan bernama Pemuda Hijrah. Gerakan ini berdiri sejak Maret 2015, pemuda Hijrah didirikan oleh kurang lebih 5 orang. Ia menjelaskan bahwa Pemuda Hijrah bukanlah *event organizer* atau semacamnya, tapi merupakan gerakan untuk mengajak anak muda kembali mencintai Islam. Logonya sendiri, terinspirasi dari logo tombol Shift yang ada di keyboard laptop ataupun PC yang berarti pindah atau berubah.[10]

Ustadz Hanan Attaki melalui Shift (Pemuda Hijrah) mendesain dakwahnya dengan konsep asik, gaul dan syar'i melalui video-video dakwah yang bergambar dan tulisan-tulisan yang menyertai suaranya. Ia menggabungkan dakwah dengan sinematrografi dari kumpulan-kumpulan video dan gambar ciptaan Allah yang menenangkan sebagai latar dari video dakwah yang disampaikan, tidak ketinggalan juga dengan *background* suara yang mengiringi videonya

Ustadz Hanan Attaki mempunyai motto terkenal untuk merangkul para pemuda. "Banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala..sedikit dosa..."[11] hal ini mendapat ketertarikan dari anak-anak muda. Mengingat kaum milenial zaman ini gemar berpiknik atau juga nongkrong dengan kelompoknya masing-masing. Namun, setelah marak label hijrah di akun-akun media

[10] Avitia Nurmatari, "*Shift" Gerakan Dakwah Kreatif Pemuda di Bandung Rangkul Anak Punk*, Dalam detiknews.com terbitan Selasa, 11 Agustus 2015
[11] http://instagram.com/hanan_attaki?utm_source=ig_profile_shared

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial. Caption-caption yang ditulis menyertai gambar foto yang mereka unggah dalam akunnya lebih terkesan islami, atau mengandung unsur-unsur motivasi.

Melihat fenomena tersebut banyak peneliti yang mencoba mengkaji mengenai dakwah UHA (Panggialn *tren* Ustadz Hanan Attaki), mulai dari strategi dakwah, komunikasi persuasifnya, hingga budaya yang coba dipakai olehnya. Dalam hal ini penulis akan mendalami mengenai desain dakwah UHA melalui Media Sosial yang begitu diminati oleh kaum milenial masa kini dengan mengangkat judul "Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui Shift Gerakan Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Untuk mendapatkan fokus penelitian yang cermat dan rasional maka penulis memberikan batasan masalah, agar mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini nanti.

1. Desain dakwah yang penulis maksud dalam judul ini adalah konsep atau rancangan berupa gambar-gambar maupun video-video bernuansa dakwah yang dipublikasikan melalui akun-akun media sosial.
2. Media dakwah yang penulis maksud dalam judul ini adalah Media sosial yang digunakan untuk berdakwah oleh Shift, yaitu Instagram, Youtube, Blog, dan Twitter.
3. Pemuda Hijrah yang penulis maksud dalam judul ini adalah sebuah gerakan yang lahir di Bandung, yang terdiri dari anak-anak muda kreatif yang bertujuan untuk mengajak kembali mencintai Islam dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kembali ke masjid. Hijrah yang mereka maksud disini adalah berubah dari jalan kegelapan ke jalan yang terang (*Dzulumaatin ilan nur*).

4. Teori Integrasi Informasi adalah teori yang menjelaskan bahwa semua informasi memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi orang agar memiliki sikap tertentu

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan penulis angkat adalah :

1. Bagaimana desain dakwah di media sosial yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift Pemuda Hijrah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan desain dakwah di media sosial yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift Pemuda Hijrah

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Teoretis
   a. Menjadi penambah kajian di bidang komunikasi penyiaran Islam dan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan mutu berdakwah yang baik melalui desain dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki di media sosial melalui Shift Pemuda Hijrah.
   b. Sebagai bahan masukan untuk mengembangkan teori dan khasana keilmuan, khususnya ilmu komunikasi, terutama aplikasinya di dalam berbagai aktivitas dan dimensi dakwah Islamiyah melalui media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Praktis

a. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi praktisi, civitas akademika, masyarakat, pihak-pihak yang berkepentingan maupun peneliti tentang dakwah. Selain itu sebagai sumbangan bagi pemikiran zaman sekarang dan masa depan serta kegunaan bagi pengembangan pribadi tokoh.

F. Penelitian Terdahulu

1. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi "Pegang Janji Allah" Episode 27 September 2017 Via Youtube). Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya oleh Ulfa Zulfi Pariska, 2018. Mengkaji tentang pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui Youtube yang berjudul Pegang Janji Allah. Metode yang digunakan adalah analisis isi melalui pendekatan kuantitatif deskriptif.'

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

Persamaan	Perbedaan
1. Sama-sama meneliti tentang Ustadz Hanan Attaki	2. Metode yang digunakan Kuantitatif Deskriptif, sedangkan penulis menggunakan Metode Kualitatif Etnografi. 3. Meneliti Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penulis meneliti tentang Pola/Desain Dakwahnya melalui Shift. 4. Meneliti *via* Youtube, sedangkan penulis meneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	melalui penelitian lapangan dan bertemu langsung dengan subjeck dan objecknya.

2. Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Berceramah Di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya oleh Nadiatan Al Ma'rufah, 2018. Mengkaji tentang gaya retorika yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh Ustadz Hanan Attaki dalam berceramah di Masjid Agung Bandung berdasarkan analisis semiotik model Ferdinan De Saussure.

Tabel 1.2
Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

Persamaan	Perbedaan
1. Sama-sama menggunakan Kajian Kualitatif 2. Metode pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi	1. Meneliti tentang gaya retorika yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gerak tubuh Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penulis meneliti tentang desain dakwahnya melalui media dakwah 2. Menggunakan analisis semiotic sedangkan penulis menggunakan analisis etnografi media.

3. Strategi komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam Berdakwah. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta oleh Ihat Solihat, 2017. Mengkaji tentang strategi komunikasi persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah dalam berdakwah menggunakan teori strategi Komunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persuasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme, pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Tabel 1.3
Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

Persamaan	Perbedaan
Sama-sama meneliti tentang Gerakan Pemuda Hijrah	1. Meneliti tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Shift sedangkan penulis meneliti tentang Desain dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media sosial. 2. Menggunakan teori strategi (Komunikasi Persuasif Melvin L. Deflur dan Sandra J. Ball Roceach) sedangkan penulis

4. Karya Design Grafis Sebagai Materi Dakwah (Studi Tentang Produk Desin Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup "Muslim Designer Community" di Facebook). Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang oleh Nurma Zuafa, 2016. Mengkaji tentang produk apa saja yang diproduksi menggunakan desain grafis di media sosial Facebook oleh Komunitas Desain Muslim (MDC). Metode yang digunakan adalah analisis isi dengan menggunakan penelitian kualitatif.

Tabel 1.4
Persamaan dan Perbedaan dari skripsi terdahulu

Persamaan	Perbedaan
1. Sama-sama	1. Meneliti tentang desain yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan kata desain untuk dakwah 2. Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif	digunakan Grup "Muslim Designer Community" sedangkan penulis meneliti tentang desain yag dilakukan oleh Shift 2. Meneliti media sosial Facebook saja, sedangkan penulis meneliti media sosial Facebook, Youtube, dan Instagram.

5. Desain Dakwah Untuk Pembinaan Keagamaan Komunitas Elit Intelektual. Jurnal Studi Keislaman ULUMUNA Volume XII Nomor 2 Desember 2008, hal 351-370 oleh Bukhari. Jurnal ini mengaki tentang bagaimana suatu komunitas Elit Intelektual dapat mengkontribusikan pesan-pesan dakwah melalui dakwah dengan pola kreatif. Karena itu mereka mendapat sebuah pembinaan untuk mengetahui dan mengaplikasikan pola kreatif tersebut dalam menyampaikan dakwah.

Tabel 1.5
Persamaan dan Perbedaan dari Jurnal

Persamaan	Perbedaan
1. Sama-sama meneliti desain dakwah	1. Penelitian ini merupakan sebuah tawaran dalam berdakwah, sedangkan menelitian penulis adalah laporan dan analisa temuan data di lapangan.

G. Sistematika Pembahasan

Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan, maka peneliti mencantumkan sistematika pembahasan. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab I adalah pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang penelitian, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptuliasi kerangka teoritis, penelitian terdahulu yang relevan dan diakhiri dengan sistematika pembahasan. Bab pertama dari tulisan ini akan mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan.

Bab II adalah kajian kepustakaan, yang berisi tentang kerangka konseptual yang menjelaskan mengenai apa yang penulis sampaikan dalam judul Desain Dakwah di Media Sosial oleh Ust. Teuku Hanan Attaki melalui Shift Pemuda Hijrah yang meliputi definisi dari desain dakwah, dakwah di media sosial hingga gerakan pemuda hijrah yang ada di Indonesia. Penulis akan memaparkan konsep dan fakta tamuan penulis untuk mendefinisikannya. Pada bab dua ini penulis menutup dengan definisi teori yang penulis gunakan untuk menganalisis data lapangan.

Bab III adalah metode penelitian, pada bab ini memuat uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. Metode penelitian yang penulis gunkan adalah metode etnografi media, yang tidak lepas dari penelitian secara dua tahap yaitu tahap *online* dan tahan *offline* dalam setiap langkah-langkahnya.

Bab IV adalah penyajian data dan analisis data, pada bab ini menguraikan tentang deskripsi umum tentang subyek penelitian, deskripsi hasil penelitian penyajian data, analisis data, dan pembahasan. Deskripsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

obyek penelitian menjelaskan tentang sasaran penelitian, seperti profil Ustadz Teuku Hanan Attaki dan juga profil Shift Pemuda Hijrah Kemudian penyajian data, yaitu paparan mengenai data dan fakta subyek penelitian yang terkait dengan rumusan masalah. Kemudian temuan data yang penulis dapatkan akan dianalisa menggunakan pisau teoretik yang sudah penulis sampaikan pada bab sebelumnya.

Bab V adalah penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan dan ditutup dengan saran, yakni usulan bagi kemungkinan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Pustaka

Agar tidak terjadi kesalah pahaman pengertian antara peneliti dan pembaca akan maksud isi kandungan Desain Dakwah di Media Sosial (Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Gerakan Pemuda Hijrah "Shift"), maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat di dalamnya, yaitu sebagai berikut:

1. Kajian Tentang Desain Dakwah

a. Desain

Karena masih sangat luas kajian mengenai tentang desain, maka dalam hal ini peneliti hanya mengkhususkan pengulasan hanya dalam bidang desain grafis saja.

1) Pengertian Desain

Desain merupakan suatu proses yang dapat dikatakan seumur dengan keberadaan manusia di dunia. Hal ini, sering kali kita tidak sadari. Akibatnya, sebagian dari kita berpendapat seakan-akan desain baru dikenal sejak masa moderen. Selain itu ada juga kerancuan pendapat yang berkaitan dengan siapa yang akan berhak atas suatu desain.[1]

[1] Suwarno Tahid, Nurcahyanie, *Konsep Teknologi dalam Pengembangan Produk Industri (Pendekatan Kolaboratif pada Konsep Teknologi dan Desain Produk Industri),* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Istilah desain dalam ejaan bahasa indonesia, merupakan suatu istilah yang dituliskan berdasarkan bunyi pengucapan (pelafalan) kata *design* dalam bahasa inggris. Suku kata *"de"* dalam *design* dalam bahasa inggris, umumnya diucapkan seperti mengucapkan suku kata di dalam bahasa indonesia. Sedangkan suku kata *"sign"* pada kata *"design"* dalam bahasa inggris umumnya di ucapakan (dilafalkan) seperti mengucapkan suku-kata *"sain"* dalam bahasa indonesia, sesuai dengan bunyi pelafalannya.[2]

Desain diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya**.** Desain dalam sebuah kalimat, dapat berfungsi sebagai kata benda dan dapat berfungsi sebagai kata kerja. Sebagai kata kerja, desain dapat diartikan sebagai proses untuk membuat dan menciptakan obyek yang baru, dan sebagai kata benda, desain diartikan sebagai hasil dari sebuah proses kreatif, baik yang berwujud rencana, atau yang bentuknya visual.[3]

Dalam kata lain, desain juga bisa diartikan suatu proses kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dalam hal yang menyangkut perancangan suatu objek yang bersifat fungsional atau estetis. Yang pada prinsipnya melihat aspek teknis, fungsi, material, tanpa melepaskan unsur warna, garis, tekstur, keseimbangan komposisi, dan bentuk"

[2] Suwarno Tahid, Nurcahyanie, *Konsep Teknologi dalam Pengembangan Produk Industri (Pendekatan Kolaboratif pada Konsep Teknologi dan Desain Produk Industri),* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007)
[3] Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Desain, diakses pada tanggal 20 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Awalnya desain merupakan kata baru berupa peng-indonesia-an dari kata *Design* (bahasa inggris), istilah ini melengkapi kata rancang/rancangan/merancang yang di nilai kurang mengekspresikan keilmuwan, keluasan, dan kewibawaan profesi. Dalam kurun waktu hampir tiga dekade, istilah 'desain' telah masuk dalam kosa kata bahasa Indonesia yang mantap dan dipergunaakan meluas dalam percaturan keilmuwan maupun profesi dibandingkan istilah 'rancang' yang mengandung pengertian amat umum.[4]

Jika di artikan secara umum, desain dapat di artikan sebagai suatu pola rancangan yang menjadi pokok pada pembuatan sebuah benda. Desain adalah langkah awal sebelum membuat suatu benda baik itu baju, furniture, bangunan, dan sebagainya. Umumnya ketika membuat desain perlu memasukan unsure sebagau pertimbangan, perhitungan serta sesuai keinginan, sehingga dengan kata lain Desain ialah gambaran dari perumusan dari berbagai unsure termasuk didalamnya terdapat macam pertimbangan.

Ada beberapa software yang digunakan dalam desain:

1. **Publishing:**

   Adobe Photoshop

   Adobe Illustrator

   Adobe Indesign

   Coreldraw

   GIMP

[4] Agus Sachari, *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa*, (Jakarta : Erlangga, 2005)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Inkscape

Macromedia Freehand

2. **Webdesign:**

Macromedia Dreamweaver

Microsoft Frontpage

Notepad

3. **Audiovisual**

Adobe After Effect

Adobe Premier

Final Cut

Adobe Flash, atau sebelumnya Macromedia Flash

Rendering 3 Dimensi

3D StudioMax

Maya

AutoCad

2) Macam-macam Desain Grafis

Secara garis besar, desain grafs dibedakan menjadi beberapa

kategori sebagai berikut.[5]

a) *Printing* (percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster, *booklet*, *leaflet*, *flyer*, pamflet, periklanan, dan publikasi lain yang sejenis.

b) *Web design* (desain untuk halaman web) atau desain interaktf.

[5] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), hh. 10-11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Film, termasuk TV komersial, animasi, dan multmedia interaktf.

d) Identfkasi (logo), EGD (*Environmental Graphic Design*) merupakan desain profesional yang mencakup desain industri (iklan, *branding*, *company profle*, dan lain-lain).

e) Desain produk, pemaketan, kemasan, *merchandise*, dan sebagainya.

3) Peranan Desain pada Media

Ilmu desain mempelajari dan mengembangkan bahasa visual (salah satunya) untuk keperluan informasi dan komunikasi dari pelontar pesan. Pesan visual yang disampaikan misalnya bisa berupa informasi produk, jasa atau gagasan kepada sasaran (audiensi) secara komunikatf dan persuasif (dengan tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran) menggunakan media informasi (misalnya: televisi, website, majalah, surat kabar, brosur).

Agar pesan dapat efektf dipahami, diterima, dan dapat mengubah sikap sasaran (audiensi) sesuai tujuan pemasaran, perlu diperhatkan hal-hal sebagai berikut.

a) Komunikatif[6]

Ada 5 cara untuk membuat karya visual menjadi komunikatif bagi audiensi.

1. Visualisasi pendukung agar mudah diterima olah sasaran
2. Pelajari pesan yang akan disampaikan secara mendalam.

[6] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), h.16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pelajari kebiasaan dan hal-hal yang diminat/disukai oleh sasaran yang berkaitan dengan hal visual (ikon, gambar dan elemen visual lain).
4. Olah pesan (verbal) menjadi pesan visual, dengan memperhatkan tanda-tanda pesan visual yang dipahami publik, mudah, gampang, dan nyaman dilihat/dibaca.
5. Buatlah sederhana dan menarik.

b) Kreatif[7]

Visualisasi diharapkan disajikan secara unik dan tdak klise (sering digunakan), agar menarik perhatan. Rancangan elemen desain grafs (objek, warna, huruf, dan *layout*) dibuat secara asli (*original*/ baru). Penjelasan pesan disusun secara sistematk untuk kemudahan tata alir dan alur (lancar). Kemudahan informasi didukung oleh navigasi dengan susunan tata letak yang luwes tanpa meninggalkan kaidah komunikasi dan keindahan (fleksibel).

c) Sederhana[8]

Visualisasi tdak rumit supaya kejelasan isi pesan mudah diterima dan diingat. Pengembangan yang kompleks dapat menimbulkan ciri yang khas terhadap suatu eleman visual. Hal itu akan lebih cepat menimbulkan kebosanan visual. Prinsip generalisasi diperlukan untuk menyederhanakan elemen visual menjadi elemen yang paling mendasar

[7] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), h.17
[8] *Ibid*, h.17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga menimbulkan persepsi yang lebih luas dan lebih berumur panjang

d) Penggambaran Objek dalam Bentuk Image yang Presentatif[9]

Gambar dapat berupa fotograf atau gambar informasi berupa

tabel/diagram dan gambar bergerak (animasi dan flm). Gambar

dapat diklasifkasi sebagai gambar latar belakang desain atau gambar objek yang dapat memperjelas informasi.

e) Kesatuan (Unity)[10]

Penggunaan bahasa visual yang harmonis, utuh, dan senada agar materi pesan dipersepsi secara utuh (komprehensif) yang menyatu dan harmonis di dalam sebuah karya grafs. Hal ini menjadi sebuah upaya yang bertujuan memudahkan pengamat desain menangkap sebuah nuansa visual yang tematk dan mempermudah proses pembentukan pemetaan hierarki informasi yang hendak disampaikan.

f) Pemilihan Warna yang Sesuai[11]

Penggunaan kunci warna atau panduan warna berdasar teori warna Munsel, untuk mendapatkan warna-warna yang selaras. Harmoni dalam perpaduan warna dapat membuat nuansa yang berbeda walaupun menggunakan gambar yang sama.

[9] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), h. 18
[10] *Ibid*, h. 18
[11] *Ibid*, h. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g) Tipografi (Font dan Susunan Huruf)[12]

Untuk memvisualkan bahasa verbal agar mendukung isi pesan, baik secara fungsi keterbacaan maupun fungsi psikologisnya, digunakan tpograf secara kreatf sesuai dengan keperluan dan tidak berlebihan. Seorang pakar desainer grafs, William Caslon mengungkapkan: "Tipografi adalah permainan keseimbangan dari suatu kalimat, bentuk halaman, juga sebuah ungkapan visual yang membantu para pembaca memahami pesan yang terkandung dalam konten sebuah halaman".

h) Tata Letak (Layout)[13]

Layout adalah usaha untuk membentuk dan menata unsur-unsur grafs (teks dan gambar) menjadi media komunikasi yang efektf. Jika data/unsur grafs dan warna yang akan dipakai telah dipastikan sebelumnya, selanjutnya kita dapat melakukan proses *layouting*. Peletakan dan susunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik agar memperjelas hierarki/tingkatan perhatian sasaran terhadap semua unsur yang ditampilkan.

i) Unsur Visual Bergerak (Animasi dan/atau Movie)[14]

Animasi/*movie* yang dibuat sebagai daya tarik di media televisi, *web*, dan *gadget*. Sebelumnya dibutuhkan *storyboard*

---

[12] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), h. 19
[13] *Ibid*, h. 20
[14] Leonardo, Andreas, Pengantar Desain Grafis, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelathan, 2016), h. 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang merupakan acuan beberapa gambar untuk panduan proses produksi syutng.

j) Navigasi (Ikon)[15]

Ikon navigasi berfungsi sebagai tanda untuk mengeksekusi arah/ tujuan yang dikehendaki maka gunakan ikon navigasi yang akrab dan konsisten agar efektf dalam penggunaannya. Ikon dirancang sederhana, berkarakter, dan menarik karena fungsinya hanya pemandu.

b. Dakwah

1) Pengertian Dakwah

Dakwah dalam artian luas merupakan segala sesuatu yang mengajak manusia untuk berbuat 'amr ma'ruf nahi munkar yang berarti mengajak manusia untuk berbuat kebajikan dan mencegah kepada hal yang munkar.

Dakwah sendiri telah banyak dilakukan oleh para wali dan ulama sejak dulu dengan berbagai macam metode layaknya para syuhada yang berdakwah melalui perangnya melawan para kaum quraisy serta dakwah wali songo yang memakai berbagai macam cara untuk mengajak masyarakat pada kala itu untuk melakukan hal yang benar dan mencegah dari hal-hal yang salah.

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'ayad'u-da'watan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil.[16] Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut

[15] *Ibid*, h.21
[16] Samsul Munir Amin, (Cet.I), *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikenal dengan panggilan *da'i* artinya orang yang menyeru. Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian *(tabligh)* atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah *muballigh* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan *(message)* kepadapihak komunikan.[17]

Luasnya wilayah dakwah dan peranannya yang besar dalam Islam membuat kita merasa kesulitan dalam merumuskan definisi dakwah secara tepat. Sehingga dakwah itu sendiri memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perubahan karakter secara individu maupun kelompok itu sendiri. Mengingat keadaan jaman saat ini yang sudah banyak prilaku-prilaku manusia yang menyimpang. Maka disinilah peran dakwah itu sendiri sangat dibutuhkan, sebab dakwah itu adalah amanat yang diberikan oleh Allah kepada setiap manusia. Ini membuktikan bahwah dakwah adalah tanggung jawab kita semua, khususnya umat Islam itu sendiri.

Menurut para ahli bahasa kata dakwah ini mempunyai beberapa pengertian yang diantaranya adalah: Mengharap dan berdo'a kepada Allah SWT, seperti dalam firmanNya :

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِى عَنِّى فَإِنِّى قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ ٱلدَّاعِ إِذَا
دَعَانِ ۖ فَلْيَسْتَجِيبُوا۟ لِى وَلْيُؤْمِنُوا۟ بِى لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

[17] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), h. 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: *"Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku. Maka (jawablah) Bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang mendo'akan apabila ia berdoa itu memenuhi (segala perintah) Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran."* **(Q.S. Al-Baqarah (2): 186)**[18]

Definisi dakwah secara terminologi muncul dari pendapat beberapa tokoh, sebagai berikut:

a) Menurut Abdul Munir Mulkhan dakwah adalah aktualisasi atau realisasi salah satu fungsi kodrati seorang muslim, yaitu fungsi kerisalahan berupa proses pengondisian agar sesorang atau masyarakat mengetahui, memahami, mengimani, dan mengamalkan Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup. Maksud dari pengondisian yang berkaitan dengan perubahan tersebut berarti, upaya menumbuhkan kesadaran dan kekuatan pada diri objek dakwah terhadap nilai-nilai Islam.[19]

b) Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak kepada sesuatu. Istilah dakwah berarti mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk, sertamemerintahkan mereka berbuat makruf dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.[20]

c) Quraish Shihab memberi pengertian dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan

[18] Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya edisi revisi* (Surabaya: Mahkota, 1989), h. 45.
[19] Abdul Munir Mulkhan,*Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: Sipress. 1996), h. 205.
[20] Syaikh Ali Mahfudz. (cet. IX),*Hidayah al-Mursyidin: ila Thuruq al- Wa'dhy wa al-Khotobah*, (Kairo: Dar Al-I'tisham. 1979), h.17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sempurna, baik terhadap pribadi dan masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekadar meningkatkan pemahaman dalam laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, dakwah harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.[21]

d) Amrullah Achmad memberikan dua pola pengertian yang ada dalam pemikiran dakwah. *Pertama*, bahwa dakwah diberi pengertian tablig (menyampaikan). *Kedua*, dakwah diberi pengertian semua usaha untuk menanamkan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan manusia. Tablig merupakan sistem usaha menyiarkan dan menyampaikan Islam agar dipeluk oleh individu atau kolektif baik melalui tulisan maupun lisan. Kriteria kedua, dapat diartikan bahwa kegiatan dakwah tidak hanya tablig tetapi meliputi semua usaha mewujudkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan.[22]

e) Menurut Ibnu Taimiyah, dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan menaati apa yang telah diberitakan oleh rasul

[21] Quraish Shihab, (Edisi baru) *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*,(Bandung: Mizan. 2007), h. 304.
[22] Amrullah Achmad, (Cet.II),*Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PLP2M. 1985), hh. 2-3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.[23]

f) Adam Abdullah al-Alury, menyatakan bahwa dakwah adalah mengarahkan pikiran dan akal budi manusia kepada suatu pemikiran atau aqidah yang berguna dan bermanfaat. Dakwah juga merupakan kegiatan mengajak orang untuk menyelamatkan manusia dari kesesatan yang akan menjatuhkannya atau dari kemaksiatan yang ada di sekitarnya.[24]

g) Thoha Yahya Omar, menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.[25]

h) Didin Hafifuddin, menyatakan bahwa dakwah dalam pengertian integralistik merupakan proses yang berkesinambungan yang ditangani para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk jalan Allah Swt. dan secara bertahap menuju kehidupan yang Islami.[26]

Berbagai macam pemahaman mengenai pengertian dakwah sebagaimana disebutkan di atas, meskipun terdapat perbedaan

[23] Samsul Munir Amin, *op.cit.*,(Jakarta: Amzah, 2009), hh. 3-5.
[24] A. Sunarto AS, *Etika Dakwah,* (Surabaya: Jaudar Press, 2015), h. 82.
[25] *Ibid*, h. 83
[26] A. Sunarto AS, *Etika Dakwah,* (Surabaya: Jaudar Press, 2015), h. 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam perumusan, tetapi apabila diperbandingkan satu sama lain, dapatlah diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

a) Dakwah adalah proses penyampaian agama Islam dari seseorang kepada orang lain.
b) Penyampaian ajaran Islam tersebut berupa ajakan kepada jalan Allah dengan *amr ma'ruf* (ajaran kepada kebaikan) dan *nahi mun'kar* (mencegah kemunkaran).
c) Dakwah adalah suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sadar dan terencana dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.

2) Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.[27] Secara etimologi berarti alat perantara. Media dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u.* Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.[28] Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u.*[29]

[27] Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996). h. 35.
[28] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 9.
[29] Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group,2006), h.100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara etimologis sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan.[30] Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.[31] Wilbur Schramm dalam bukunya *Big media Little Media*, tahun 1977, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.[32] Secara bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wushlah at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud.[33]

Menurut Hamzah Ya'qub bahwa media adalah alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah, yang dapat digolongkan menjadi lisan atau tulisan, lukisan, audio visual dan perbuatan atau akhlak.[34]

Dalam menghadapi era globlalisasi informasi dan perkembangan teknologi, dunia dihadapkan pada cepatnya perkembangan informasi. Pemanfaatan alat-alat elektronika sebagai media penyampai informasi kepada masyarakat merupakan bagian dari kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan khalayak. Keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus juga dapat dimanfaatkan untuk penyabaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam. Pelaksanaan

---

[30] Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990). h, 784.
[31] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), h. 131
[32] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), h. 113
[33] Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung,: Widya Padjajaran, 2009) , h. 93.
[34] Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam Seni dan Tehnik Dakwah.* (Bandung: Diponegoro, 1973), h. 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas dakwah bagi muslim bukan hanya sebatas memberikan nasehat di atas panggung melainkan proses dakwah dapat tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media yang ada, bisa dengan harta benda yang dimiliki, bisa dengan perintah atau larangan bagi orang yang mempunyai kekuasaan, bisa memakai senyuman atau hiburan dakwah bagi pendengar.

Banyak media yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah. Media massa seperti koran, radio, televisi, bulletin dan lain sebagainya. Namun ada juga sarana yang dianggap cukup efektif, dapat tersebar luas, tahan lama hingga dapat disimpan dalam waktu lama, selalu dapat didiskusikan untuk penyempurnaannya, dan banyak lagi keunggulan yang dimiliki, walaupun memang tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Sebagai akibatnya buku dapat dijadikan sebagai alternatif yang cukup representatif sebagai sarana dakwah.[35] Penggunaan media komunikasi modern adalah sebuah keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaanya untuk kepentingan menyampaikan ajaran Islam atau dakwah Islam. Setidaknya harus dikemas dalam beraneka macam cara dan sarana dengan satu tujuan dapat berlangsung lebih efektif.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk pemberi arah atau pedoman bagi gerak langkah

[35] Yunus Hasyim Syam, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007), h. 41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).[36]

"*Al-Islaam Shaalihun likulli zamaan wa makaan*" (Islam itu, selalu relevan dengan segala waktu dan tempat). Statement di atas, mengilhami umat Islam untuk selalu berikhtiar dan berusaha semaksimal mungkin, dengan mengerahkan segenap potensi, untuk menerjemahkan /mentransfer doktrin Islam (Al-Qur'an & Al-Hadis) agar senantiasa dapat menjadi pedoman hidup sepanjang hayat. Islam sebagai sebuah agama yang diturunkan pertama kali di Makkah sekitar 15 abad yang silam, sampai saat ini tidak akan pernah usang, dan tidak akan pernah tergantikan oleh doktrin apapun.

Proses kegiatan dakwah sejak dahulu hingga kini sudah dilakukan. Metode dan strategi penyampaiannya juga berbeda-beda, hal ini tentu disesuaikan dengan zamannya. Adapun yang menjadi landasan metode dakwah adalah QS. An-Nahl ayat 125. Dari zaman ke zaman tantangan dakwah semakin kompleks, hal ini pula membuat para pelaku dakwah selalu berusaha untuk mencari strategi dan metode yang tepat agar kegiatan dakwahnya bisa diterima oleh mad"unya.

Pada zaman jahiliah, musuh utama Nabi Muhammad saw. Sebagai penegak panji-panji Islam adalah masyarakat jahiliah yang kafir. Mereka dinamai jahiliah karena mereka awalnya tidak mengenal ajaran monoteisme (*ketauhidan*) sebagaimana halnya

[36] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h.49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

doktrin yang disampaikan oleh Nabi Muhammad saw., mereka adalah penyembah-penyembah berhala. Akan tetapi kita hidup 15 abad setelah diturunkannya Islam pertama kali, kondisi sosial masyarakatnya sangat jauh berbeda dengan kondisi sosial masyarakat yang hidup saat ini. Sebab kita hidup di era global, di mana masyarakat bisa mengakses informasi dengan begitu cepat dari belahan dunia yang lain. Dan hal ini, tentunya sangat berpengaruh pada pola pikir masyarakat, sehingga masyarakat semakin kritis dan selektif.

Sebagai contoh dakwah Nabi Nuh as, hal ini terangkum dalam surat Nuh. Al-Qur'an menjelaskan bagaimana Nabi Nuh as, melakukan dakwahnya. Mulai dari metodenya, prioritasnya, hingga kesabaran yang beliau punya untuk waktu yang lama. Metode dakwah yang beliau pakai senantiasa menyesuaikan pada kondisi umat, kadang beliau berdakwah dengan cara mengingatkan tentang bahaya, kadang dengan keras, kadang pula dengan bersifat lemah lembut, kadang hanya dengan penyampaian saja.[37] Kisah tersebut memberikan wawasan pada umat bahwa dakwah harus mengutamakan aspek humanis, karna dakwah merupaka representasi sejarah peradaban islam yang sarat dengan hikmah. Semangat Nabi Nuh tersebut harus dikontekstualisasikan dalam era berkemajuan seperti sekarang.[38]

---

[37] Wahyu Ilahi dan Harjani Hefni. *Pengantar Sejarah Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 126.
[38] Wahyu Budiantoro. *Dakwah di Era Digital*. Jurnal KOMUNIKA, vol.11 , No.2, Juli-Desember 2017, hh. 276-277.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di era kemajuan teknologi yang sangat pesatnya, bukanlah menjadi hambatan bagi para pendakwah, akan tetapi merupakan tantangan baru. Para pendakwah harus mampu memaksimalkan kemajuan teknologi untuk sesuatu yang bermanfaat. Pemanfaatan teknologi media sosial sangat santer menyentuh berbagai lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada dipedesaan yang ada dipelosok hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, WhatsApp atapun media sosial yang lainnya.

Dengan memanfaatkan media sosial tersebut, para pendakwahnya bisa terus menyebarkan kebaikan untuk mengajak atau menyeru kepada Sang Pencipta. Ada banyak hal yang bisa dilakukan oleh para pendakwah mulai dari membuat gambar-gambar atau video-video yang bernuansa keagamaan,

Perlunya membentuk sebuah management dalam berdakwah, memang sudah ada beberapa pendakwah yang memanfaatkan para remaja untuk ikut serta dalam kegiatan dakwah, menyebarkan ajaran islam. Akan tetapi mereka berperan bukan sebagai juru dakwah, melainkan menjadi penyebar kegiatan dakwah mulai dari merekam, mengedit video atau gambar, lalu mempostingnya diberbagai media sosial yang ada. Hal itu sebagai bentuk penyebarluasan dakwah dengan memanfaatkan media sosial yang ada, sehingga teknologi bisa sangat bermanfaat. Pembentukan management dalam berdakwah tersebut sangatlah perlu dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh para pendakwah, karena hal itu dinilai sangat relevan dengan keadaan jaman saat ini.

Desain Dakwah adalah Dakwah dengan perencanaan sistematis yang disesuaikan dengan berbagai dinamika dan kebutuhan masyarakat sesuai zamannya. Hal ini sejalan dengan pengertian managemen dakwah, yang A. Rosyad Shaleh artikan sebagai proses perencanaan, pengelompokan, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam masing-masing penugasan, kemudian menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan dakwah.[39]

Secara spesifik dalam batasan desain dakwah yang sedang dikaji adalah pada konsep (rancangan) dakwahnya. Mengenai bagaimana Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui team Shift mengelola gambar-gambar dan video yang disesuaikan dengan tema dakwah yang termuat dalam ceramah-ceramahnya. Konsep dakwah yang di desain seperti video-video yang berdurasi satu menit tersebut mampu membuat anak-anak muda kemudian tertarik untuk menyimak dan menyediakan ruang untuk mengenal lebih dalam tentang kajian-kajian keislaman.

2. Kajian Tentang Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media adalah pengantar pesan dari pengirim pada penerima pesan tersebut. *National Education Association (NEA)* atau Asosiasi Tekonologi dan Komunikasi Pendidikan Amerika mendefinisikan:

[39] Rasyad Shaleh, *Managemen Dakwah Islam*. (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), h. 123.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan atau informasi.[40] Menurut Kamus Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. Dari sisi bahasa, media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi.[41]

Menurut Heinich media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*" yang secara harfiah berarti "*perantara*". Yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Sedangkan media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran (*user-generated content*).[42]

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro*

---

[40] Rusman, dkk. Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h. 169
[41] Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990)
[42] Kaplan, Andreas M, Haenlein. Users of the World, Unite! The Challenges and opportunities og Social Media. (Business Horizon, 2010). h. 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan *bookmark sosial*.[43]

Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).[44]

Secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai media *online* (*daring*), yang memungkinkan penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, menciptakan suatu konten atau akun, dan berpartisipasi dalam dunia virtual. Media sosial, internet dan teknologi multimedia adalah suatu kesatuan yang mendorong pada hal-hal baru. Eisenberg menyimpulkan media sosial dalam suatu definisi yang lebih mudah difahami adalah sebagai platform online untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan menciptakan atau membagikan berbagai macam konten digital.[45]

Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:[46]

Pertama, proyek kolaborasi *website*, di mana *user*-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti Wikipedia.

---

[43] Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia), h. 10.
[44] *Ibid*, h.10.
[45] Anindia Lintang Pakuningjati. *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Government*. Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial. Vo 25, No. 2. Desember 2015. h. 6
[46] Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*,(Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), h. 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kedua, blog dan microblog, di mana *user* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter. ***Ketiga***, konten atau isi, di mana para *user* di *website* ini saling membagikan kontenkonten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan Youtube. ***Keempat***, situs jejaring sosial, di mana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*.

Kelima, *virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatar sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.

Keenam, *virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

b. Macam-macam Media Sosial

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook, myspace, plurk, twitter, dan instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.[47]

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses Instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakes media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.[48]

Majunya perkembangan teknologi saat ini berbanding lurus dengan perkembangan sosial media. Sifat dasar manusia yang merupakan makhluk sosial membuat semakin banyaknya jumlah sosial media yang ada terutama di Indonesia. Namun tidak semua sosial media digunakan oleh orang Indonesia. Hanya ada beberapa sosial media yang paling populer di Indonesia. Berikut adalah daftarnya :

1) Facebook
2) Youtube
3) Twitter

[47] Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia), h. 11.
[48] Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia), h. 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Instagram

5) Whatsapp

6) Line

7) Path

8) Tumblr

9) Kaskus

c. Fungsi Media Sosial

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:[49]

1) sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.

2) Social media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ("one to many") menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audienc ("many to many").

3) Social media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Menurut Beart dan Wolf (2001), setidaknya ada enam kriteria yang harus dimiliki agar seseorang dapat diklasifikasikan sebagai pecandu internet. Kriteria kecanduan ini adalah:

1) Pikiran yang terpreokupasi internet. Bermain internet berjam-jam menimbulkan keasyikan tersendiri, perasaan senang secara

[49] http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/. diakses pada tanggal 28
Juni 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlebihan membuat seseorang menunda makan, atau makan menjadi tidak teratur

2) Waktu penggunaan internet semakin bertambah demi pemenuhan kepuasan diri. Bermain internet melebih 8 jam dalam sehari akan menyita banyak waktu, apalagi bila waktu online di mulai malam hari akan menyita waktu tidur
3) Pernah mencoba namun gagal untuk mengendalikan, mengurangi atau berhenti menggunakan internet. Bermain internet dan komputer beberapa jam akan menimbulkan kelelahan, apalagi bila melebihi 8 jam setiap harinya
4) Aktivitas online melebihi waktu yang direncanakan. Banyak individu yang teradiktif mengatakan akan bermain online hanya sebentar saja, namun mereka justru online sampai beberapa jam atau hamper setengah hari, akibatnya banyak waktu yang terbuang, sementara beberapa pekerjaan lain yang semestinya dapat selesai dikerjakan akan terpakai untuk menggunakan computer
5) Mengalami masalah atau mempunyai resiko kehilangan hubungan pribadi, kehilangan pekerjaaan, kehilangan kesempatan pendidikan, dan kehilangan karir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pemuda Hijrah

a. Hijrah

1) Pengertian Hijrah

Secara bahasa hijrah berasal dari kata *hajara* artinya memutuskan hubungan[50], yaitu pindah dari suatu daerah ke daerah lain, sedangkan menurut istilah, hijrah adalah keberangkatan Nabi Muhammad Saw. dari kota Mekah ke Madinah.[51]

Hijrah menurut etimologi berasal dari bahasa arab *hijratun* isim masdar dari kata *hajara-yahjuru-hajran* yang artinya meninggalkan *(tarakahu)*, memutuskan (khota'ahu)[52]

Sedangkan hijrah menurut terminologi atau syara' para ulama memberikan definisi yang berbeda disebabkan karena banyaknya makna yang terkandung dalam hijrah. Menurut Ahzami Samiun Jazuli definisi hijrah secara syar'i yang layak dikaji adalah:

Pertama, menurut ar-Raghib al-Asfahani *al-Hijru* atau *al-Hijran* yang artinya seseorang yang meninggalkan yang lainnya, baik secara fisik perkataan, bahkan hati.[53]

Hijrah merupakan fase penting seseorang untuk memperbaiki diri. Hijrah yang secara harfiah berarti "meninggalkan" merupakan roh yang menjiwai gerakan seorang Muslim. Hijrah kemudian sering kali dimaknai sebagai perpindahan atau peralihan dari satu ke lain kondisi.

---

[50] Abu Su'ud, *Islamologi*, (Jakarta: P.T. Rineka Cipta, 2003), h. 34
[51] Ahsin W. Al-Hafidz, *Kamus Ilmu al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2008)
[52] Ahmad Warson Al Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1997), h.1489
[53] Ar-Raghib al-Asfahani, *Mu'jam Mufrodat li al-Fazh al-Qur'an*, (Beirut: Dār al-Fikr, 2008), h. 568.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hijrah ialah perpindahan dari negeri kaum kafir atau kondisi

peperangan (*dar al-kufri wa al-harbi*) ke negeri muslim (*dar al-Islam*).

Ahzami Samiun Jazuli yang mengutip pendapat diatas yang kemukakan oleh Ibn Arabi, Ibn Taimiyah dan Ibn Hajar. Menurut mereka negeri kafir yaitu negeri yang dikuasai atau pemerintahannya dijalankan oleh orangorang kafir dan hukum yang dilaksanakan hukum mereka.

Ahzami Samiun Jazuli yang mengutip pendapatnya Ibn Taimiyah, yaitu "sebuah negeri dikatakan sebagai *dar al-kufri*, *dar al-iman* dan *dar al-jasad* bukan karena hakikat yang ada pada negeri itu, tetapi karena sifat dari penduduknya. Suatu negeri yang dihuni oleh kaum mu'min yang bertakwa, pada saat itu negeri tersebut adalah negeri para wali Allah. Suatu negeri yang dihuni oleh kaum kafir pada saat itu negeri tersebut adalah negeri kafir. Suatu negeri yang dihuni oleh kaum fasik, pada saat itu negeri tersebut adalah negeri fasik. Jika penduduk negeri itu bukan seperti yang disebutkan tadi, status negeri tersebut sesuai kondisi penduduknya saat itu.[54]

Kedua, mendefinisikan hijrah yakni perpindahan dari negeri orangorang dzalim (*dār al-zhulmi*) ke negeri orang-orang

[54] Ahzami Samiun Jazuli, *Hijrah dalam Pandangan al-Qur'an,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2006),
h. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adil (*dār al-adli*) dengan maksud untuk menyelamatkan agama. Pendapat ini disetujui oleh Ulama khalaf.[55]

Ketiga, pendapat ini dikemukakan oleh Ibn Arabi menyetujui
pendapat yang pertama yang telah dijelaskan, tetapi lebih cenderung
kepada makna yang lebih luas, yaitu sebagai berikut:[56]

a. Meninggalkan negeri yang diperangi menuju negeri Islam.
b. Meninggalkan negeri yang dihuni oleh ahli bid'ah.
c. Meninggalkan negeri yang dipenuhi oleh hal-hal yang haram,
   sedangkan mencari yang halal ialah kewajiban tiap muslim.
d. Melarikan diri demi keselamatan jiwa dan harta.

Keempat, hijrah menurut orang-orang sufi adalah pergi untuk
mendekatkan diri dengan kebiasaan-kebiasaan baik, berbeda pendapat
untuk menganalisis suatu permasalahan, meninggalkan dosa-dosa dan
kesalahan, meninggalkan hal-hal yang menjauhkan diri dari kebaikan, dan inilah posisi yang dialami oleh Nabi Ibrahim AS.[57]

Dapat disimpulkan bahwa definisi hijrah adalah perpindahan baik secara fisik atau non-fisik yang dilakukan oleh

[55] *Ibid*, h. 18
[56] *Ibid*, h. 19
[57] Ahzami Samiun Jazuli, *Hijrah dalam Pandangan al-Qur'an,* h. 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setiap orang untuk tujuan yang lebih baik, halal, aman dan tentram dari keadaan sebelumnya.

Syekh Ibnu Abbad mengatakan bahwa hijrah kepada Allah dan rasul-Nya adalah tuntutan secara eksplisit terhadap manusia untuk membulatkan hati semata-mata untuk Allah dan larangan secara implisit untuk memberikan hati untuk segala hal duniawi.

Artinya, "Kata 'maka hijrahnya kepada Allah dan rasul-Nya' mengandung pengertian berpindah dari alam kepada Penciptanya. Inilah yang dituntut dari seorang hamba. Tuntutan ini diungkapkan dengan sangat eksplisit. Sedangkan kata 'maka hijrahnya kepada sasaran hijrahnya' mengandung pengertian kebersamaan dengan alam dan hanya berpindah-pindah di dalamnya. Ini yang dilarang dari seorang hamba. Larangan ini diisyaratkan secara implisit. Oleh karena itu, seorang murid hendaknya memiliki semangat dan cita-cita yang muia sehingga tidak lagi berpaling sama sekali kepada yang lain dan alam,"[58]

2) Fenomena Hijrah

Belakangan, kata 'hijrah' santer terdengar di berbagai kalangan ramai di media sosial. Gerakan berhijrah populer di kalangan anak-anak muda, pelajar, mahasiswa dan kalangan professional. Mulai dari selebritis hingga orang biasa, bahkan teman dekat dan saudara kita.

Mereka yang memutuskan berhijrah biasanya ditandai dengan berubahnya penampilan, dari yang tidak tertutup menjadi

[58] Ibnu Abbad, *Gayatul Mawahibil Aliyyah Juz I*, (Indonesia, Al-Haramain Jaya: 2012), h. 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertutup. Tak hanya itu, orang-orang yang berhijrah juga menjadi lebih rajin mempelajari ilmu agama dan berupaya menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena hijrah juga ditampakkan dalam atribut kesalehan lahiriah, semisal dari tidak berjilbab sama sekali menjadi berjilbab lebar-lebar, tidak berjenggot hingga memanjangkannya lebat-lebat, dan semisalnya.

Hijrah sebagaimana fenomena religio-sosial, tidak muncul dengan sendirinya dalam ruang kosong. Fenomena hijrah muncul di tengah derasnya arus moderniasi dan globalisasi yang terjadi di kota-kota di Indonesia pasca terbukanya katup-katup demokrasi yang ditandai dengan lengsernya orde baru. Hal ini mengisyaratkan bahwa ada hubungan antara hijrah sebagai bagian dari ritus keagamaan dengan tuntutan modernitas.[59]

Diakui atau tidak, modernisasi dan globalisasi yang terjadi di Indonesia membawa dampak yang signifikan terhadap perubahan lanskap keberagamaan masyarakat Indonesia, terlebih bagi masyarakat muslim kota.

Di satu sisi, melalui modernisasi dalam bidang teknologi komunikasi, masyarakat muslim semakin menampakkan eksistensinya dalam menjalankan ritus keagamaan di ruang publik. Spirit keislaman mewujud dalam program televisi, bank syari'ah, wisata halal, sertifikasi halal dan sebagainya. Tetapi di sisi lain modernisasi juga berdampak terhadap bergesernya nilai dan

[59] Salah Kaprah Makna Hijrah - Islami[dot]co.html, diakses pada tanggal 1 Juli 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orientasi keberagamaan, sebagaimana yang terjadi dalam fenomena hijrah.

Istilah hijrah sebagaimana yang lazim dipahami merupakan terma yang berkembang dalam Islam yang disandarkan pada peristiwa hijrah-nya (pindah) Rasulullah dari Makkah ke Madinah. Dalam hal ini, hijrah tidak hanya dimaknai berpindah secara fisik dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga berpindah dari satu keadaan ke keadaan lain. Singkatnya hijrah menandai momentum perpindahan dan perubahan dalam diri seseorang dari keburukan menuju kebaikan.[60]

Akan tetapi ada yang khas dengan pemaknaan hijrah dalam konteks fenomena hijrah yang berkembang di kalangan pemuda dan pemudi muslim perkotaan saat ini. Yakni penekanan makna hijrah pada aspek eksitensialnya, bukan pada aspek substansialnya.

Bagi kaum perempuan hijrah akan senantiasa dikaitkan dengan perubahan cara berbusana yang lebih islami. Tata cara berbusana yang islami merujuk kepada cara berpakaian seorang muslim atau muslimah yang menutup aurat. Oleh karena itu wacana hijrah bagi perempuan tidak bisa dilepaskan dari seputar penggunaan jilbab, cadar dan busana-busana muslimah lainnya.

Tidak jauh berbeda dengan kaum perempuan, busana juga menjadi perhatian bagi kaum laki-laki. Biasanya fokus perhatiannya pada celana yang digunakan. Dalam menggunakan celana laki-laki dilarang untuk *isybal* (celana yang panjangnya

[60] Salah Kaprah Makna Hijrah - Islami[dot]co.html, diakses pada tanggal 1 Juli 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melebihi mata kaki) karena merupakan wujud dari kesombongan. Selain itu kaum laki-laki juga dianjurkan untuk memanjangkan jenggot dan mencukur kumis sebagai perwujudan dari sunnah rasul.

Perubahan berikutnya yang juga tidak bisa dilepaskan dari wacana seputar hijrah adalah penggunaan istilah-istilah kata yang diambil dari bahasa arab. Beberapa kata yang sering digunakan adalah "*ukhti"* untuk menyebut saudara perempuan, "*akhi"* untuk menyebut saudara laki-laki, "*ana"* untuk menyebut aku/saya, "*anta/antum"* untuk menyebut kamu/kalian "*na'am/la"* untuk menyatakan iya/tidak dan beberapa istilah tambahan lain seperti *fillah* dalam kata *ukhti fillah* dan *akhi fillah*. Fenomena ini berkembang dikalangan pemuda dan pemudi perkotaan yang mengaku sedang berhijrah.[61]

Terlepas dari segala macam pembelaan yang menyatakan bahwa fakta-fakta di atas merupakan tahapan awal dalam berhijrah, tetap saja hal itu menunjukkan adanya bentuk narsisme atau keinginan untuk diakui. Dalam hal ini telah terjadi pergeseran nilai dalam menjalankan ritus keagamaan dari semua bernilai etis-ideologis menjadi estetis-eksistensialis.

Disadari atau tidak terlalu fokus pada penekanan makna hijrah pada aspek eksistensial memiliki dampak negatif terhadap relasi sosial. Faktanya, kebanyakan orang yang berhijrah, mengalami keretakan hubungan sosial dengan teman atau kawan

[61] Salah Kaprah Makna Hijrah - Islami[dot]co.html, diakses pada tanggal 1 Juli 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lamanya yang belum berhijrah. Hal ini dikarenakan konstruksi berfikir hijrah yang menekankan pada aspek eksistensial sebagaimana yang dijelaskan di atas, serta cenderung membuat dikotomi antara "aku yang sudah berhijrah" dan "mereka yang belum berhijrah".

Terlebih jika ini didasarkan pada konsepsi negatif terhadap orang-orang yang tidak memakai atribut yang sama dengan dirinya, tidak memanjangkan jenggot dan mencukur kumis sebagaimana yang ia lakukan.

Oleh karena itu makna hijrah harus dikembalikan pada asalnya. Bahwa hijrah bukan hanya terbatas pada aspek eksistensi saja. Tetapi hijrah harus mampu menembus batas-batas fisik, karena sejatinya hijrah bukan hanya persoalan sudah bercadar atau tidak, hijrah bukan persoalan seberapa besar kerudungmu, seberapa *cingkrang* celanamu, juga bukan seberapa panjang jenggotmu. Hijrah itu tentang bagaimana kita memperbaiki hubungan kita kepada Allah, kepada manusia dan kepada alam sekitar.

b. Pemuda

1) Pengertian Pemuda

Pemuda adalah individu yang bila dilihat secara fisik sedang

mengalami perkembangan dan secara psikis sedang mengalami perkembangan emosional, sehingga pemuda merupakan sumber daya manusia Pembangunan baik saat ini maupun nanti yang akan menggantikan generasi sebelumnya. Pemuda adalah individu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang stabil. Pemuda menghadapi masa perubahan sosial maupun kultural.

Terdapat Banyak definisi tentang pemuda, Baik definisi secara

fisik ataupun psikis tentang siapa figure yang pantas disebut pemuda serta apakah pemuda selalu diasosiasikan dengan semangat dan usia. Menurut Taufik Abdulah, pemuda adalah individu dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang stabil. Pemuda menghadapi masa perubahan sosial maupun cultural. Dalam hal ini, princeton mendefinisikan kata pemuda *(youth)* dalam kamus websternya sebagai *" the time of life between childhood and maturity; early maturity; the state of being young or immature or inexperienced; the freshness and vitality characteristic of a young person*''.[62]

Menurut mukhlis (2007:1) "pemuda adalah suatu generasi yang dipundaknya dibebani bermacam-macam harapan, terutama dari

generasi lainya. Hal ini dapat dimengerti karena pemuda diharapkan sebagai generasi penerus, genrasi yang harus mengisi dan melangsungkan estafet pembangunan secara berkelanjutan".

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan pasal 1 ayat (1), mendefinisikan bahwa " Pemuda

[62] Taufik Abdullah, Yasin, Pemuda dan perubahan sosial, (Jakarta: LP3ES, 1974), h. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah warga negara Indonesia Yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun".

Ada beberapa hakekat kepemudaan yang ditinjau dari dua asumsi:[63]

a) Penghayatan mengenai proses perkembangan manusia bukan

sebagai suatu kontinum yang sambung menyambung tetapi fragmentaris, terpecah-pecah, dan setiap fragmen mempunyai

artinya sendiri-sendiri. Pemuda dibedakan dari anak dan orang tua dan masing-masing fragnen itu mewakili nilai sendiri.

b) Merupakan tambahan dari asumsi wawasan kehidupan ialah posisi pemuda dalam arah kehidupan itu sendiri.Pemuda sebagai suatu subjek dalam hidup, tentulah mempunyai nilai sendiri dalam mendukung dan menggerakan hidup bersama. Hal ini hanya bisa terjadi apabila tingkah laku pemuda itu sendiri ditinjau sebagai interaksi dalam lingkungannya dalam arti luas.

2) Jenis-jenis Pemuda

Ada jenis-jenis pemuda dikaji dari perannya dalam masyarakat:

a) Jenis pemuda urakan

[63] Taufik Abdullah, Yasin, Pemuda dan perubahan sosial, (Jakarta: LP3ES, 1974), h. 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yaitu pemuda yang tidak bermaksud untuk mengadakan perubahan–perubahan dalam masyarakat. Tidak ingin untuk mengadakan perubahan dalam kebudayaan, akan tetapi ingin kebebasan bagi dirinya sendiri, kebebasan untuk menentukan kehendak diri sendiri.

b) Jenis pemuda nakal

Pemuda-pemuda ini tidak ingin, tidak berminat dan tidak bermaksud untuk mengadakan perubahan dalam masyarakat ataupun kebudayaan, melainkan berusaha memperoleh manfaat dari masyarakat dengan menggunakan tindakan yang mereka anggap menguntungkan dirinya tetapi merugikan masyarakat.

c) Jenis Pemuda Radikal

Pemuda-pemuda radikal berkeinginan untuk mengadakan perubahan revolusioner. Mereka tidak puas, tidak bisa menerima kenyataan yang mereka hadapi dan oleh sebab itu mereka hadapi dan oleh sebab itu mereka berusaha baik secara lisan maupun tindakan rencana jangka panjang asal saja keadaan berubah sekarang juga.

d) Jenis Pemuda Sholeh

Pemuda yang dalam setiap tingkah lakunya sehari – hari selalu berpegang teguh terhadap agamanya. Melakukan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Ciri utama dari pendekatan ini melingkupi dua unsur pokok yaitu unsur lingkungan atau ekologi sebagai keseluruhan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedua,unsur tujuan yang menjadi pengarah dinamika dalam lingkungan itu. Keseimbangan antara manusia dengan lingkungannya adalah suatu keseimbangan yang dinamis, suatu interaksi yang bergerak.Arah gerak itu sendiri mungkin ke arah perbaikan mungkin pula ke arah kehancuran.[64]

Ada beberapa kedudukan pemuda dalam pertanggung-jawabannya atas tatanan masyarakat, antara lain:

a) Kemurnian idealismenya
b) Keberanian dan Keterbukaanya dalam menyerap nilai-nilai dan gagasan-gagasan yang baru
c) Semangat pengabdiannya
d) Sepontanitas dan dinamikanya
e) Inovasi dan kreativitasnya
f) Keinginan untuk segera mewujudkan gagasan-gagasan baru
g) Keteguhan janjinya dan keinginan untuk menampilkan sikap dan keperibadiannya yang mandiri
h) Masih langkanya pengalaman-pengalaman yang dapat merelevansikan pendapat, sikap dan tindakanya dengan kenyataan yang ada.

B. Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*). Teori ini berbicara tentang pengorganisasian pesan atau informasi yang dikemukakan oleh Martin Feishbein yang berasumsi bahwa *"The Information-integration approach*

[64] Taufik Abdullah, Yasin, *Pemuda dan perubahan sosial*, (Jakarta: LP3ES, 1974), h. 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

centers on the ways people acumulate an organize informations about some, object, situation, or idea, to form attitude toward a concept"[65]. (mengorganisir akumulasi dan mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut.) Teori ini menjelaskan bahwa semua informasi memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi orang agar memiliki sikap tertentu. Mengenai besar tidaknya pengaruh tersebut, tergantung pada Valensi dan Bobot Penilaian.

Valensi atau tujuan, merupakan ukuran tentang sejauh mana suatu informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah dimiliki sebelumnya. Hal ini memberikan pengaruh pada kekuatan informasi untuk membentuk sikap. Sedangkan Bobot penilaian berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Hal ini sebagaimana yang dikatakan Littlejohn, "Seberapa besar informasi tersebut dapat dipercayai kebenarannya, maka ia akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap infomasi itu dan juga sebaliknya, jika informasi kurang dipercaya kebenarannya maka penilaian yang diberikan akan rendah". Dari dua aspek ini akan efektif dalam mempengaruhi sikap seseorang jika keduanya berjalan secara bersamaan dan imbang, dalam artian jika suatu informasi memiliki tingkat valensi yang tinggi, namun tidak didukung oleh bobot penilaian yang setara, maka pengaruhnya pada diri seseorang terbilang kecil.[66]

---

[65] Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Comunication*. Edisi ke-5, (Belmont-California, Wadsworth, 2009), hh. 137-138
[66] Littlejohn, 2009: hh. 111-112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam kajian teori integrasi informasi, dengan adanya akumulasi informasi yang diserap oleh seseorang, akan menimbulkan beberapa hal, yakni:

1. Informasi dapat merubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek.
2. Informasi dapat merubah kredibilitas kepercayaan seseorang yang sudah dimilikinya.
3. Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap.[67]

[67] Littlejohn, 2009: 234-235

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan suatu usaha atau proses untuk mencari jawaban atas suatu pertanyaan atau masalah dengan cara yang sabar, hati-hati, terencana, sistematis atau dengan cara ilmiah. Dengan tujuan untuk menemukan fakta-fakta atau prinsip-prinsip, mengembangkan dan menguji kebenaran ilmiah suatu pengetahuan.[1]

Metodologi penelitian juga merupakan serangkaian hukum, aturan, dan tata cara tertentu yang diatur dan ditentukan berdasarkan kaidah ilmiah dalam menyelenggarakan suatu penelitian dalam koridor keilmuan tertentu yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.[2]

Metode penelitian berfungsi sebagai pedoman dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan sebagai acuan dasar. Metode penelitian akan sangat menjadi alat dalam melakukan analisis data yang ada sehingga dapat menemukan kesimpulan tersebut.

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang meneliti tentang fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh sesuai dengan kondisi sebenarnya dengan menggunakan berbagai sumber data, dan dilakukan pada kondisi yang sebenarnya.[3]

Penelitian studi kasus ini penulis fokuskan pada fenomena dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Gerakan Pemuda Hijrah "Shift", karena itu diperlukan berbagai data dari banyak sumber untuk memahami peristiwa yang terjadi. Shift

---

[1] Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h. 12.
[2] Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta; Salemba Humanika 2010), h. 3
[3] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*, h. 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergerak menyampaikan dakwah tersebut melalui media sosial, sehingga dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan metode etnografi virtual untuk mengamati kehidupan virtualnya dengan ciri utama yaitu memahami realitas virtual sebagai objek penelitian. Realitas virtual yang dimaksud adalah representasi dari interaksi yang dibangun antara peneliti dan objek melalui data dan pesan. Dimulai dengan penelitian melalui chatting untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, membangun dan mengatur hubungan yang diciptakan oleh media digital. Setelah informasi terkumpul, maka obserasi dilakukan untuk mengkonfirmasi informasi tersebut, sehingga tidak terjadi ketimpangan pada data.[4]

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif (*qualitative research*) dengan mengemukakan prosedur penelitian yang menghasilkan data bersifat deskriptif. Pendekatan ini diarahkan pada individu secara *holistik*. yaitu penafsiran terhadap data dalam hubungannya dengan beberapa aspek yang mungkin ada.[5] Penulis merangkum sejumlah data besar yang masih mentah menjadi informasi yang akan diinterpretasikan terhadap pembahasan Desain Dakwah di Media Sosial oleh Ust. Teuku Hanan Attaki melalui Gerakan Pemuda Hijrah "Shift".

Karakteristik penelitian kualitatif terletak pada objek yang menjadi fokus penelitian. Model metode ini dalam pengamatan terhadap data penelitian tidak dibatasi dan diisolasi dengan variabel, populasi, sampel serta hipotesis.

[4] Moch. Choirul Arif, ETNOGRAFI *VIRTUAL Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*. Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol.2, No. 2, Oktober 2012 . ISSN: 2088-981X. hh. 70-172

[5] Kaelan, *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*, (Yogyakarta: Paradigma, 2010), h.5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu yang utuh.[6] Demikian pula model metode kualitatif tidak menggunakan model kuantum serta cara pengukuran secara kuantitatif.

Metode kualitatif digunakan karena dapat menyesuaikan diri dengan penajaman oleh pengaruh bersama dan terhadap pola nilai yang dihadapi. Metode ini lebih mudah digunakan ketika berhadapan dengan kenyaataan ganda dan metode ini juga menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dan informan, metode ini.[7]

Alasan penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini karena penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti. Selain itu metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistik. Artinya yang menjadi objek penelitian bukan sesuatu yang dimanipulasi, karena memang berkembang apa adanya. Sehingga, kehadiran peneliti tidak akan terlalu mempengaruhi dinamika dari objek yang diteliti.[8]

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan etnografi media. Dengan alasan, penulis akan mempelajari arti atau makna dari setiap simbol, perilaku, bahasa, kebiasaan, interaksi yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki dalam berdakwah melalui Shift. Karena penulis melakukan studi lapangan yang berproses melakukan pengamatan dan menghasilkan sebuah kesimpulan akhir dari sebuah penelitian.

---

[6] Lexi J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 4.
[7] *Ibid*, hh. 9-10.
[8] Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Rosdakarya, 2001), h. 163.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendekartan etnografi meliputi elemen-elemen inti sebagai berikut:[9]

a. Penggunaan penjelasan yang detail.
b. Gaya laporan bersifat cerita (story telling)
c. Menggali tema-tema tentang peran dan perilaku masyarakat.
d. Menjelaskan kehidupan keseharian orang-orang (*everyday life of persons*).
e. Laporan keseluruhan perbaduan antara deskriptif, analisis dan interpretatif.

Etnografi muncul dari antropologi budaya (Neuman, 2000:347). Etno berarti orang atau *folk*, sedangkan *grafi* mengacu pada penggambaran sesuatu. Oleh karena itu etnografi berarti suatu budaya dan pemahaman cara hidup orang lain dari sisi *the native's point of view.*[10] Etnografi komunikasi merupakan penerapan metode etnografi pada pola-pola komunikasi kelompok. Pada dasarnya etnografi komunikasi merupakan metode implikasi sederhana di mana di dalamnya terdapat pola komunikasi yang dimiliki oleh sekelompok individu. Etnografi komunikasi melihat dari beberapa hal diantaranya; pola komunikasi, pendefinisian kegiatan komunikasi, waktu dan tempat kegiatan kelompok, proses kegiatan komunikasi yang membentuk komunitas, dan keragaman kode.[11] Penulis menggunakan metode ini untuk meneliti bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan oleh anggota terkait dalam suatu komunitas budaya.

Di era globalisasi ini, budaya baru yang tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi muncul sebagai

[9] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 34.
[10] Tri Nugroho Adi, *Etnografi dalam Komunikasi*, Diakses pada 26 Desember 2018 dalam http://www.google.com/amp/s/sinau.komunikasi.etnografi-dalam-komunikasi/amp/2011.
[11] Littlejohn dan Foss, 2009: 460).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dampaknya. Masyarakat tidak lagi disibukkan dengan komunikasi dan pertemuan secara langsung, namun sudah beralih pada budaya media sosial. Komunikasi yang sebelumnya begitu massif dilakukan oleh masyarakat secara tatap muka atau langsung, sekarang tanpa ada batasan jarak dan waktu hanya dilakukan melalui media sosial. Diantaranya WhatsApp, Instagram, Youtube dan lain sebagainya.

Kajian etnografi yang biasanya digunakan pada penelitian budaya ikut membuka diri dan berkembang sesuai dengan pesatnya tekonologi informasi dan komunikasi. Budaya masyarakat kini bergeser pada budaya virtual, dimana masyarakat banyak menuangkan ide-ide pemikiran, atau memberitahukan kegiatan sehari-hari dengan menggunakan simbol-simbol yang disampaikan melalui media atau akunnya. Kajian etnografi melihat bagaimana budaya tersebut mempengaruhi masyarakat dan mengkajinya menggunakan analisis yang disesuaikan dengan realitas virtual.[12] Etnografi di dunia maya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikasi dan implikasi dari pengguna internet dan dinamai etnogragi virtual.[13]

Etnografi media adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial sebagai sebuah kultur dan artefak kultural, seperti bagaimana pola komunikasi, hingga kegiatan apa saja yang dilakukan dalam suatu kelompok virtual di media tersebut.[14]

---

[12] Moch. Choirul Arif, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No. 2, Oktober 2012 . ISSN: 2088-981X hh. 170-172

[13] Zainal Abidin A dan Rahma Ida, Ernografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian, The Journal of Society and Media, 2018, Vol. 2 (2) yang mengutip pernytaan dari Cristine Hine, 2000, h. 131

[14] Nasrullah, Ruhli. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014). H. 171-172

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis Etnografi Media dilakukan dengan dua acara, yaitu secara online dan secara offline. Analisis online adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan data yang terkumpul secara online, atau melalui media sosial. Sedangkan analisis offline adalah analisis yang dilakukan secara langsung dengan mengikuti kegiatan dan melakukan suatu observasi atau wawacanra.

Dalam penelitian etnografi, analisis data tidak dilakukan diakhir pekerjaan, tapi dilakukan pada saat melakukan pekerjaan. Karena analisis data tidak perlu menunggu data terkumpul banyak. Analissi data yang dilakukan pada saat penelitian akan memperkaya peneliti untuk menemukan pertanyaan baru terkait data yang diperoleh, sehingga dengan munculnya pertanyaan baru ini, akan memperkaya dan memperdalam penelitian yang dilakukan.[15]

Langkah-langkah yang dilakukan dalan Etnografi Media adalah Mengidentifikasi masyarakat secara proaktif, Melakukan negosiasi akses, Melakukan kontak dengan melakukan observasi partisipan, Wawancara Mendalam (Online atau Offline), dan mengembalikan hasil beserta riset jika bertujuan untuk menghasilkan perubahan emansipatoris dan meningkatkan kemampuan belajar komunitas. [16]

B. Subyek dan Obyek Penelitian

Yang menjadi subyek pada penelitian penulis adalah Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Pemuda Hijrah (Shift) yaitu president Shift, Kang Harir Hakim, dan Kang Inong sebagai penggagas Shift yang berkantor di Masjid Al-Latiif, Cihapit, Bandung Jawa Barat. Subjek ini berdasarkan judul penulis

[15] Moch. Choirul Arif, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No. 2, Oktober 2012 . ISSN: 2088-981X h. 177.
[16] *Ibid*, h. 178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menyoroti dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki yang di dukung oleh gerakan Pemuda Hijrah. Penulis mencoba menemui subjek di acara-acara yang di adakan di berbagai daerah dan menemui langsung di sekretariatnya di Bandung.

Sedangkan obyek penelitiannya adalah mengenai Ilmu Dakwah. Menurut Ahmad Ghalwasy ilmu dakwah adalah program lengkap yang mencakup berbagai pegetahuan yang dibutuhkan manusia untuk mengetahui tujuan hidup mereka dan mengungkap rambu-rambu kehidupan orang-orang yang baik.[17] Tim penyusun Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah merumuskan pengertian ilmu dakwah, yakni kumpulan pengetahuan yang berasal dari Allah SWT yang dikembangkan oleh umat islam dalam susunan yang sistematis dan terorganisir mengenai manhaj melaksanakan kewajiban dakwah dengan tujuan ikhtiar mewujudkan khairul ummah[18]

C. Jenis dan Sumber Data

Data adalah seluruh informasi empiris dan dokumentatif yang diperoleh di lapangan sebagai pendukung ke arah konstruksi ilmu secara ilmiah dan akademis. Data penelitian adalah *things know or assumed*, yang berarti bahwa data itu sesuatu yang dianggap atau diketahui.[19]

Menurut Lofland[20], sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian, jenis data ada dua, yakni data primer dan data sekunder.

---

[17] Sad ‘Ali Ibn Muhammad Al-Qohthoniy, fiqhu al-da’wah fi shahih al-Imam al-Buhkariy, Maktaba Syamela

[18] Tim Penyusun Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah, Kurikulum Nasional Fakultas Dakwah IAIN, (Jakarta, Departemen Agama RI, 1994), h. 7.

[19] Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013), h. 99

[20] Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Rosdakarya, 2006), h. 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Sumber data primer

Berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian, data dapat direkam ataupun dicatat[21]. Data primer yang diambil langsung dari informan yaitu:

a. Ustadz Teuku Hanan Attaki sebagai pendakwah
b. Kang Harir Hakim sebagai President Pemuda Hijrah (Shift)
c. Kang Inong sebagai penggagas Shift
d. Kang Tedy sebagai anggota Shift di bagian Merchandise
e. Kang Iqrar sebagai anggota Shift di bagian Merchandise
f. Kang Bohay sebagai anggota Shift di bagian Merchandise
g. Kang Wildan sebagai anggota Shift di bagian Humas

2. Sumber Data Sekunder

Adalah sumber data pelengkap dan bersifat menguatkan data primer. Sumbernya berasal dari literatur, dokumen, serta data yang diambil dari media sosial dan akun-akun perserorangnya seperti:

a. Grup WhatsApp Keluarga TanyaUHA Jatim
b. Email Shift info@pemudahijrah
c. Akun Instagram Shift @shiftmedia.id
d. Akun Twitter Shift @PemudaHijrah
e. Blog TanyaUHA https://www.hananattaki.com
f. Blog Shift https://pemudahijrah.id

[21] Jonathan sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 209

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi data sekunder adalah data yang bersumber gambar dan video yang ada di media sosial, serta buku-buku dan jurnal yang didapatkan diberbagai literasi.

D. Tahap-tahap Penelitian

Dalam tahapan ini, penulis melakukan tahapan penelitian sebagai berikut:

1. Identifikasi Masyarakat Secara Proaktif

Tahapan pertama yang penulis lakukan adalah menentukan dan memilih topik penelitian. Penentuan topik ini berguna untuk menentukan ke mana penelitian ini akan dibawa. Namun, topik penelitian disini masih bersifat sangat umum, sehingga perlu untuk diadakan pemfokusan dengan pertanyaan-pertanyaan.

Selanjutnya topik tersebut harus diturunkan sampai tingkatan yang mudah dioperasionalkan, sehingga data dan informasi yang akan digali menjadi jelas. Fokus penelitian tersebut dapat diperoleh melalui penyusunan pertanyaan penelitian (*research questions*) atau rumusan masalah (*problem statement*) yang berhubungan dengan topik tersebut. Pertanyaan tersebut adalah seputar rumusan masalah, yaitu meliputi konsep dan proses dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Shift.

Disamping itu, pada tahapan ini penulis sebagai etnografer mencoba untuk memasuki komuitas virtual dengan agenda emansipatoris, yaitu dengan memberikan kesempatan kepada komunitas untuk melakukan identifikasi terhadap penelitian yang penulis lakukan (Comstock, 1982). Komunitas virtual yang etnografer masuki adalah Komunitas Grup WhatsApp Keluarga Tanyauha Jatim. Grup tersebut berisi informasi terkait event-event yang dilakukan oleh regional Jawa Timur yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melibatkan Shift. Tapi juga terdapat informasi seputar kegiatan Shift diluar Jawa Timur.

2. Melakukan Negosiasi Akses

Penulis menjadi salah satu member di blog Tanyauha yang berisi tentang tanya jawab member dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki secara langsung, sistemnya member atau jama'ah menyampaikan pertanyaan seputar keislaman yang ingin mereka ketahui, kemudian Ustadz Teuku Hanan Attaki menjawabnya melalui sebuah video. Jadi video-video yang ada didalamnya adalah jawaban eksklusif dari pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan oleh jama'ah yang sudah menjadi member dalam blog tersebut.

Untuk menjadi salah satu member penulis membeli satu voucher di agenda kegiatan Nongkrong Bareng UHA yang diadakan di Surabaya sebagai peringatan Hari Sumpah Pemuda. Voucher tersebut berisi kode yang dimasukkan untuk mendaftar menjadi salah satu member. Ketika mendaftar penulis dibantu oleh beberapa regional yang penulis temui di agenda tersebut, yaitu Mbak Bella yang merupakan Regional Surabaya dan Mbak Levira yang merupakan Regional Asisten dari Sidoarjo.

Dari perkenalan tersebut penulis menyampaikan maksud untuk mengetahui tentang Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift lebih dalam. Penulis juga menyampaikan tentang penelitian terkait desain dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki, dan mereka mendukung penulis untuk melalukan pengamatan lebih jauh. Penulis akhirnya dimasukkan dalam grup keluarga tanyauha di WhatsApp yang berisi regional dari berbagai daerah. Dari grup tersebut, penulis bisa melakukan pengamatan secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

online apa saja topik-topik yang sedang hangat diperbincangkan dan kajian-kajian offline yang akan diadakan di beberapa kota atau daerah.

3. Melakukan Kontak

Dari kegiatan yang diadakan di Surabaya tersebut, selain bertemu dengan panitia dari regional daerah. Penulis juga bertemu banyak orang yang terkait dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift. Penulis terus menelusuri mana subjeck yang paling dekat atau sekiranya yang bisa menjadi mediator untur mempertemukan penulis dengan objek penelitian, yaitu Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift.

Awalnya penulis mendapat informasi kegiatan Nongkrong Bareng UHA di Surabaya dari media sosial Instagram Shift yang di *follow* (di ikuti) oleh penulis jauh-jau hari sebelumnya. Kemudian penulis mencari informasi dari sponsor yang kebetulan bekerjasama dengan salah satu radio swasta di Surabaya. Penulis mencari informasi lebih dalam mengenai kegiatan Nongkrong Bareng UHA dari salah satu rekan yang bekerja di radio swasta tersebut. Dari rekan penulis, penulis diberikan kontak panitia penyelenggaranya yang kebetulan pernah melakukan siaran mengenai komunitasnya di radio itu. Setelah penulis mendapatkan kontak WhatsApp, penulis menghubungi beliau, yaitu mas Fadli Hasan. Penulis meminta waktu bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki langsung, dan mas Fadli menyampaikan akan mengusahakan untuk memberikan waktu kepada penulis.

Setelah sampai di tempat acara, penulis langsung menemui ketua panitia acara untuk mengkonfirmasi, apakah benar penulis bisa mendapat waktu bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki langsung. Kemudian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kami berdiskusi tentang kepastian waktunya, karena kegiatan tersebut sangat padat, dari pagi hingga malam hari. Penulis akhirnya diberikan waktu 10 menit setelah sholat maghrib untuk bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki.

Penulis datang pada pukul 16.30 ditempat, waktu menunggu penulis gunakan untuk mengikuti kegiatan tersebut. Diantaranya ada permainan yang khas dan menjadi karakter dari komunitas Shift, yaitu elemen *street culture*, seperti bermain *skateboard* dan lain sebagainya. Menariknya, Ustadz Teuku Hanan Attaki yang berpakaian *casual* ikut bermain bersama dengan anggota Shift dan jama'ah yang datang. Ustadz Teuku Hanan Attaki terlihat begitu dekat dengan jama'ahnya termasuk penulis. Tapi penulis berusaha mentaati kesepakatan awal untuk bertemu Ustadz Teuku Hanan Attaki pada waktu yang telah ditentukan.

Kegiatan tersebut dilanjutkan dengan games dan pertanyaan-ertanyaan yang mengajak jama'ah yang kesemuanya adalah anak-anak muda untuk lebih dekat, lebih mencintai tanah air dan islam. Di acara tersebut disuguhkan banyak sekali kuliner dan jajanan untuk jama'ah yang ingin bersantai sambil menonton games yang juga di tayangkan di 2 layar besar di sisi kanan dan kiri panggung. Acara ini terlihat begitu megah namun sederhana, khas dengan anak muda dan santai. Bertempat di lapangan Bumi Marinir, yang sangat luas membuat acara ini terlihat seperti konser yang akan dipenuhi dengan nyanyian dan huru hara penontonnya. Namun, acara yang terlihat seperti konser ini, berisi tausiyah, pembacaan ayat suci Al Qur'an, Sholat berjama'ah, dan gema Shalawat. Semua rangkaian acara melibatkan anak muda, dari petugas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hingga jama'ahnya. Jarang penulis temui sekumpulan anak muda dalam berbagai latar belakang berkumpul menjadi satu dalam acara keislaman seperti ini. Mulai dari yang berkaos santai hingga yang berbaju koko, mulai dari yang bercelana, hijabers hingga yang berbaju kurung dan bercadar. Semuanya berkumpul menjadi satu tanpa sekat.

Maghrib dilalui dengan sholat berjamaah yang di pimpin langsung oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki deng bacaan yang sangat menyentuh. Menariknya semua anak-anak muda yang tadinya bermain seru dengan asiknya langsung berjejer untuk mengambil air wudhu, dan menata shaf sholat dengan tertib. Penulis yang datang bersama dengan suami, tidak sabar lagi menunggu untuk bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki, penulis dan suami dipersilahkan sholat di tenda yang disiapkan panitia di belakang panggung untuk beristirahatdan mengadakan rapat. Setelah selesai, penulis menggu dan beberapa saat kemudian Ustadz Teuku Hanan Attaki duduk untuk beritirahat di tenda tersebut. Namun penulis masih belum dipersilahkan untuk mengadakan wawancara dan berbincang dengan beliau. Penulis mencoba terus berkoordinasi dengan tim penyelenggara melalu mas Fadli, tapi ada beberapa kendala yang mungkin belum bisa terkomunikasikan dengan baik sehingga penulis kembali gagal untuk berbincang dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki. Padahal sudah sedekat itu, akhirnya penulis mencoba memberanikan diri untuk hanya sekedar menyapa dan meminta foto bersama, penulis, suami dan Ustadz Teuku Hanan Attaki.

Penulis hampir berputus asa untuk melakukan kontak dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki karena tidak semudah koordinasi awalnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akhirnya penulis mencoba menunggu kembali sampai acara selesai, tim penyelenggara akan berusaha memint waktu untuk penulis bisa bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki, meski hanya sekitar 5 menit. Penulis terus berusaha membangun kontak agar bisa berkomunikasi dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki, sebagai awal untuk wawancara pendalaman di Bandung.

Acara selesai pada pukul 22.45 dan penulis masih belum mendapat konfirmasi dari tim penyelenggara. Penulis terus berupaya untuk menemui tim penyelenggara namun tidak memungkinkan. Disamping itu keterbatasan penulis yang sedang hamil tua untuk mengejar tim dan Ustadz Teuku Hanan Attaki. Penulis terus berfikir bagaimana caranya untuk bisa bertemu dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki, sampai akhirnya penulis memutuskan untuk masuk ke area tenda utama melalui jalan belakang, toilet. Karena jalan depan sudah ditutup oleh penjagaan yang ketat dan dipenuhi dengan massa. Penulis bersama dengan suami bekerjaran untuk sampai di tenda dan akhirnya penulis dapat masuk dan bertemu langsung dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki dan istrinya, umi Iin. Namun, salah satu anggota Shift langsung menghadang penulis dan mencoba mengajak berkomunikasi penulis. Beliau adalah mas Harir Hakim, yang merupakan Presiden Shift.

Penulis akhirnya mendapatkan kontak dengan Ustadz Teuku Hanan Attaki secara tidak langsung dan mendapat informasi awal untuk pendalaman di sekretariat Shift, di Bandung. Penulis terus membangun komunikasi dengan Mas Hakim, melalui WA, dan Instagram untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui update acara dan kegiatan Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participan observation*), wawancara *in depth interview* (mendalam) dan dokumentasi.[22] Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Esterberg, wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.[23]

Ada dua jenis wawancara yang akan penulis pakai dalam penelitian ini, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Pada wawancara terstruktur biasanya dilakukan oleh peneliti dengan cara terlebih dahulu mempersiapkan bahan pertanyaan yang akan diajukan dalam wawancara nanti. Sekilas langkah ini hampir sama dengan angket yang dibacakan, hanya saja dalam wawancara terstruktur ini peneliti harus mampu untuk mengembangkan kemampuannya menggali informasi dari informan. Kelemahan jenis wawancara ini adalah biasanya peneliti begitu terikat dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuatnya sehingga dialog-dialog yang dimunculkan terkesan kaku.

---

[22] Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta , 2008), h. 225
[23] Ibid, h. 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan pada wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini memberi peluang kepada penulis untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Meski disebut wawancara tidak terstruktur, bukan berarti dialog-dialog yang ada lepas begitu saja dari konteks penelitian. penulis sejak awal sudah memiliki fokus pembicaraan yang ingin ditanyakan sehingga seluruh wawancara yang dilakukan diarahkan pada fokus yang telah ditentukan[24]. Focus pertanyaan yang penulis rancang untuk memperoleh data sebagai berikut:

a. Konsep Dakwah Ustadz Hanan Attaki yang meliputi Pemikirannya, Sasaran, Fokus, dan Gerakad Dakwahnya.
b. Proses Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki seak awal diadakannya observasi hingga tahap publishing pesan-pesan dakwahnya di media sosial.

Dalam proses wawancara ini, peneliti mengembangkan wawancaranya melalui dua tahapan. Tahapan pertama dilakukan untuk memberitahu fokus penelitian secara *online*, kemudian dilanjutkan dengan wawancara *offline* kepada informan untuk mengkonfirmasi data-data temuan dan mengklarifikasinya sebagai upaya pendalaman dari wawancara sebelumnya.

Wawancara tahapan *Online* penulis mulai dari menghubungi kontak WhatsApp secretariat Shift, namun penulis belum mendapatkan balasan. Penulis kembali menghubungi Shift melalui Email, namun tidak ada balasan. Akhirnya penulis mulai tahapan wawancara tersebut dari *offline* terlebih dahulu dengan President Shift, Kang Hakim. Setelah itu, terhubunglah penulis dengan Shift. Penulis kembali melakukan wawancara *online* via WhatsApp

[24] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, h. 107

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai kemudian penulis berkunjung secara langsung ke Bandung, dan melakukan wawancara *offline* untuk mengkonfirmasi temuan-temuan penulis selama pengumpulan data secara *online*.

2. Observasi

Setelah melakukan wawancara penulis akan mengadakan observasi. Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi partisipatif, artinya dalam melakukan observasi peneliti ikut terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.[25]

Observasi yang dilakukan oleh penulis yaitu melalui dua tahapan. Tahapan yang pertama adalah tahapan *online*, yakni dengan mengikuti agenda-agenda dan grub komunitas di media sosial, dengan me-follow semua akun dan mengikuti blognya. Tujuan dari observasi *online* ini untuk mengamati dinamika, isu-isu atau tema apa saja yang dibicarakan dalam akun-akun tersebut. Kemudian mengamati pula karakter dari bahasa dan percakapan yang berlangsung. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menemukan ciri khas dari komunitas tersebut.

Tahapan kedua adalah tahapan *offline*, yakni dengan mengikuti agenda-agenda secara langsung untuk memperdalam pemahaman karakter individu atau kelompok tersebut. Hal ini untuk mengetahui apakah ada kebiasaan atau perilaku secara langsung yang mempengaruhi kehidupannya di dunia maya atau perubahan-perubahannya. Obyek observasinya adalah sebagai berikut:

[25] Ibid., 64.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. *Online*: Akun-akun media sosialnya seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, Youtube, Blogger, dan Facebook

b. *Offline*: Acara Nongkrong Bareng UHA di Surabaya, Tausiyah Rutinan hari Rabu bersama Ustadz Imam Nurwanto di Masjid Al-Lathiif Bandung

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subyek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat oleh subjek yang bersangkutan. Dokumentasi ini biasanya berisikan data tertulis baik berupa, biografi, buku, koran, catatan, transkrip, internet, agenda dan sebagainya.[26] Dokumen-dokumen yang penulis gunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Dokumentasi pada saat di acara Nongkrong Bareng UHA
b. Dokumentasi wawancara bersama Kang Hakim sebagai President Shift di Lapangan Bumi Marinir, Surabaya
c. Dokumentasi bersama dengan Ustadz Hanan Attaki, di Surabaya
d. Dokumentasi wawancara bersama Kang Inong sebagai Penggagas Shift di Masjid Al-Lathiif, Bandung
e. Dokumentasi wawancara di secretariat Shif bersama anggota Shift Merch
f. Dokumentasi mengenai kegiatan dakwah di Masjid Al-Lathiif kota Bandung.
g. Dokumentasi video acara tausiyah rutin hari Rabu di Masjid Al Lathiff Bandung

[26] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 231.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Dokumentasi berupa rekaman suara wawancara bersama beberapa narasumber diatas

F. Teknik Analisis Data

Analisis pada dasarnya adalah suatu cara membagi obyek ke dalam komponen-komponennya. Teknik analisis data merupakan bentuk langkah kerja yang sistematis dalam kerja penelitian. Dalam analisis data yang telah dikumpulkan mulai diperlakukan dengan cermat dan sistematis berdasarkan permasalahan yang diajukan. Analisa atas sebuah obyek dapat dilakukan, bila obyek itu memiliki sebuah struktur, yang terdiri dari sejumlah komponen. Sebuah komponen dapat diidentifikasi oleh penulis, kalau komponen itu memiliki suatu fungsi tertentu terhadap seluruh konstruksi itu.[27]

Analisis juga dilakukan untuk menemukan makna, dari data yang ditemukan untuk memberikan penafsiran yang dapat diterima akal sehat *(common sense)* dalam konteks masalahnya secara keseluruhan.

Analisis etnografi komunikasi digunakan oleh peneliti untuk mengkaji pola-pola komunikasi dalam suatu kelompok tertentu. Etno berarti orang atau *folk*, sedangkan *grafi* mengacu pada penggambaran sesuatu. Oleh karena itu etnografi berarti suatu budaya dan pemahaman cara hidup orang lain dari sisi *the native's point of view.*[28] Kajian etnografi yang biasanya digunakan pada penelitian budaya ikut membuka diri dan berkembang sesuai dengan pesatnya tekonologi informasi dan komunikasi. Budaya masyarakat kini bergeser pada budaya virtual, dimana masyarakat banyak menuangkan ide-ide pemikiran, atau memberitahukan kegiatan sehari-hari dengan menggunakan simbol-

[27] Gorys Keraf, *Eksposisi, Komposisi Lanjutan II*. (Bandung: Grasindo. 1995). hh: 40-41.
[28] Tri Nugroho Adi, *Etnografi dalam Komunikasi*, Diakses pada 26 Desember 2018 dalam http://www.google.com/amp/s/sinau.komunikasi.etnografi-dalam-komunikasi/amp/2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simbol yang disampaikan melalui media / akunnya. Kajian etnografi melihat bagaimana budaya tersebut mempengaruhi masyarakat dan mengkajinya menggunakan analisis yang disesuaikan dengan realitas virtual yang dirancang oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift.

Dalam penelitian etnografi, analisis data tidak dilakukan diakhir pekerjaan, tapi dilakukan pada saat melakukan pekerjaan. Karena analisis data tidak perlu menunggu data terkumpul banyak. Analissi data yang dilakukan pada saat penelitian akan memperkaya peneliti untuk menemukan pertanyaan baru terkait data yang diperoleh, sehingga dengan munculnya pertanyaan baru ini, akan memperkaya dan memperdalam penelitian yang dilakukan.[29]

Pada dasarnya, proses analisis data etnografi berjalan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Jadi berlangsung ketika penulis melengkapi data lapangan setelah observasi dilakukan. Hal ini dilakukan agar penulis bisa kembali lagi di lapangan untuk mengumpulkan dan melengkapi data. Terus berulang seperti itu sampai data yang terkumpul dirasa cukup. Karena dalam penelitian etnografi, pengambilan data lapangan tidak cukup hanya sekali.[30] Dalam buku Prof. Engkus Kuswarno, tehnik analisis data dalam penelitian etnografi yang dikemukakan oleh Craswell adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi

[29] Moh. Arif, h. 177
[30] Engkus Kuswarno, Etnografi Komunikasi : Suatu Pengantar dan Penelitiannya, (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), h.67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tahap ini, penulis sebagai etnografer mempresentasikan hasil penelitiannya dengan menggambarkan objeck penelitiannya secara detail. Objeck penelitian penulis adalah desain dakwah Ustadz Hanan Attaki. Yang mendeskripsikan bagaimana dakwah yang diyakini oleh Ustadz Hanan Attaki, dan bagaimana Ustadz Hanan Attaki mengkonsep dakwahnya dengan Desain Grafis dan menyebarkannya melalui media sosial.

Penulis melakukan wawancara pada subjeck terkait yang telah terinci diatas untuk mengumpulkan sumber dan kemudian mendeskripsikanya.

2. Analisis

Setelah melakukan penggambaran, penulis sebagai etnografer membandingkan objek yang diteliti dengan objek lainnya sebagai evaluasi dengan nilai-nilai umum yang berlaku, membangun hubungan antara objek penelitian dengan lingkungan yang lebih besar. Selain itu, etnografer dapat mengemukakan kritik atau kekurangan pada penelitian yang dilakukan, untuk keperluan penelitian selanjutnya.

Analisis yang penulis lakukan adalah mencocokkan teori dengan temuan data di lapangan. Yaitu dengan memahami teori yang digunakan untuk kemudian di identifikasi korelasinya dengan data. Data yang penulis temukan didapatkan dari penelitian online dan offline.

3. Interpretasi

Tahap ini merupakan tahap akhir analisis data pada etnografi. Penulis sebagai etnografer akhirnya memberikan kesimpulan dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian yang dilakukan. Pada tahap ini etnografer juga menggunakan kata orang pertama untuk menegaskan bahwa penelitian ini murni hasil interpretasinya.[31]

[31] Engkus Kuswarno, Etnografi Komunikasi : Suatu Pengantar dan Penelitiannya, (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), hh. 68-69

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data Penelitian

1. Profil Ustadz Teuku Hanan Attaki

Gambar 4.1
Foto Ustadz Teuku Hanan Attaki

Ustadz Teuku Hanan Attaki adalah pendakwah yang sedang disorot oleh masyarakat, terutama kalangan anak-anak muda**.** Ustadz Teuku Hanan Attakiatau yang kerap dipanggil UHA, Lahir di Aceh pada 31 Desember 1981 dan merupakan anak kelima dari enam bersaudara. Ustadz Hanan memiliki istri, yang bernama Haneen Akira, dan dikaruniai empat anak yang bernama Maryam, Aisyah, Yahya dan Ertugrul.

Usai menamatkan sekolahnya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, Ustadz Teuku Hanan Attaki melanjutkan menuntut ilmu ke jenjang berikutnya di Universitas al-Azhar Mesir. Di sana Ustadz Teuku Hanan Attaki menekuni Fakultas Ushuluddin, Jurusan Tafsir al-Qur'an hingga memperoleh gelar licence (Lc) pada tahun 2004.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sejak kecil ia berprestasi di bidang tilawatil Qur'an. Di Kairo, Ustadz Teuku Hanan Attaki bergabung dalam kelompok studi al-Qur'an dan ilmu-ilmu Islam. Ia bahkan menjabat sebagai pimpinan redaksi buletin "Salsabila" dibawah naungan tokoh-tokoh Ikhwanul Muslimin. Selain itu, saat masih tinggal di Mesir, beliau pernah berbisnis, dari mulai jualan bakso, jasa layanan catering, hingga sempat menjadi koki Hajar Aswad (pada saat musim haji), semua bermodalkan nekad, dan keyakinan kepada Allah SWT. Setelah lulus di Al-Azhar, ia tidak langsung kembali di Indonesia, ia memutuskan untuk menjadi pengisi acara tilawah di channel Fajar TV dan Iqro TV. Ia juga mendapat penghargaan sebagai qori terbaik Fajar TV, Kairo 2005**.**

Sejak kembali ke Indonesia, Ustadz Teuku Hanan Attaki bersama dengan isteri dan putri pertamanya (Aisyah) tinggal di Bandung, kota yang dipilihkan oleh salah satu guru untuk menjadi ladang dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki. Kota Bandung dikenal sebagai kota yang didominasi oleh aktivitas anak muda. Budaya yang berkembang di kota ini banyak dipengaruhi oleh budaya kota besar, mengingat persentuhan yang intens dilakukan dengan masyarakat menengah keatas dari Jakarta. Kota ini bergaya kosmopolit dan mengembangkan kreatifitas anak mudanya. Namun, Bandung dengan aktifitas kreatifnya itu juga tidak lepas dari kenakalan anak mudanya. Anak muda Bandung terkenal dengan *street culture*-nya. Banyak geng motor yang saling bermusUstadz Teuku Hanan Attakin dengan sesama geng motor, ada anak-anak skateboard, dan lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya.[1] Di kota inilah ia mulai terjun langsung dalam dunia dakwah; sebagai direktur Rumah Qur'an Salman-ITB, pengajar Jendela Hati (JH) dan STQ Habiburrahman.[2]

Pada awal dakwahnya, Ustadz Teuku Hanan Attaki masih menggunakan atribut yang kental dengan Al Azhar. Pembahasannya juga tidak seringan sekarang. Ceramahnya hanya menyentuh orang-orang yang sudah sholeh saja. Setelah 2 tahun ia mulai merasa ada yang perlu diubah, dan akhirnya menyampaikan keinginan dan harapannya pada jama'ahnya. Sejak saat itu Ustadz Teuku Hanan Attaki mulai membuka diri dan terus belajar untuk mencapai keinginannya, yaitu membuat anak-anak muda mencintai islam dan meramaikan masjid.[3]

Nama Ustadz Hanan Attaki semakin dikenal publik lantaran cara dakwahnya yang santai dan mampu merangkul semua kalangan, khususnya kawula muda. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki. Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul dengan baik. Gaya berbusananya yang *casual* membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya.

Banyaknya anak muda yang sebenarnya butuh dakwah, merindukan hidayah tapi tidak tahu cara untuk mendapatkannya. Sehingga Ustadz Hanan Attaki dengan team kecilnya yang berjumlah 5 orang membuat sebuah gerakan, bukan komunitas bukan

---

[1] Win Wan Nur. *Kota Bandung dan Daya Tariknya*. 15 November 2011. Diakses pada tanggal 18 Desember 2018.
[2] https://play.google.com/store/apps/details?id=com.usthanan.attaki14 diakses pada Sabtu, 18 Meir 2019, pukul 20.23.
[3] Harir Hakim, *Wawancara di Acara Nongkrong Bareng UHA*. 10 November 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

event. Tetapi sebuah gerakan anak muda yang diberi nama Gerakan Pemuda Hijrah dan disingkat dengan Shift yang mengartikan segala sesuatu perpindahan ke arah yang lebih baik. Ustadz Hanan Attaki mengambil dakwah *street culture* atau dakwah jalanan, karena setelah di observasi yang banyak menarik minat anak muda dan dianggap *keren* adalah elemen ini, terutama anak-anak jalanan yang disebut dengan anak main.

Definisi *keren* ini dijadikan acuan untuk menarik minat anak muda yang bergabung dan akhirnya menjadi jamaah. *Street culture* dianggap *keren* karena merupakan olahraga atau permainan yang tidak semua orang bisa. Seperti berjalan dengan papan luncur diatas air, misalnya. Atau yang di istilahkan dengan *surfing*. Anak-anak muda akan lebih mudah tertarik pada hal-hal berbau aneh dan asik, dan yang terpenting adalah terlihat *keren*. Hal itu yang kemudian menjadi salah satu kriteria untuk mendesain dakwah yang akan diadakan oleh Shift.[4]

Ustadz Teuku Hanan Attaki menjadi salah satu pengisi kajian bersama pemuda hijrah di Masjid Al Latiif Jl. Saninten No. 2 RT 01 RW 05 Cihapit Bandung, kajian ini dihadiri oleh puluhan hingga ratusan anak muda yang memenuhi masjid. Penulis menyaksikan sendiri bahwa anak-anak muda Bandung begitu antusias untuk mendengar ceramah atau tausiyah-tausiyah yang diadakan oleh Shift di markasnya tersebut.

Ustadz Teuku Hanan Attaki juga mengisi kajian di Masjid Trans Studio Bandung yakni di Jl. Gatot Subroto No. 289, setiap hari Rabu, dengan ciri khasnya yang bisa menyesuaikan diri dengan anak muda.

[4] Fani Kismindar, Wawancara di Seketariat Shift Masjid Al Lathiif, 18 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tema-temanya juag disesuaikan dengan isu-isu apa yang sedang ramai diperbincangkan oleh anak-anak muda, seperti *'keep the faith', 'show on the road', 'derita jomblo'* dan masih banyak lagi yang lainnya.

Selain bersama dengan Shift, Ustadz Hanan Attaki juga mempunyai klasifikasi dari agenda dakwahnya. Untuk anak-anak muda dengan acara di ruang terbuka, atau lapangan biasanya Ustadz Teuku Hanan Attaki tampil dengan nama Nongkrong Bareng UHA.

Foto 4.2
Dokumentasi Foto Nongkrong Bareng UHA

Kemudian untuk acara yang diadakan di Ballroom atau hotel biasanya tampil dengan nama AYAH AMANAH.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Foto 4.3
Dokumentasi Foto Acara Ayah Amanah

Ustadz Teuku Hanan Attaki mempunyai banyak tawaran untuk anak-anak muda yang mudah bosan. Bosan dengan tampilan acara seperti tausiyah, ia memberi pilihan untuk nongkrong diluar, namun dengan isi yang sama, yaitu untuk lebih mencintai Islam.[5]

2. Profil Shift Pemuda Hijrah

Gambar 4.4
Logo Shift Pemuda Hijrah

[5] https://pemudahijrah.id, diakses pada 07 desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Terbentuknya Sebuah Gerakan

Adapun Gerakan pemuda hijrah lahir dengan tujuan mengajak lebih banyak orang khususnya anak muda dari jalan kegelapan ke jalan yang terang, mereka menggunakan istilah *Dzulumaatin ilan nur*. Pada wawancara yang peneliti lakukan di markas Pemuda Hijrah di lantai dua Masjid Al Lathiif di Jl. Saninten, Cihapit, Bandung Wetan, peneliti mendapat penjelasan dari seorang yang menjadi ikon skater di Indonesia, Fani Kismindar atau yang biasa dipanggil Inong.

> Awal mula gerakan ini lahir *tu apa ya*, kalau di ibaratkan dokter. Dokter *tu kan* biasanya mendiagnosa dulu pasien *tu* sakit *apa nih*, *kasi* oskadon *tu kalo* ada sakit kepala, *kalo gak* sakit kepala *ngapain bikin* oskadon, barangkali *gitu lah ya*, jadi harus jelas dulu sakitnya apa baru ngasih obat. Kenapa pemuda hijrah ini ada, ini juga berdasarkan pada diagnosa yang kuat.[6]

Kang Inong menjelaskan bahwa lahirnya SHIFT Pemuda Hijrah itu dilatar belakangi oleh observasi mereka tentang segmentasi dakwah di Indonesia yang diklasifikasikan menjadi empat ring. Ring pertama adalah aktifis, yaitu orang-orang yang sifatnya sudah mengkonsumsi ilmu-ilmu agama dan aktif menjadi penggerak dakwah. Ring kedua adalah simpatisan, yaitu orang-orang yang mengkonsumsi, mempelajari, dan berburu ilmu agama untuk dirinya sendiri baik yang datang langsung ke pengajian dan halaqoh-halaqoh maupun yang hanya medengarkan dari media sosial. Ring tiga adalah netral atau umum, yaitu orang-orang yang bukan aktifis maupun penggerak dakwah, juga bukan orang-orang yang tidak menyukai dakwah.

[6] Fani Kismindar, Wawancara di Sekretariat Shift Masjid Al-Lathiif Bandung, 18 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan ring empat adalah kontra, yaitu orang-orang yang cenderung tidak suka dengan eksistensi Islam dalam bentuk apapun.

Di Indonesia, banyak sekali pelaku-pelaku dakwah yang tampil sebagai figure maupun organisasi. Pelaku dakwah yang tampil sebagai figure seperti AA Gym, Ust. Arifin Ilham, Buya Yahya dan lain sebagainya. Sedangkan yang tampil sebagai organisasi misalnya NU, Muhammadiyah, Persis dan lain sebagainya. Namun, kebanyakan dari pelaku dakwah tersebut, segmentasi dakwahnya masih di ring satu dan dua, yang mereka sudah mengkonsumsi ilmu-ilmu agama sebelumnya. Sedangkan ring tiga dan ring empat belum terkelola dengan baik. Hal itu yang kemudian membuat SHIFT lahir, untuk mengcover dua ring tersebut yang kebanyakan diantaranya adalah anak-anak muda.

> Menurut pengamatan kita di lapangan, ring satu dan ring dua sudah banyak yang mengelola, mau itu dari tokoh, media ataupun ormas. Karena disampaikannya dengan bahasa ring satu dan ring dua. Kalau membahasakan *nih*, ring satu ring dua itu *udah akhi-ukhti*, *kalo* yang ring tiga dan empat itu masih *bro-sis*. Dakwah pemuda hijrah ini bukan untuk *akhi-ukhti* tapi untuk *bro-sis*. Akhirnya muncul bagaimana menyampaikan pesan atau *ngajakin* ring tiga dan ring empat itu mencintai Islam dengan bahasa kaumnya, yaitu bahasa yang mampu menyentuh ring tiga dan ring empat.[7]

SHIFT mengajak anak-anak muda untuk ikut meramaikan masjid serta mengadakan kajian keislaman yang dikemas dengan ringan dan dibawakan secara renyah sehingga tidak membosankan para jama'aah yang datang. Hal tersebut diungkapkan oleh salah satu pendiri Gerakan

[7] Fani Kismindar, Wawancara di Sekretariat Shift Masjid Al Lathiif Bandung, 18 April 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemuda hijrah yaitu Fani Kismindar atau biasa dipanggil Inong yang di wawancarai oleh Sindo Jabar[8]

Gerakan pemuda hijrah, mengambil target dakwahnya pada anak muda dari berbagai latar belakang seperti pelajar, mahasiswa serta berbagai kelompok atau komunitas. Sehingga tidak heran dalam kajiannya hampir semua jama'ah adalah anak muda yang ingin berhijrah dan memperdalam ilmu agama.

Gerakan ini juga dilatarbelakangi oleh keinginan Ustadz Hanan Attaki agar para pemuda yang mempunyai energi dan kreatifitas luar biasa menjadi penggerak dakwah Islam.

> Kalau kita bicara tentang dakwah, maka sebetulnya kita berbicara tentang anak muda, kita bicara tentang kebangkitan kita bicara tentang anak muda, kita bicara tentang kehancuran pun kita bicara tentang anak muda. Itulah yang memotivasi saya untuk *buat* sebuah gerakan anak muda yang segmennya langsung pada *street culture*.[9]

Keinginan tersebut kemudian direalisasikan bersama dengan jama'ahnya untuk merancang bagaimana dakwah gaul, asyik dan tetap syar'i yang menarik untuk anak-anak muda.[10] Terbentuklah sebuah gerakan yang dinamai Gerakan Pemuda Hijrah pada Maret 2015.

b. Asal Nama Shift (Pemuda Hijrah)

Setelah gerakan tersebut dibentuk, diskusi dilakukan untuk membahas nama apa yang digunakan untuk *branding* gerakan ini. Sampai akhirnya salah satu jama'ah tarbiyah UHA generasi pertama mengusulkan nama Shift, yang diambil dari tombol computer dan

---

[8] M, *"Mengenal Lebih Dekat Komunitas Pemuda Hijrah Masjid Al-Lathif"* diakses pada 3 Desember 2018, pukul 09.00 WIB dari http:??sindojabar.com/9791/-2/

[9] Ceramah Ustadz Hanan Attaki tentang Sejarah Asal Usul Pemuda Hijrah (SHIFT) Ustadz Hanan Attaki, di upload di Youtube

[10] Harir Hakim, Wawancara di Acara Nongkrong Bareng UHA, 10 September 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berarti perpindahan. Filosofinya sejalan dengan diagnosa yang dilakukan oleh Shift yang mengatakan bahwa adanya Shift karna perpindahan dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang, atau mereka sebut dengan *"Dzulumaatin ila an-nur"*.

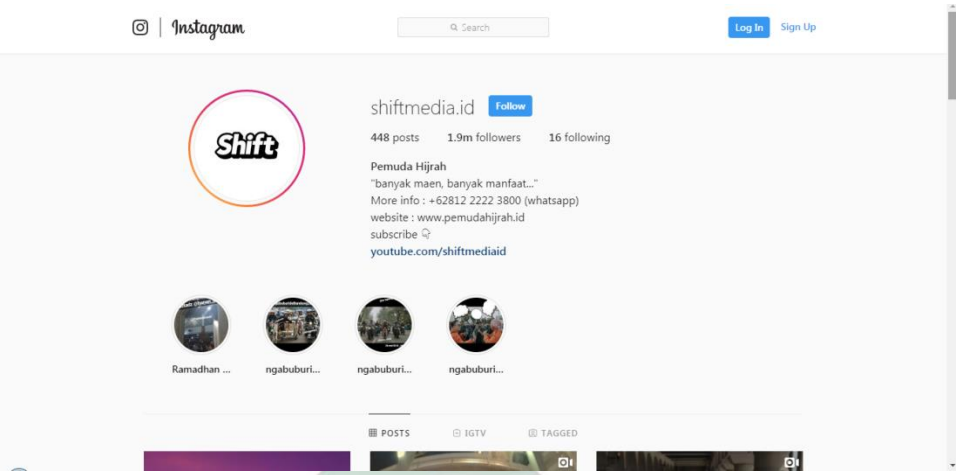
Sedangkan nama pemuda hijrah berasal dari pertanyaan ustadz kalau mencari salah satu dari anggota Shift yang saat berkumpul tidak datang "itu, pemuda hijrah yang itu mana ? *kok gak* keliatan." Kata ustadz. Akhirnya nama gerakan tersebut menjadi Shift pemuda hijrah, perpaduan antara ide anggota dan ustadz. Namun seiring berjalannya waktu, nama tersebut dianggap kurang efisien, karena anak-anak muda yang baru ikut kajian atau baru membuka diri pada kajian ustadz masih *risih* dengan kata hijrah, sedang mereka masih sering main dengan komunitasnya, belum benar-benar berhijrah. Shift akhirnya mengganti nama akunnya menjadi @shiftmedia.id.

c. Pergerakan Shift (Pemuda Hijrah)

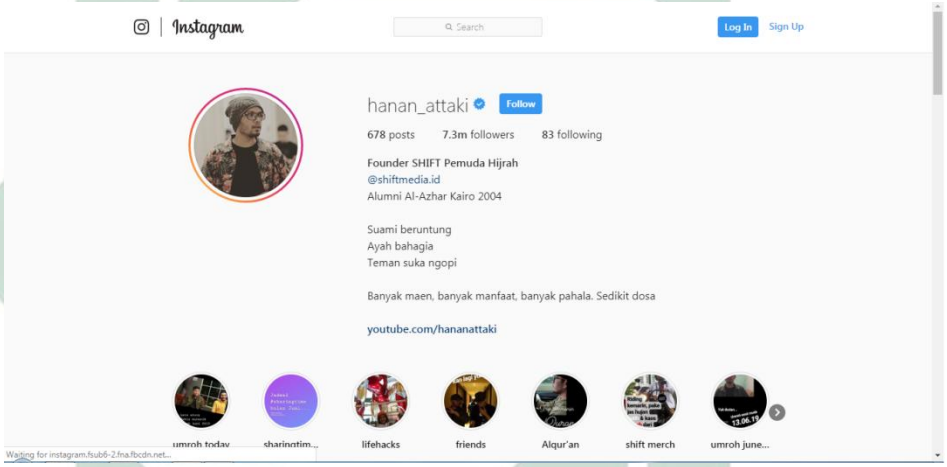
Dalam wawancara yang peneliti lakukan di kantor Shift bersama Kang Inong terkait apakah kemudian Shift akan menjadi suatu aliran baru atau ormas yang mengusung ideologi tertentu, Kang Inong menjelaskan bahwa Shift focus pada pergerakan. Pergerakan tersebut tergambar di media sosial mereka yang sudah mencapai 1,9 juta followers di akun Instagram resmi Shift yaitu @shiftmedia.id dan 7,3 juta followers di akun Instagram pribadi Ustadz Hanan Attaki yaitu @hanan_attaki.[11]

[11] https://pemudahijrah.id, diakses pada Senin, 22 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4.5 Instagram Shift

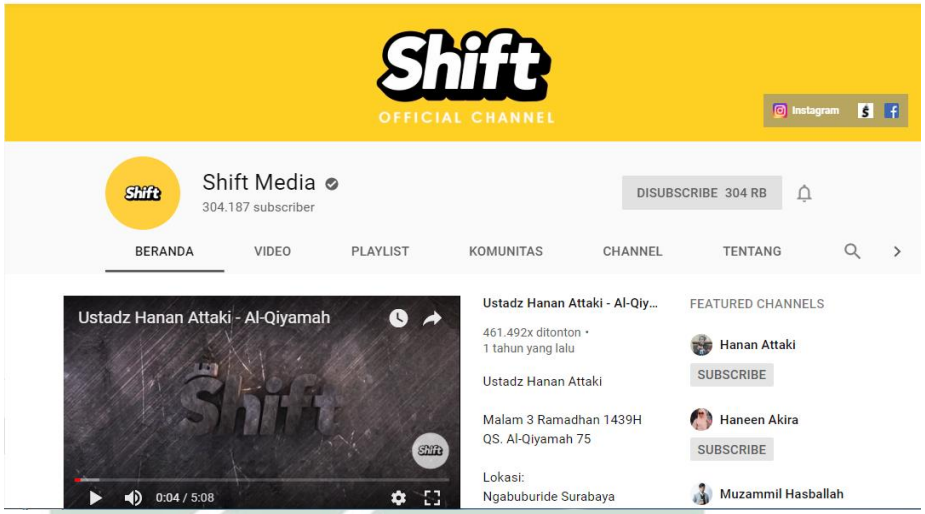


Gambar 4.6 Instagram Ustadz Teuku Hanan Attaki

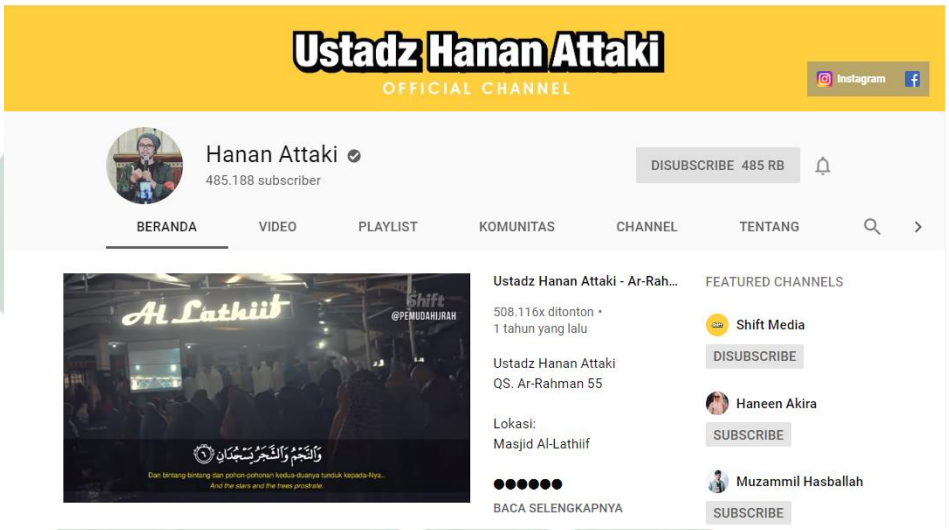
Pada media sosial Shift yang lain, seperti youtubenya shift sudah mendapatkan subscriber sebanyak 304 ribu subscriber, dengan 129 video. Sedangkan Ustadz Hanan Attaki memiliki 485 ribu subscriber, dengan 108 video. Di twitter followersnya sudah 45ribu.[12]

[12] Selasa, 23 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4.7 Youtube Shift



Gambar 4.8 Youtube Ustadz Teuku Hanan Attaki

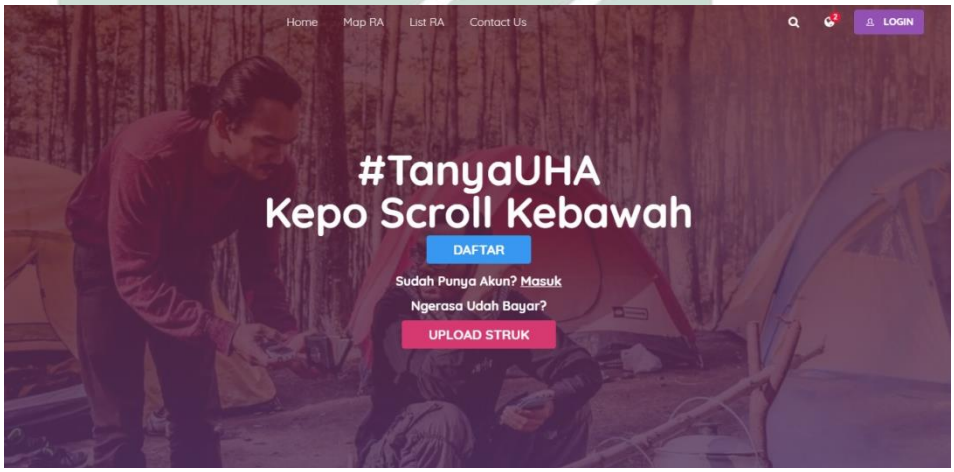
Media Sosial lain yang digunakan adalah Blogger dan Twitter. Pada Blogger, ada dua blog yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki. Blog yang pertama adalah Blog Pemuda Hijrah (Shift)[13] yang berisi tentang program, jadwal kajian hingga cara untuk menghubungi mereka. Seperti gambar dibawah ini:

[13] https://pemudahijrah.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.9 Blog Pemuda Hijrah (Shift)

Blog yang kedua adalah blog tanya UHA, yang merupakan blog tempat Ustadz Hanan Attaki berinteraksi dengan jama'ahnya melalui sebuah video. Prosesnya adalah jama'ah Ustadz Hanan Attaki membeli voucher pada Regional Assistant di wilayahnya, kemudian melakukan pendaftaran online. Setelah terdaftar sebagai pelanggan, maka jama'ah bisa mengajukan pertanyaan seputar keislaman kepada Ustadz Hanan Attaki langsung. Setelah itu Ustadz Hanan Attaki akan menjawabnya melalui sebuah video. Blog tersebut adalah sebagai berikut:[14]



Gambar 4.10 Blog TanyaUHA

[14] https://www.hananattaki.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media sosial dijadikan sarana penyebaran dakwahnya, sehingga Shift sangat aktif menyebarkan quotes, video, dan cuplikan-cuplikan kajian yang disebut dengan *1minutebooster*. Sumbernya adalah dakwah offline yang dengan media sosial bisa dilihat secara online melalui streaming youtube. Dakwah tersebut dilakukan di Masjid Al-Lathiif, di jalan Saninten no. 2, Cihapit, Bandung Wetan. Dakwahnya dibentuk seperti kajian, qiyamullail dan ngaji atau tahfidz Al-Qur'an di Teras Tahfidz.

Kajian ini dilaksanakan setiap hari Selasa, Rabu, Kamis dan Sabtu. Pada hari Selasa setelah sholat Isya', ada kajian Tarbiyah oleh Ustadz Hanan Attaki yang jama'ahnya adalah angota intern Shift. Pada hari Rabu, ada Kajian oleh UHA hanya pada minggu pertama, untuk selanjutnya diisi oleh ustadz-ustadz yang lain seperti ustadz Imam Nuryanto, Ustadz Nur Ihsan Jundullah dan Ustadz Evie Evendi yang temanya kondisional dan jama'ahnya adalah umum dari berbagai kalangan, kebanyakan adalah lintas komunitas dan lintas *genk*. Pada hari Kamis, ada kajian akhir zaman yang diisi oleh ustadz Rahmad Baequni, yang jama'ahnya adalah anak-anak muda yang sudah benar-benar berhijrah dan pada hari Sabtu adalah kajian Shift Weekend yang pada minggu pertama dan ketiga ada kajian Ladies Day khusus muslimah yang diisi oleh istri dari Ustadz Hanan Attaki yaitu, Umi Haneen Akira.

Pemandangan yang tidak biasa dilihat oleh peneliti saat mengikuti kajian di Masjid Al Lathiif, adalah jama'ah kajian yang benar-benar di dominasi oleh anak-anak muda, dan orang-orang tua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hanya beberapa dan bisa dihitung jumlahnya. Mereka tidak lagi memegang Smartphone tapi memegang Al-Qur'an dan mukenah. Kalaupun ada yang memegang Smartphone mereka gunakan untuk tilawah Al-Qur'an.

Gerakan Shift pemuda hijrah ini pada perkembangannya tidak hanya sebatas kajian saja, ada banyak program-program yang dimiliki sehingga anak-anak muda yang mudah sekali merasa jenuh bisa mengikuti banyak hal yang positif.. Adapun program-program itu adalah Ngabuburide (Acara ngabuburid bareng komunitas-komunitas anak muda yang diadakan setiap bulan Ramadhan), Sharing Night, Ladies Day (Kajian ilmu khusus ladies setiap dua minggu sekali di sabtu pagi), Nongkrong Bareng UHA (Kajian ilmu rasa nongkrong bareng Ustadz Hanan Attaki), Sempatkan Berkeringat (Aktivitas ngesang yang dilakukan sama teman-teman Shift), Shift Weekend (Kajian ilmu yang diadakan setiap sabtu malam), VOY (Voice Of Youth yaitu suara anak-anak muda dalam menyikapi sesuatu keadaan yang sedang hangat di masyarakat), ada juga Teras Tahfidz (program dari shift untuk temen-temen yang punya keinginan untuk menghafal Al-Qur'an sebanyak 30 Juz).

B. Temuan Data Penelitian

1. Desain Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki

   a. Pemikiran Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki

Ustadz Teuku Hanan Attaki mengatakan dalam satu ceramahnya yang menjelaskan tentang sejarah lahirnya pemuda hijrah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa dakwah adalah suatu sistem perubahan di masyarakat. Ustadz Teuku Hanan Attaki mengatakan :

> Saya memaknai dakwah sebagaimana yang saya pelajari ketika di Mesir dulu. Dakwah itu adalah system perubahan di masyarakat, itulah inti dari dakwah. Berarti jika kita melihat bahwa dakwah itu cuma taklim, berarti kita melihat dakwah dalam lingkup parsial, tidak menyeluruh. Dan taklim hanya sebuah instrumen kecil dalam dakwah, bukan satu-satunya. Sehingga dakwah yang sebenarnya adalah ketika kita bisa menyentuh market-market dakwah kita dan melakukan perubahan-perubahan yang sifatnya konkrit di dalam masyarakat, terutama anak muda.[15]

Dari pemikiran tersebutlah, Ustadz Hanan Attaki kemudian membentuk suatu Gerakan Pemuda Hijrah yang sifatnya untuk membuat suatu perubahan. Bicara tentang perubahan, Ustadz Teuku Hanan Attaki meyakini bahwa anak muda-lah porosnya. Seperti ungkapannya berikut:

> Kalau kita bicara tentang kebangkitan kita bicara tentang anak muda, kita bicara tentang kehancuran pun kita bicara tentang anak muda.[16]

Ustadz Teuku Hanan Attaki selalu bersemangat saat membecarakan tentang pemuda, hal ini terlihat pada saat ia berceramah, ia selalu memberikan contoh seorang tokoh pemuda pada zaman Rasulullah yang selalu giat untuk mengikuti taklim dan belajar tentang keislaman, yaitu Bilal bin Rabbah.

Menurut pengamatan peneliti di lapangan, dalam beragama maupun beribadah Ustadz Teuku Hanan Attaki adalah sosok ustadz yang tegas pada dirinya sendiri, namun besar toleransinya pada orang lain. Hal ini terlihat ketika ia berada di atas panggung dan

[15] Youtube, *Sejarah Lahirnya Gerakan Pemuda Hijrah*, diakses pada 15 November 2018
[16] Ibid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyampaikan tausiyah, ia begitu toleran dan terlihat sangat ramah, terbuka dan santai. Namun, ketika peneliti berusaha untuk menemuinya secara pribadi, ia adalah sosok yang sangat membatasi diri pada selain makhramnya, ia juga terlihat begitu serius dan pendiam. Awalnya peneliti hanya menyimpulkan sekilas tentang sikap beliau, karena peneliti sebelumnya juga berfikir, bagaimana seorang lulusan Al-Azhar Kairo, Mesir yang kebanyakan begitu alim, bisa menjadi sosok yang sangat gaul dan toleran. Ternyata sikap tersebut tidak begitu saja lepas dari Ustadz Teuku Hanan Attaki. Ia tetaplah seorang lulusan Al-Azhar, Kairo, yang alim, serius, dan tegas, hanya untuk dirinya. Namun, di depan semua mad'unya, ia adalah sosok yang keren, gaul dan toleran.

Pada penelitian selanjutnya, peneliti mengadakan wawancara dengan Kang Hakim yang merupakan Presiden Shift, menurutnya Ustadz Teuku Hanan Attaki adalah sosok yang visi dan improvisasinya luar biasa.

> Visi beliau adalah menggerakkan anak muda untuk mencintai Islam, akhirnya kita arahkan ustadz untuk bisa masuk ke dunianya anak muda, memberitahunya tentang perilakunya, bahasanya, fashionnya dan apa yang mereka anggap keren. Ustadz belajar dari akun-akunnya, kita kasih apa aja linknya, dan ustadz langsung *improve* dengan sangat baik seperti yang kita lihat sekarang. Tapi *bener kalo* ustadz selalu mengajarkan di tarbiyah kami, bahwa kepada diri sendiri haruslah tegas, namun kepada orang lain harus toleran. Kita *mah* nggak bisa langsung *judge* mereka salah, mereka masuk neraka, tapi kita harus bisa sentuh mereka dengan *eh* surga itu indah *lo*, islam itu keren, *gitu*. [17]

[17] Kang Hakim, *Wawancara di Nongkrong bareng UHA Surabaya special hari pahlawan*, 10 November 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi hipotesis yang peneliti bangun saat melakukan observasi lakukan di lapangan terkonfirmasi dari pernyataan tersebut. Hal ini juga semakin di kuatkan dari pernyataan santrinya yang memegang divisi merchandise, yaitu Kang Teddy.

> Banyak hal-hal tentang perspektif dakwah *tu* yang ketika beliau belajar dipakai disini, kayak misalnya di internalnya, kayak kita ada muqoyyam, trus ada kegiatan-kegitan itulah yang pokoknya buat nguatin kita-kita ini. Cuman kita fokusnya lebih ke branding, ngajak orang gitu. Ayo ke masjid, ayo sholeh. Yang penting kalo untuk diri sendiri harus keras, tapi kalo sama orang lain harus toleran.[18]

b. Sasaran Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki

Dakwah yang dilakukam oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift (Pemuda Hijrah) 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. Adakah perubahan ataupun tidaknya dari suatu bangsa juga pemuda memiliki peran yang sangat vital didalamnya. Oleh sebab itu, dakwah kepada anak-anak muda merupakan sasaran utama dari perjalan dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki.

Di mulai dengan di wilayah Bandung yang menjadi tempat awal dakwah ini berjalan. Di wilayah Bandung ini, masih banyak sekali kelompok-kelompok anak muda dari Geng Motor, Anak Skater, Anak Punk, Anak Regee dan lain sebagainya. Itulah yang menjadui sasaran dakwah dari Ustadz Teuku Hanan Attaki dan Shift. Karena dakwah masih sangat jarang sekali hingga menyentuh ke wilayah-

[18]Kang Inong, *Wawancara di secretariat Shift, Jl. Pasang no.9 Bandung*. Tanggal 18 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wilayah kelompok-kelompok tersebut. Itulah yang menjadikan tantangan tersendiri dari Ustadz Hanan Attaki untuk bagaimana bisa masuk di dunia mereka untuk mengajak mereka kembali mengenal islam, karena notabennya para pemuda itu adalah berKTP agama islam, akan tetapi mereka tidak tahu apa itu islam.

Ada dua kriteria anak muda menurut observasi mereka. Yang pertama yaitu anak muda yang dikategorikan sebagai "Akhi & Ukhti" yaitu kelompok anak muda yang memang sudah berhijrah dan mempunyai sedikit atau banyak pemahaman tentang keagamaan. Dan hal ini juga biasanya dapat terlihat dari tampilan busana mereka yang biasanya memakai gamis ataupun lainnya yang menunjukkan karateristik seorang muslim. Lalu kategori yang kedua yaitu "*Bro & Sis*" yaitu kelompok anak-anak muda yang memang belum memahami agama dan juga belum tertarik untuk mengenal apa sebenarnya agama itu. Ataupun yang sudah pernah mengetahui tentang agama tetapi mereka memutuskan untuk tidak terlalu mengikutinya. Hal itu juga bisa dilihat dari busana mereka yang mencerminkan anak-anak jalanan yang bebas menggunakan apa saja menurut mereka.

Dari kedua kategori pemuda tersebut, maka Ustadz Teuku Hanan Attakidan juga tim dari Shift (Pemuda Hijrah) memfokuskan perluasan dakwah mereka ke kategori pemuda "*Bro & Sis*", seperti yang dikatakan oleh Kang Inong:

> Kelompok ini memang perlu diajak untuk menuju ke arah kebaikan, karena pasalnya kelompok inilah yang memang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> masih haus ilmu keagamaan dalam penerapan kehidupan mereka sehari-hari.[19]

c. Gerakan Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki

Dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki dan juga tim dari Shift (Pemuda Hijrah) bergerak secara menyeluruh dikalangan anak muda. Dakwah tidak terfokuskan dengan kajian di dalam masjid saja, tetapi juga aktif masuk ke kelompok-kelompok mereka yang menjadi sasaran dakwahnya. Maka tidak heran ketika Ustadz Hanan Attaki dan juga Shift sering mengadakan acara-acara di wilayah nongkrong kelompok-kelompok pemuda tersebut. Ataupun juga sering di sekitaran tempat-tempat wisata di Bandung atau di taman-tamannya.

Gerakan dakwah yang mengajak anak muda ini dilakukan bukan hanya pada saat ada kegiatan kajian saja, akan tetapi setiap perseorangan dari anggota Shift (Pemuda Hijrah) juga mempunyai peranan yang sangat penting ketika mereka harus bisa menjadi teman-teman yang asik bagi anggota-anggota kelompok masing-masing dari mereka.

> Beruntungnya Shift itu, kalau untuk dakwah perseorangan, kita punya Nabi-nabinya (orang-orang yang paling berpengaruh di komunitasnya). Jadi kita punya satu orang yang menggerakkan banyak orang. Dari situ akhirnya banyak telinga yang mulai mendengar tentang kami dan akhirnya ikut. [20]

Shift berpendapat bahwasannya ketika mereka mau menjadi teman nongkrong yang menyenangkan untuk mereka, maka kenyamanan akan segera hadir, dan ketika sudah merasa nyaman

[19] Kang Inong, *Wawancara di secretariat Shift, Jl. Pasang no.9 Bandung*. Tanggal 18 Mei 2019
[20] Inong, *wawancara di kantor Shift, Masjid Al Latiif*, Bandung, tanggal 18 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan anggota shift, maka dakwah ataupun hal-hal baik akan mudah untuk tersampaikan. Karena mereka sudah mau membuka hatinya untuk siap menerima hidayah yang akan datang.

> Kami memang berhijrah, tapi kita tetep anak geng, anak nongkrong, gak ada yang sampai putus tali silaturrahim, kan nggak baek juga. Cuma kita juga gimana caranya jadi temen yang asik, nggak ngeselin. Nggak langsung ngajak mereka, eh ayo hijrah, eh lu salah. Nggak gitu caranya. Kita ada kelas tarbiyah, khusus anggota. Disana kita banyak belajar untuk tau kapan harus pake gamis, kapan harus pake topi *kupluk* kayak gini.[21]

Dengan *tagline* "Banyak Main Banyak Pahala Sedikit Dosa" Ustadz Teuku Hanan Attakidan juga Shift menawarkan kepada para Bro & Sis "*Ini lho nilai-nilai dakwah yang kita usung, bukan hanya dengerin pengajian di masjid saja"* dengan masuk di dunianya, 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.

> Selain kegiatan dakwah, kita juga punya aktifitas sendiri antar anggota, kayak Ulin (Bermain) atau latihan. Kalo kita mau ngajak suatu komunitas tertentu, misalnya skateboard. Tapi kita nggak tau apa-apa tentang skateboard kan maksa banget itu bisa jadi boomerang buat kita. Karna itu kita latihan dulu, awal-awal jatoh-jatoh dulu. Kalau mereka uda mulai nengok, kita tunjukinlah kemampuan kita. Jadi selain bisa latihan dan observasi, kita juga dapat ilmu baru. Bisa olahraga juga, biar sehat, hehe.[22]

Selain hal itu, gerakan dakwah ini juga sangatlah identik dengan elemen *street culture* mulai dari BMX, skateboard, motor, parkour dan lain sebagainya. Karena semua kelompok tersebut sangat

---

[21] Teddy, *wawancara di secretariat Shift Pemuda Hijrah*, Bandung, tanggal 19 April 2019
[22] Inong, *wawancara di kantor Shift*, Masjid Al Lathiif Bandung, tanggal 18 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didominasi dan banyak di gemari anak-anak muda. Salah satu contohnya, kami sempat bertemu dengan salah seorang mantan Panglima Perang Geng Motor Briges, Kang Iqrar. Ia kini menjadi salah satu anggota Shift di bagian Mercendise.

Dengan berusaha berdakwah terlebih dahulu kepada pemimpin ataupun ketua dari setiap kelompok tersebut, Ustadz Teuku Hanan Attakidan juga Shift berasumsi jika pemimpinnya sudah bisa diajak untuk kebaikan maka anggotanya pun juga kemungkinan bisa diarahkan oleh pemimpinnya ataupun mencontoh secara sendirinya apa yang dilakukan oleh pemimpinnya tersebut. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri dalam gerakan dakwah yang diusung oleh Ustadz Teuku Hanan Attakiagar bisa semakin meluas di berbagai kalangan anak muda.

d. Proses Dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki

1. Tahap Observasi

Sebelum memulai sebuah gerakan, atau menentukan agenda promosi untuk menarik anak muda untuk mengikuti kajian, Shift melakukan observasi terlebih dahulu. Siapa atau komunitas mana yang mereka mau datangkan di kajian, apa saja yang sedang mereka lakukan sekarang, fashion, topik pembicaraan, issue, bahkan genre musik yang sedang mereka gandrungi. Siapa nabi-nabi mereka, dan apa yang keren menurut mereka. Semua itu dipelajari baik dari perseorangannya, akun-akunnya, bahkan sampai masuk ke komunitasnya. Hal ini membutuhkan waktu yang panjang, rencana yang matang dan kekuatan yang besar. Karena tim shift terlebih dahulu harus menyusun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rencana dan melakukan analisa, belajar dan mempelajari bagaimana dunia mereka.

Sebagai contoh untuk masuk ke dunia skateboard, tim shift harus terlebih dulu tau siapa nabinya. Setelah itu mempelajari skill dan cara memainkan skateboard. Mereka memegang prinsip "jangan jadi temen yang nyebelin". Prinsip itu mereka jadikan sebagai acuan untuk mengatur strategi bagaimana masuk di komunitas tersebut. Artinya ketika tim shift masuk dalam komunitas tersebut, sebisa mungkin mereka tidak boleh menunjukkan skill yang jago, jadi mereka masuk sebagai orang awam. Tujuannya untuk mendapat simpati sehingga mudah diterima di komunitas tersebut. Namun, mereka juga tidak boleh terlihat tidak mampu, sesekali mereka juga harus menunjukkan skill mereka dalam menaiki papan luncur itu.

> Kita tu masuk seperti orang awam yang masih baru, tapi ya nggak sampe bodoh-bodoh banget gitu, biar nggak buat merekanya illfeel sama kita. Sesekali nunjukin skillnya kita ke mereka, supaya merekanya interest sama kita. Kalo masuk dateng-dateng langsung jago juga bahaya. Akhirnya malah buat mereka kesel. Jadi emang nggak gampang buat obsevasi tapi alhamdulillah qadarullah kita punya jagoan-jagoannya mereka yang bantu banget buat belajar, dan sekarang uda gabung sama kita.[23]

Observasi itu tidak hanya di lakukan di lapangan, tapi juga melalui akun media sosial komunitas tersebut. Ustadz Hanan Attaki juga melalui tahap observasi ini, karena apa yang ditemukan dilapangan akan diberitahukan oleh tim kepada ustadz untuk dipelajari.

[23] Inong, Wawancara di Sekretariat Pemuda Hijrah (Shift), 18 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tahap Idealisme

Setelah melakukan observasi, tim shift 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 identic dengan anak-anak motor, anak punk, anak-anak jalanan penggemar music indie atau lebih dikenal dengan music kebebasan berpendapat.

Dari keanggotaan shift sendiri lahir dari kalangan kelompok *street culture*, ini yang membuat nuansa dakwah Ustadz Teuku Hanan Attakitidak terlepas dari *street culture*. Karena penggagas shift awalnya memang dilahirkan dari dunia jalanan maka system dakwah yang harus dikemas haruslah mempunyai ciri khas yang bisa menggambarkan dunianya.

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 terlebih dahulu dari sisi toleransinya pada dunia yang sedang mereka perankan.

Oleh sebab itu, setiap proses dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki selalu berkarakter *street culture* tersebut. Seperti halnya Ustadz Hanan berdakwah tidak menggunakan baju koko ataupun gamis yang menunjukkan dirinya sebagai ustadz seperti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terlihat dari kebanyakan ustadz-ustadz lainnya. Ustadz Hanan hanya menggunakan kaos santai dan juga hem, dengan ditambahi aksen topi atau kupluk bukan kopyah atau sorban. Mereka mencoba menanamkan idealism yang mereka punya dengan cara sederhana, yaitu dengan apa yang terlihat.

Tidak hanya itu, elemen *street culture* ini juga terlihat dari poster ataupun video yang shift gunakan untuk menarik minat anak muda agar mau kembali mencintai islam, yaitu dengan nuansa anak skateboard, anak selancar, anak motor dan lain sebagainya. Jadi selalu adalah sisipan background yang menggambarkan hal tersebut.

3. Tahap Evakuasi Ide

Dalam tahapan ini, ide-ide dan bahan untuk pembuatan suatu materi dakwah yang dituangkan didalam bentuk desain gambar ataupun video dibuat oleh Shift sebagai penggerak dibidang promosi dari Ustadz Hanan Attaki itu sendiri.

Dalam proses evakuasi ini, Kang Inong selaku salah satu penggagas Gerakan Pemuda Hijrah mengatakan bahwasannya pada awal-awal lahirnya shift masih sulit menentukan arah bagaimana bentuk desain yang pas untuk anak muda agar mereka mau kembali mencintai islam. Kang Inong juga menganalogikan seperti produk minyak kayu putih misalnya. Minyak kayu putih dibuat yaitu dengan market kebanyakan orang tua yang memakainya ataupun jika digunakan untuk bayi tetap saja orang tua yang memilihnya. Lah hal seperti itu tidak akan diminati oleh anak muda, lalu bagaimana caranya biar anak muda tetap mau menggunakan minyak kayu putih tetapi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka tidak gengsi untuk memakainya, yaitu dengan cara merubah kemasannya menjadi bentuk Fresh Care agar anak muda tidak merasa malu jika memakainya.

4. Tahap Publishing

Pada tahapan ini, Shift dan anggotanya memanfaatkan betul media sosial mulai dari Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Website dan lain sebagainya. Hal itu menjadi modal utama agar informasi dakwah ini bisa sampai ke berbagai wilayah dengan waktu yang lebih cepat.

Bukan hanya itu saja, pempublikasian informasi yang bernuanasa dakwah ini bukan hanya dilakukan dalam akun resmi dari shift saja, akan tetapi akun-akun dari Ustadz Hanan Attaki dan juga para anggota shift juga ikut gencar mempublikasikan informasi dakwah tersebut, hal ini yang membuat dakwah Ustadz Hanan Attaki dan Shift cepat meluas karena adanya dukungan media sosial dari akun resmi shift dan juga akun pribadinya.

C. Analisis Data Tentang Desain Dakwah di Media Sosial oleh Ustadz Hanan Attaki melalui Shift

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan Teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein . Teori ini berbicara tentang pengorganisasian pesan atau informasi yang berasumsi bahwa *"The Information-integration approach centers on the ways people acumulate an organize informations about some, object,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

situation, or idea, to form attitude toward a concept"[24]. (mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut.) Teori ini menjelaskan bahwa semua informasi memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi orang agar memiliki sikap tertentu. Mengenai besar tidaknya pengaruh tersebut, tergantung pada Valensi dan Bobot Penilaian.

Valensi atau tujuan, merupakan ukuran tentang sejauh mana suatu informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah dimiliki sebelumnya. Hal ini memberikan pengaruh pada kekuatan informasi untuk membentuk sikap. Martin Feishbein mengemukakan "*attitutes differs from beliefs in that they are evaluative*". Jadi valensi informasi merupakan gabungan dari dua bentuk keyakinan. Indikatornya adalah informasi mengenai suatu hal dan informasi yang mendukung keyakinan.[25] Informasi mengenai suatu hal dalam hal ini adalah informasi dari Shift mengenai anak muda adalah penggerak perubahan, sedangkan informasi yang berhubungan dengan itu dan mendukung tentang keyakinan adalah informasi dari Ustadz Hanan Attaki yang berkeyakinan bahwa roda dakwahnya seharusnya bergerak kearah perubahan dan penggeraknya adalah anak muda.

Sedangkan Bobot penilaian adalah berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Hal ini sebagaimana yang dikatakan Littlejohn, "*Seberapa besar informasi tersebut dapat dipercayai kebenarannya, maka ia akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap infomasi itu dan juga*

[24] Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Comunication*. Edisi ke-5, (Belmont-California, Wadsworth, 2009), h. 137-138
[25] *Ibid*, h.76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebaliknya, jika informasi kurang dipercaya kebenarannya maka penilaian yang diberikan akan rendah". Dari dua aspek ini akan efektif dalam mempengaruhi sikap seseorang jika keduanya berjalan secara bersamaan dan imbang, dalam artian jika suatu informasi memiliki tingkat valensi yang tinggi, namun tidak didukung oleh bobot penilaian yang setara, maka pengaruhnya pada diri seseorang terbilang kecil.[26]

Hal ini penulis temukan dalam dakwah Ustdaz Hanan Attaki yang menyampaikan nilai-nilai islam pada anak-anak muda melalui konsep dakwah kreatif di media sosial. Ustadz Hanan Attaki menggunakan cara mengakumulasikan informasi yang didapatnya dari perjalanan intelektualnya hingga ke Al Azhar, Mesir mengenai keislaman dan gerakan-gerakan dakwah, yang diorganisasikan dengan informasi yang didapatkannya dari para pemuda untuk membentuk sikap pada sebuah konsep. Konsep yang diberikan disesuaikan dengan zaman dan orang-orang yang dihadapinya. Ustadz Teuku Hanan Attaki melihat bahwa peluang untuk mempengarui para pemuda dan mengarahkannya kepada hal-hal yang bernafaskan islam. Ustadz Hanan Attaki mendesain materi dakwahnya melalui perencanaan yang matang, sehingga memberikan valensi yang positif dan meyakinkan mad'unya tanpa mengubah keyakinan yang sudah dimiliki sebelumnya.

Dari konsep dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki dapat ditemukan valensi atau tujuan dalam mengaplikasikan pengetahuan-pengetahuannya menjadi sebuah ide. Ustadz Hanan Attaki berasumsi bahwa dakwah harusnya menyeluruh dan menciptakan sebuah perubahan. Perubahan ini yang Ustadz Hanan Attaki temukan pada diri anak-anak muda. Ia berpandangan bahwa

[26] *Ibid*, h. 111-112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anak-anak muda selalui memiliki sesuatu yang baru untuk dilakukan dan diekspresikan. Anak-anak muda juga menjadi tonggak peradaban dalam suatu bangsa. Namun, jarang sekali ajakan atau nilai-nilai keislaman menyentuh anak-anak muda ini. Sehingga dakwah di Indonesia dinilai *stagnan* dan kurang *progresif*. Akhirnya Ustadz Hanan Attaki mengkonsep dakwahnya sesuai dengan apa yang diminati anak-anak muda ini untuk mendapatkan perhatian dari mereka.

Secara kebetulan, anak-anak muda yang menjadi penggagas dari Shift merupakan anak-anak muda yang aktif belajar dan berkreasi dalam bidang tertentu. Sehingga mereka memiliki daya tarik tersendiri bagi teman-teman atau anak muda yang lain untuk mengikuti jejaknya. Dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial ini merupakan akumulasi dari pemikirannya dan Shift yang terorganisir. Shift memberikan informasi kepada Ustadz Hanan Attaki mengenai sekelompok orang atau ide-ide untuk menarik sekelompok orang tersebut yang kemudian kumpulan informasi ini membentuk sikap ysng sesuai dengan keyakinan yang dimiliki Ustadz Hanan Attaki sebelumnya. Sehingga sekap yang terbentuk adalah sebuah perubahan besar dalam diri Ustadz Hanan Attaki untuk mulai belajar dan menggunakan informasi tersebut dalam dirinya.

Sebelum informasi tersebut sampai, Ustadz Hanan Attaki masih berdakwah dengan gaya bahasa yang kental dengan islam dan jihad. Penampilannya juga ustadz banget, seperti menggunakan jubah, berjenggot dan menyampaikan islam di masjid saja. Namun, setelah anak-anak muda yang terorganisir dalam kajiannya memberinya informasi tentang situasi dan kondisi anak-anak muda, muncullah ide yang meniscayakan perubahan sikap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mulai dari gaya bahasa sampai dengan gaya busana yang disesuaikan dengan anak-anak muda.

Ustadz Hanan Attaki tidak hanya belajar dan mendalami sasaran dakwahnya dari informasi yang diberikan. Namun juga dari media sosail yang dekat dengan kehidupan anak-anak muda. Sehingga dengan banyaknya informasi yang didapatkan Ustadz Hanan Attaki menunjukkan perubahan sikap yang signifikan tanpa menggeser keyakinan yang dimiliki sebelumnya. Dalam hal ini, maka valensi atau tujuan yang dibicarakan dalam teori ini tercapai dan positif.

Pada bobot penelitian, informasi yang datang dari Shift mengenai anak muda didapatkan dari pengumpulan informasi dan observasi. Observasi yang dilakukan oleh Shift yaitu dengan berpartisipasi dalam komunitas-komunitas anak muda, maupun belajar apa saja yang menjadi minat dan dapat menarik anak muda untuk datang dalam acara keislaman. Data observasi ini juga didapatkan melalui 2 cara, yaitu observasi online dan offline. Observasi online adalah observasi virtual yang menyusuri apa saja yang sedang hangat diperbincangkan oleh mereka. Anak-anak muda tidak pernah lepas dari media sosial, jadi media sosial digunakan untuk observasi bagaimana kehidupan dan aktivitas mereka yang dibagikan melalui akunya. Observasi online adalah ikut berpartisipati dalam kehidupan nyata mereka yang sama dengan realitas virtual diatas. Beberapa dari anggota Shift tersebut juga merupakan anggota dari komunitas yang sedang diobservasi tersebut. Dengan demikian maka bobot penilaian dari informasi ini valid dan kredibel. Karena didapatkan oleh orang yang berperan langsung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bobot penelitian pada Ustadz Hanan Attaki terletak pada latar belakang pendidikannya. Beliau adalah seorang yang belajar di Al Azhar, Kairo sehingga jalur keilmuannya tidak diragukan lagi. Beliau juga merupakan seorang aktivis yang bergelut dengan dunia jurnalistik dari sebuah golongan militan sebagai seorang penggerak dan pendakwah. Hal ini membuatnya memeiliki kredibilitas yang baik untuk menyampaikan pesan atau berdakwah. Ustadz Hanan Attaki memiliki informasi mengenai dakwah dan bagaimana dakwah itu seharusnya. Beliau juga berkeinginan untuk berdakwah pada anak-anak muda. Namun, ia tidak memiliki informasi mengenai anak muda dan tidak bisa langsung masuk lalu berdakwah kepada mereka.

Shift mengisi kekurangan pada informasi tersebut dengan informasi yang dimilikinya tentang anak muda. Kredibilitas yang dimiliki oleh Shift dan kredibilitas yang dimiliki oleh Ustadz Hanan Attaki sama-sama terpercaya. Sehingga bobot penilaian sebuah informasi terbilang tinggi. Karena dua hal yang berjalan pararel dan seimbang tersebut, maka penilaian desain dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift di media sosial dinilai positif dan berpengaruh besar pada perubahan sikap seseorang.

Perubahan sikap ini ditunjukkan oleh Ustadz Hanan Attaki sekaligus mad'unya. Ustadz Hanan Attaki yang sebelumnya berdakwah menggunakan atribut dakwah yang lengkap seperti sorban, jubah panjang, kopyah sekarang menggunakan kaos dan celana oblong, memakai topi atau kupluk. Khas dengan anak muda. Bahasa dan gayanya juga berbeda dari sebelumnya, yang sebelumnya seputar berjihad, sekarang lebih santai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perubahan sikap pada mad'u ditunjukkan dari keistiqomahan masuk dan beribadah di masjid, semangat menghadiri ta'lim dan semangat untuk memperbaiki diri. Dari yang dulunya bergaul secara bebas, sekarang lebih menjaga sikap. Dari yang dulunya berpenampilan apa adanya, sekarang lebih sopan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam kajian teori integrasi informasi, dengan adanya akumulasi informasi yang diserap oleh seseorang, akan menimbulkan beberapa hal, yakni:

1. Informasi dapat merubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek.
2. Informasi dapat merubah kredibilitas kepercayaan seseorang yang sudah dimilikinya.
3. Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap.[27]

[27] Littlejohn, 2009: 234-235

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1
Konfirmasi Teori dengan Data Lapangan

No.	Program Shift	Informasi dapat merubah derajat kepercayaan pada objek	Informasi dapat merubah kredibilitas kepercayaan yang sudah dimilikinya	Informasi menambah kepercayaan baru dalam struktur sikap
1	Shift Weekend	v	v	v
2	Shift #NongkrongBarengUHA	v	v	-
3	Ladies Day	v	v	v
4	Teras Tahfidz	v	-	v
5	#1minutebooster	v	v	v

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak semua informasi yang di sampaikan oleh Shift dapat merubah sikap mad'unya. Hal ini karena tidak semua kajian yang diberikan mendapatkan pendampingan dan klasifikasi kelasnya. Mad'u dibebaskan memilih mengikuti kajian dimanapun dan kepada siapapun, sehingga perubahan sikap disini tidak bisa diarahkan dengan jelas sesuai dengan target atau kemauan yang telah dirumuskan sebelumnya. Sedangkan mad'u yang sudah berhijrah jelas pembahasan atau materi yang disampaikan berbeda dengan mad'u yang baru mengikuti kajian.

Program Shift #NongkrongBarengUHA merupakan program yang dilakukan dengan mengadakan event kajian yang didesain seperti konser anak muda. Dimana kajian yang diberikan dikemas dengan sangat ringan dan mad'u yang datang didominasi oleh anak-anak muda yang penasaran dengan agenda tersebut. Sehingga tidak menjamin untuk merubah sikap dari mad'u

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut. Event ini seperti menjawab apa yang menjadi pertanyaan mad'u dan menggiringnya untuk mempercayai informasi yang diberikan. Tujuannya agar menambah kepercayaan yang sudah mereka miliki sebelumnya.

Program Teras Tahfidz adalah program yang disosialisasikan melalui kajian dan event-event yang diadakan oleh Shift, sehingga pada mad'u bisa tertarik untuk mengikuti program ini karena dengan mengikuti program ini, mereka bisa selangkah menuju hijrah, yaitu mereka mendekat kepada Al-Qur'an. Program ini dapat dengan mudah merubah sikap seorang mad'u, namun tidak dapat menjadi kredibilitas kepercayaan yang dimilikinya. Karena mereka sekali lagi tidak di ikat dalam suatu klasifikasi, mereka dibebaskan untuk mengikuti atau tidak mengikuti semua program. Anak-anak muda selalu identik dengan sifat mudah bosan, dan mereka enggan untuk terikat. Hal ini yang menjadikan Shift sangat fleksibel dalam menghadapi mereka.

Sedangkan #1minutebooster adalah cuplikan-cuplikan video yang diisi dengan audio suara pilihan dari kajian-kajian yang diadakan oleh Shift. Audio pilihan itu digambarkan dengan video-video realita yang dihadapi, misalnya saat sedang sedih, anak-anak muda melampiaskan dengan berlibur ke suatu tempat seperti pantai, dan tempat-tempat nongkrong. Atau dalam suatu hubungan ada kerengganggan dan perpecahan, dalam video berdurasi 1 menit itu semua rasa di visualisasikan melalui suara dan gambar. Ide pembuatan kajian dakwah berdurasi 1 menit ini terlihat begitu sederhana, namun efek yang ditimbulkan dapat merubah derajat, kredibilitas hingga sikap sekaligus. Mungkin tidak secara langsung, tapi bertahap anak-anak muda ini mengikuti hingga merubah diri. Terlihat dari banyaknya followers atau pengikut yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terus bertambah dan besarnya keinginan anak-anak muda diberbagai wilayah untuk melakukan bakan membentuk komunitas-komunitas ber-hijrah.

Dari temuan data yang diperoleh peneliti diatas, sebagian besar desain program dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Shift Pemuda Hijrah mendapatkan kepercayaan yang cukup besar dari mad'unya. Hal ini terlihat dari antusiasme anak-anak muda untuk mengikuti dan menghadiri kajian di masjid, hingga mengubah tampilan dan sikap mereka agar sesuai dengan kaidah-kaidah Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Desain dakwah Ustadz Teuku Hanan Attaki adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman yang dilakukan di media sosial melalui sebuah gerakan yang dinamai Shift Pemuda Hijrah. Sesuai dengan namanya, Shift beranggotakan anak-anak muda kreatif yang mengumpulkan materi-materi kajian Ustadz Teuku Hanan Attaki yang diprogramkan secara offline di Masjid dan dibagikan secara online di media sosial. Desain dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki mengintegrasikan antara pemikirannya dengan Shift. Sehingga memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi seseorang agar memiliki sikap tertentu. Media sosial dekat dengan anak-anak muda, sehingga mad'u Ustadz Teuku Hanan Attaki didominasi oleh kau muda. Informasi dakwah yang dibagikan di desain sesuai dengan karakter anak-anak muda ini, sehingga menarik untuk di ikuti (*follow*) dan dipercaya. Kepercayaan yang diberikan dapat mengubah sikap mereka dari yang sebelumnya tidak tau tentang islam menjadi tertarik untuk mempelajari islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abbad, Ibnu. *Gayatul Mawahibil Aliyyah Juz I*, (Indonesia, Al-Haramain Jaya: 2012).

Abidin, Zainal A dan Rahma Ida, *Ernografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian*, The Journal of Society and Media, 2018, Vol. 2 (2) yang mengutip pernytaan dari Cristine Hine, 2000.

Adi, Tri Nugroho *Etnografi dalam Komunikasi*, Diakses pada 26 Desember 2018 dalam http://www.google.com/amp/s/sinau.komunikasi.etnografi-dalam-komunikasi/amp/2011.

Ahsin W. Al-Hafidz, *Kamus Ilmu al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2008)

Al Munawwir, Ahmad Warson, *Kamus Al-Munawwir Arab Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1997).

al-Asfahani, Ar-Raghib, *Mu'jam Mufrodat li al-Fazh al-Qur'an*, (Beirut: Dār al-Fikr, 2008).

Amin, Samsul Munir. (Cet.I), *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009).

Amrullah, Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Prima Duta, 1983).

Arif, Moch. Choirul. *ETNOGRAFI VIRTUAL Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*. Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol.2, No. 2, Oktober 2012 . ISSN: 2088-981X.

Arifudin, Andi Fikra Pratiwi, *Film Sebagai Media Dakwah Islam*. Jurnal Aqlam Volume 2, Nomor 2, Desember 2017. Institut Agama Islam Negeri Manado, Indonesia. H. 119 yang menjelaskan tentang sebuah budaya dapat dipahami dari praktek-praktek representasi manusia secara simbolik

dalam Idi Subandy, *Budaya Popular Sebagai Komunikasi*, Cet. 1, (Jogjakarta: Jalasutra, 2007).

Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000).

Ceramah Ustadz Hanan Attaki tentang *Sejarah Asal Usul Pemuda Hijrah (SHIFT) Ustadz Hanan Attaki*, di upload di Youtube

Damduri, Elba. *Peradaban Islam Dibangun Dari Kekuatan Literasi Seperti IBF*, dalam https://m.republika.co.id/berita/kolom/fokus/pnhesd440/islamic-book-fair-ibf-dan-literasi-islam, diakses pada Februari 2019

Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya edisi revisi* (Surabaya: Mahkota, 1989).

Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990)

Djatnika, Rachmat. *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996).

Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung,: Widya Padjajaran, 2009).

Gorys Keraf, *Eksposisi, Komposisi Lanjutan II*. (Bandung: Grasindo. 1995).

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)

Haenlein, Kaplan, Andreas M,. Users of the World, Unite! The Challenges and opportunities og Social Media. (Business Horizon, 2010).

Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta; Salemba Humanika)

Hidayat, Muhammad Taufik. *Dakwah Untuk Kawula Muda Harus Kreatif*, dalam https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nusantara/hjxz/dakwah-untuk-kawula-muda-harus-kreatif, diakses pada Februari 2019

Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. (Jakarta: Erlangga, 2009)

Ilahi, Wahyu dan Harjani Hefni. *Pengantar Sejarah Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), Wahyu Budiantoro. *Dakwah di Era Digital*. Jurnal KOMUNIKA, vol.11 , No.2, Juli-Desember 2017.

Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

Indrawati, *Mengapresiasi Novel Sebagai Media Dakwah Bil-Qalam*, Jurnal Wardah: No.XXVII/Th. XIV/Desember 2013

Jazuli, Ahzami Samiun. *Hijrah dalam Pandangan al-Qur'an,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2006).

Kaelan, *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*, (Yogyakarta: Paradigma, 2010).

Khoiruzzaman, Wahyu. *Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism*, (Dalam Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 36 (2) EISSN 2581-236X, 2016), hh. 317-318

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2012).

Kuswarno, Engkus, Etnografi Komunikasi : Suatu Pengantar dan Penelitiannya, (Bandung: Widya Padjajaran, 2008).

Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Comunication*. Edisi ke-5, (Belmont-California, Wadsworth, 2009).

M, *"Mengenal Lebih Dekat Komunitas Pemuda Hijrah Masjid Al-Lathif"* diakses pada 3 Desember 2018, pukul 09.00 WIB dari http:??sindojabar.com/9791/-2/

M. Munir, Wahyu Illaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mahfudz, Syaikh Ali. (cet. IX),*Hidayah al-Mursyidin: ila Thuruq al- Wa'dhy wa al-Khotobah*, (Kairo: Dar Al-I'tisham. 1979).

Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2008).

Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013).

Mulkhan, Abdul Munir, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: Sipress. 1996).

Nasrullah, Ruhli. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014).

Nurmatari, Avitia, "*Shift" Gerakan Dakwah Kreatif Pemuda di Bandung Rangkul Anak Punk*, Dalam detiknews.com terbitan Selasa, 11 Agustus 2015.

Pakuningjati, Anindia Lintang. *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Government*. Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial. Vo 25, No. 2. Desember 2015.

Rusman, dkk. Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. (Jakarta: Rajawali Press, 2013).

Saifullah, Jakfar Puteh. *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group,2006).

Shaleh, Rasyad. *Managemen Dakwah Islam*. (Jakarta: Bulan Bintang, 1993).

Shihab, Quraish. (Edisi baru) *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*,(Bandung: Mizan. 2007).

Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

Su'ud, Abu, *Islamologi*, (Jakarta: P.T. Rineka Cipta, 2003).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta , 2008).

Sunarto AS A. *Etika Dakwah*, (Surabaya: Jaudar Press, 2015).

Suprayogo, Imam. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Rosdakarya, 2001).

Syam, Yunus Hasyim. *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007).

Syarifudin, *Metode Penelitian: Dakwah dan Komunikasi*, Cetakan ke-II (Ambon: Wadakomsmart, 2011).

Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983).

Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997).

Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Desain, diakses pada tanggal 20 Desember 2018

Win Wan Nur. *Kota Bandung dan Daya Tariknya*. 15 November 2011. Diakses pada tanggal 18 Desember 2018.

www.alfalahsby.com/id/kajian-pemuda-hijrah-ust-teuku-hanan-attaki-2017 Diankses pada 14 Januari 2018

Ya'kub, Hamzah. *Publisistik Islam Seni dan Tehnik Dakwah.* (Bandung: Diponegoro, 1973).

Youtube, *Sejarah Lahirnya Gerakan Pemuda Hijrah*, diakses pada 15 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id