

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki menerapkan ketiga strategi dakwah Al Bayanuni, yaitu sentimentil, rasional, dan indrawi dalam konten dakwah pada akun media tik tok Ayah Amanah.

1. Strategi Dakwah Sentimentil (Al Manhaj Al Athifi)

Ustadz Hanan Attaki dalam konten Tik Tok Ayah Amanah banyak menggunakan pendekatan sentimentil yang menekankan pada sentuhan emosi dan kelembutan hati. Hal ini terlihat dari cara beliau menenangkan kegelisahan mad'u yang sedang mengalami ujian hidup, kecemasan, dan pikiran negatif. Penyampaian yang menenangkan, penggunaan bahasa yang lembut, serta penegasan bahwa Allah Maha Penolong menjadi bentuk strategi yang mampu menyentuh aspek psikologis mad'u. Strategi ini efektif dalam memberikan ketenangan batin serta membangun kedekatan emosional antara da'i dan mad'u.

2. Strategi Dakwah Rasional (Al Manhaj Al Aqli)

Strategi dakwah rasional digunakan dengan memberikan penjelasan logis dan argumentatif terkait sumber pikiran buruk yang dialami manusia. Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa waswas atau pikiran negatif bukan berasal dari diri manusia, melainkan dari syaitan yang memprovokasi manusia menuju keputusan dan su'uzan kepada

Allah. Penjelasan ini memberikan pemahaman yang sistematis sehingga mad'u dapat berpikir secara rasional dan tidak terjebak dalam asumsi negatif terhadap takdir Allah.

3. Strategi Dakwah Indrawi (Al Manhaj Al Hissi)

Strategi dakwah indrawi dalam konten ini ditunjukkan melalui penggunaan pendekatan pengalaman nyata dan refleksi kehidupan. Ustadz Hanan Attaki mengajak mad'u untuk mengingat kembali pengalaman hidup ketika Allah telah menolong di masa lalu, serta menganjurkan untuk membaca kisah-kisah para nabi dan orang saleh. Pendekatan ini memperkuat keyakinan mad'u melalui bukti empiris dan pengalaman historis yang dapat diamati serta dirasakan secara emosional dan spiritual.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan yaitu total 15 video konten dakwah, terdapat 8 konten video yang menggunakan strategi dakwah sentimentil, 5 konten video strategi dakwah rasional dan 2 konten video strategi dakwah indrawi. Penggunaan ketiga strategi dakwah tersebut menjadikan pesan dakwah lebih efektif dan pesan dakwahnya sampai kepada masyarakat. Dengan demikian, penulis dapat mengatakan bahwa Ustadz Hanan Attaki cenderung banyak menggunakan strategi dakwah sentimentil dalam postingan video dakwahnya.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, pembahasan, hingga kesimpulan yang penulis paparkan, penulis memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Kepada Ustadz Hanan Attaki dan tim Ayah Amanah, penulis berharap dapat terus mengembangkan konten dakwah yang memadukan strategi dakwah sentimentil, rasional, dan indrawi secara seimbang, sehingga pesan dakwah dapat menjangkau berbagai karakteristik masyarakat. Selain itu, kepada Ustadz Hanan Attaki khususnya perlu sedikit menyisipkan humor atau candaan pada dakwahnya sehingga tidak membuat jadi monoton dan mad'u bisa lebih nyambung dengan pesan dakwah yang disampaikan.
2. Bagi praktisi dakwah media sosial, akun media tik tok Ayah Amanah dapat menjadi referensi bagi para da'i dan kreator dakwah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah.
3. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada analisis strategi dakwah berdasarkan teori Al Bayanuni pada akun media tik tok Ayah Amanah, oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan teori dakwah lainnya. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan tentang ilmu dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Muhammad Qadaruddin (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah* Hal. 40
- Acep Aripudin, Syukriadi Sambas (2007). *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya), H.32
- Adra'i, N. P. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok@ Basyasman00. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*,133.
- Agnes Z. Yonatan (2025). *Tik Tok Kalahkan Instagram Jadi Aplikasi Terpopuler 2024*, <https://Goodstats.Id/Article/Tiktok-Kalahkan-Instagram-Jadi-Aplikasi-Terpopuler-2024-J6imw>. Di Akses Pada 25 Januari 2026
- Aminudin, A. (2016). Media Dakwah. *Al-Munzir*, Hal. 346-349
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*,15-23
- Burhan Bungin (2009). *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group). 126
- Djam'an Dan Aan Komariah (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet, Hal. 105
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun@ Syam_Elmarusy). *Komunida*, 181-182
- Iim Rohimah (2018). *Strategi Dakwah Masyarakat Marjinal Ii*. Diakses Di [Http://Sebelasmaret.Com/Strategi-Dakwah-Masyarakat-Marginal](http://Sebelasmaret.Com/Strategi-Dakwah-Masyarakat-Marginal)
- Ikhlas, A., Murniyetti, M., Rivauzi, A., & Wirdati, W. (2020). Problematika Dakwah Di Kenagarian Harau Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Kawakib, 1*
- Ismiati, I., Sofiatin, S., & Zuhriyah, L. F. (2024). Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram@ Ayah_Amanah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 25-26
- Kumolo, I. C. (2021). Strategi Dakwah Program “Bincang Ringan Angkringan” Di Yufid Tv. *Jurnal Audiens*, Hal. 96

- Kusumawati, J., & Sitika, A. J. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Islam Bagi Generasi “Z”. *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman*, Hal. 278.
- Latif, H. D., & Sos, S. (2024). *New Media Dan Dakwah*. Elex Media Komputindo, Hal.3-6
- Lister, M., Et Al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*, Second Edition. New York: Routledge.
- Millasari, J. N., Asfufah, I., & Mujidah, Y. (2025). Strategi Dakwah Dalam Penebar Perdamaian. *Jurnal Teologi Islam*, 348.
- Moh. Ali Aziz (2009). *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana), 349.
- Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni (2021). *Pengantar Studi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar), H.45
- Mujib, A., & Sholikhin, B. (2022). Pola Dan Strategi Dakwah Dalam Moderasi Beragama. *Indonesian Journal Of Humanities And Social Sciences*, 233
- Nasution, R. (2021). Prinsip dan Strategi Dalam Dakwah Islam. *An-Nahdhah: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Keagamaan*, 40
- Nher Leo Lede. (2025). *Fitur-Fitur Tiktok Yang Jarang Diketahui Pengguna*, Di Akses Pada 25 Januari 2026. <https://Rri.Co.Id/Iptek/1291009/Fitur-Fitur-Tiktok-Yang-Jarang-Diketahui-Pengguna>.
- Nizar, M. (2018). Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah). *Islamic Communication Journal*, 85-86
- Nouvan. (2025). *Indonesia Jadi Negara Pengguna Tik Tok Terbanyak Di Dunia 2025*. <https://Dataloka.Id/Humaniora/4424/Indonesia-Jadi-Negara-Pengguna-Tiktok-Terbanyak-Di-Dunia-2025>. Di Akses Pada 25 Januari 2026
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Hal. 41
- Rara Zarary (2020). *Ala Nu Memanfaatkan Tik Tok Sebagai Media Dakwah Masa Kini*, <https://Tebuireng.Online/Ala-Nu-Manfaatkan-Tiktok-Sebagai-Media-Dakwah-Masa-Kini>. Di Akses Pada 26 Januari 2026
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. *Analisis data kualitatif*, Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. hal. 116-119

Syekh Muhammad Abu Al Fatah Al Bayanuni. *Ilmu Dakwah Prinsip Dan Kode Etik Berdakwah Menurut Al Qur'an Dan As Sunnah*, Hal. 258-276

Syukir, A. (1984). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Ikhlas.

Taubah, M., & Hadi, M. N. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Jurnal Mu'allim*, Hal. 57-58.

Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, Hal. 164-165

Utami, A. H. (2021). Media Baru Dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, Hal.10-12

Wahab, A., & Sa'adah, K. (2015). Konsep Dakwah Islam Terhadap Pluralitas Agama Dalam Tafsir Al-Misbah Karya M. Quraish Shihab. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, Hal.7

