

Felix Siau, Hanan Attaki dan Fenomena Microcelebrity Muslim di Indonesia

Sulistia Salsabiilaa¹, Aulawiyah Hidayati², Siti Tasliyah³, Dhia Fauzan⁴, Abdul Fadhil⁵
¹⁻⁵ Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

E-mail: slstiasalsabiilaa1@gmail.com¹, aulawia2003@gmail.com², siti_1404622053@mhs.unj.ac.id³,
Dhia1404622072@mhs.ac.id⁴, abdul_fadhil@unj.ac.id⁵

Alamat: Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Korespondensi penulis: slstiasalsabiilaa1@gmail.com

Abstract: *In contemporary preaching, the use of media is very important and necessary to encourage Muslims to consistently listen to sermons. Felix Siau and Hanan Attaki conduct their preaching through social media (microcelebrity). This research uses a descriptive qualitative method to answer the researcher's questions about the use of social media as a medium for preaching, the preaching style and messages of Felix Siau and Hanan Attaki through social media, and the impact and influence of their preaching (microcelebrity) on their followers. The research results show that Felix Siau and Hanan Attaki also have distinct preaching styles. For example, Felix Siau focuses more on discussing current political and social issues, while Hanan Attaki emphasizes the development of an individual's spirituality, especially among the younger generation. Both have successfully attracted a large following through relevant content, engaging communication styles, and the use of technology.*

Keywords: *Microcelebrity, Spiritual Development*

Abstrak: Dalam dakwah masa kini, pemanfaatan media sangat penting dan diperlukan guna mendorong ketertarikan muslim untuk senantiasa mendengarkan ceramah. Felix Siau dan Hanan Attaki melakukan dakwahnya melalui media sosial (microcelebrity), penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menjawab pertanyaan peneliti tentang penggunaan media sosial sebagai media dakwah, gaya dan pesan dakwah Felix Siau dan Hanan Attaki melalui media sosial dan dampak dan pengaruh dakwah (microcelebrity) terhadap pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan Felix Siau dan Hanan Attaki juga memiliki gaya dakwah yang khas. Seperti Felix Siau lebih fokus kepada untuk membahas tentang pada isu-isu politik dan sosial yang terkini, sementara pada Hanan Attaki ini lebih menekankan pada bagaimana pengembangan spiritualitas individu seseorang, terutama generasi muda. Keduanya berhasil menarik perhatian banyak pengikut melalui konten yang relevan, gaya komunikasi yang menarik, dan pemanfaatan teknologi.

Kata kunci: Microcelebrity, Pengembangan Spiritual

1. LATAR BELAKANG

Islam adalah agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajarkan agama melalui nilai-nilai pendidikan yang kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisaberkembang, besar, dan menjadi jaya (Arikunto, 2002).

Karena mayoritas agama di Indonesia adalah Muslim, pertumbuhan teknologi digital pasti telah mempengaruhi sebagian besar kehidupan sehari-hari mereka. Argumen ini didasarkan pada dua fakta. Pertama, Indonesia adalah pengguna internet terbesar keenam di dunia setelah China, AS, India, Brazil, dan Jepang. Posisi ini tidak hanya dilihat dari jumlahnya tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan komunikasi di antara mereka. Kedua, dalam tingkat dakwah Islam, melalui media sosial, internet sebagai media bagi banyak kelompok Islam untuk mengusulkan ideologi mereka dengan membuat "versi konten Islam." (Nilan, 2006; Ali, 2012; Slama 2017). Terkait dengan Islam dan konteks Indonesia, terutama budaya populer Islam, banyak sarjana telah membahas dalam berbagai bentuk dan isu spesifik, mencakup program televisi dan film (Amrih 2017; Heryanto 2014; Barendregt 2012; Imanjaya 2006; Arp dan Van Helen, 2006; Subianto 2011; Van Heeren 2012; Rahmani, 2016; Barendregt dan van Santeen 2002; Weintraub 2008, 2010); media cetak dan sastra (Brenner 1999, 2011; Hefner 1997; Hellwig 2011; Krier 2011; Rani 2012; Kailani, 2012) dan pakaian. (Brenner 1996; Smith-Hefner 2007; Saluz 2007; Nisa 2012)

Namun, membahas dampak teknologi digital dalam masyarakat Muslim di latar belakang Indonesia masih jarang, terutama dengan fokus pada media sosial dan munculnya mikro-selebriti yang terjalin dengan ekonomi digital. Faktanya, Heryanto (2014: 2) telah mengingatkan pentingnya studi ini di tengah “perubahan terbaru pada lanskap media di Indonesia” yang “telah menjadi sangat jelas bagaimana media baru telah campur tangan dan membentuk kembali kehidupan sosial kita di seluruh dunia di banyak tingkat”.

Dalam dakwah masa kini, pemanfaatan media sangat penting dan diperlukan guna mendorong ketertarikan mad'u untuk senantiasa mendengarkan ceramah. Dakwah pada era milenial ini dituntut untuk dapat aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual berarti dakwah dapat memecahkan masalah. Faktual berarti dakwah dilakukan secara konkrit dan nyata. Sedangkan kontekstual berarti penyampaian dakwah secara relevan dan menyangkut problematika yang sedang dihadapi masyarakat. Menurut Sudirjo dan Siregar, terdapat dua fungsi media yaitu untuk memberikan pengalaman yang kongkrit kepada pemirsa dan sebagai sarana komunikasi (Khoiruzzaman, 2016). Untuk itu, seorang da'i harus dapat memanfaatkan media tersebut dengan bijak dan baik sehingga pesan dakwah akan tersampaikan dengan baik pula. (Reza Mardiana, 2020)

Dengan mengusulkan Felix Siau dan Hanan Attaki, yang merupakan Youtuber Muslim Indonesia sebagai studi kasus. artikel ini meneliti Fenomena Microcelebrity Muslim di Indonesia dengan mengajukan tiga pertanyaan; Bagaimana penggunaan media sosial sebagai media dakwah?, bagaimana gaya dan pesan dakwah Felix Siau dan Hanan Attaki melalui

media sosial?, dan apa dampak dan pengaruh dakwah (microcelebrity) terhadap pengikutnya?

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam penelitian Nafik Muthohirin yang berjudul “Da’wa in Social Media: The Views of Ustad Hanan Attaki and Felix Siauw to The Hijrah Phenomenon”, penelitian ini membahas bagaimana Ustad Hanan Attaki dan Ustad Felix Siauw menggunakan media sosial sebagai medium dakwah untuk menyampaikan pesan Islam kepada generasi muda. Fokus utama dalam penelitian ini adalah memahami peran media sosial dalam membentuk fenomena hijrah di kalangan pemuda Muslim Indonesia, serta bagaimana pandangan kedua Ustad tersebut terkait hijrah mempengaruhi tren tersebut. Ustad Hanan Attaki menekankan hijrah sebagai tren kekinian yang melibatkan perubahan gaya hidup, sementara Ustadz Felix Siauw mengaitkannya dengan cita-cita Khilafah islamiyah. Kajian ini menggunakan metode kualitatif melalui analisis konten media sosial mereka, wawancara, dan literatur. Kesimpulannya, dakwah melalui media sosial tidak hanya mempengaruhi gaya hidup religius generasi muda, tetapi juga memperkuat fragmentasi otoritas keagamaan tradisional dengan munculnya ustadz populer sebagai simbol otoritas baru.

Dalam penelitian Muhammad Fahmi Bahrul Ulum yang berjudul "Fenomena Mikro-Selebrity Muslim dalam Bingkai Eksklusivisme Politis" penelitian ini mengeksplorasi ekspresi dakwah Felix Siauw di media sosial, khususnya Instagram, dalam konteks eksklusivisme politis. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles S. Peirce untuk menganalisis narasi yang ditampilkan Felix Siauw yang sering kali menunjukkan afiliasinya dengan ideologi tertentu seperti Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Temuan penelitian ini mengidentifikasi tiga aspek utama dalam ekspresi dakwah Felix: (1) keberlanjutan afiliasi dengan HTI melalui unggahan konten yang mendukung ideologi tersebut, (2) interpretasi ajaran Islam secara monolitik dengan pendekatan hitam-putih yang sering kali menolak pandangan lain, dan (3) glorifikasi berlebihan terhadap konsep kejayaan Islam dan sistem khilafah, seringkali dengan kritik tajam terhadap pemerintah Indonesia. Kajian ini menunjukkan bahwa strategi Felix di media sosial tidak hanya membangun citra personalnya sebagai "mikro-selebriti Muslim" tetapi juga memanfaatkan popularitasnya untuk menyebarkan narasi politik dan keagamaan yang eksklusif.

Dalam Penelitian Nor Latifah dan Romario yang berjudul "Trendsetter Muballigh di Medsos: Analisis Framing Instagram Felix Siauw dan Hanan Attaki" penelitian ini membahas bagaimana Felix Siauw dan Hanan Attaki menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk dakwah kepada generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode framing yang

dikembangkan oleh Robert N. Entman untuk menganalisis bagaimana kedua ustadz menampilkan narasi mereka di ruang publik digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keduanya memiliki pendekatan serupa dalam menyampaikan pesan, yaitu melalui postingan singkat, video pendek, dan caption menarik. Namun, ada perbedaan fokus: Felix Siau lebih sering mengangkat isu-isu sosial dan politik, sementara Hanan Attaki lebih dominan menyampaikan pesan moral, nasihat kebaikan, dan topik cinta. Instagram digunakan sebagai media yang efektif untuk membangun citra "ustadz hits" dengan pendekatan yang kreatif dan sesuai dengan gaya hidup anak muda, sehingga menjadikan keduanya sebagai trendsetter dalam dunia dakwah modern.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana objek penelitian ini adalah akun media sosial Felix Siau dan Hanan Attaki. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adalah peneliti pada sebelumnya sudah melakukan beberapa riset untuk mengetahui kondisi pada objek penelitian. Penelitian ini menekankan pentingnya penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan secara mendalam suatu peristiwa atau proses dalam kondisi aslinya. Tujuannya adalah untuk memahami secara menyeluruh makna dan hakekat dari fenomena yang terjadi (Subaidi, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang sangat detail dan lengkap tentang suatu fenomena sebagaimana adanya di dunia nyata. Peneliti akan mengamati secara langsung dan menyeluruh fenomena tersebut dalam konteks aslinya untuk memperoleh pemahaman yang mendalam.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Definisi Dakwah

Islam adalah agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajarkan agama melalui nilai-nilai pendidikan yang kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisaberkembang, besar, dan menjadi jaya (Arikunto, 2002).

Menurut Syukur (2017) Dakwah secara etimologi (bahasa) berasal dari kata bahasa Arab, yakni دعوة, da'wah; "ajakan". Sementara, dakwah secara terminologis (istilah) memiliki beberapa pengertian menurut para ahli sebagai berikut:

- a. Prof. DR. Tutty A.S, berpendapat bahwa dakwah adalah proses transaksional untuk terjadinya perubahan perilaku individual melalui proses-proses komunikasi, persuasi, dan pembelajaran yang berkelanjutan. (Dakwah is the transactional process of initiating behavioral changes of individual through the series of communication, persuasion and continuous learning.)
- b. Prof. DR. achmad mubarok, dakwah ialah usaha mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang didakwahkan oleh da'i. setiap da'I agama apa pun pasti berusaha mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan agama mereka. Dengan demikian, pengertian dakwah Islam adalah upaya mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku Islam (memeluk agama Islam).
- c. Dakwah menurut Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni (1993: 17), adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktekkannya dalam kehidupan nyata.

Berdasarkan tiga pendapat tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah merupakan suatu proses untuk mempengaruhi sikap maupun tingkah laku seseorang agar menyesuaikan dengan agama mereka serta mempraktekkannya dalam kehidupan nyata.

2) Perjalanan Dakwah Masa Rasul

Perjalanan dakwah Nabi Muhammad saw merupakan sebuah perjalanan panjang dalam mendakwahkan Islam. Kehadiran Nabi sebagai seorang Nabi dan Rasul yang membawa rahmat kepada semesta alam. Perbaikan dari segala aspek kehidupan terutama kondisi masyarakat jahiliyah pada waktu itu menjadi masyarakat madani. Nabi Muhammad saw merupakan sosok teladan yang memimpin umat Islam, dimana Beliau tidak hanya mengubah tanah Arab, akan tetapi juga mengubah sejarah dunia (Isman Iskandar, 2019).

Dalam rangka inilah, Nabi Muhammad saw melakukan dakwahnya dalam berbagai metode dan pendekatan. Pada bagian ini, (Muhammad Choirin, 2021) menjelaskan mengenai pendekatan dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW di era dakwah mekkah. Data yang ditampilkan berdasarkan sejarah kehidupan Rasulullah

SAW; baik yang bersifat ucapan, perbuatan dan juga persetujuan. Berikut berbagai pendekatan dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW di era Mekkah:

a. Pendekatan Personal

Yang dimaksud dengan pendekatan personal dalam dakwah nabi adalah pendekatan dakwah yang digunakan oleh Nabi sesaat setelah ia menyampaikan pesan dakwah kepada orang-orang yang terdekatnya secara sembunyi-sembunyi, mulai dari keluarga dekat dan karib sahabatnya. Melalui pendekatan ini, terdapat para tokoh dan orang terpandang yang bersedia memeluk agama Islam, antara lain: Khadijah binti Khuwailid, Abu Bakar al-Shiddiq, Zubair bin Awwam, Abdul Waqqas, Ali bin Thalib dan lainnya (al-Nadawi, 1977). Pendekatan ini diambil untuk mendapatkan dukungan dari pihak yang telah diprediksi sebelumnya, selain itu juga untuk menghindari penolakan dan kontroversi yang dapat menimbulkan kegaduhan sosial; khususnya di kalangan pemuka dan pembesar Quraisy.

b. Pendekatan Majalis Ta'limiyah (Manhaj Barnamij Tarbawiyah)

Pendekatan ini merupakan kelanjutan dari pendekatan sebelumnya. Jika pada tahap awal, dakwah Nabi dilakukan secara sembunyi dengan cara personal, pada tahap ini nabi mulai melakukannya secara kolosal dengan memberikan fokus pembelajaran secara bersama-sama dalam satu momen dan even. Meski belum sampai tahap terbuka, namun pendekatan melalui Islam awal. Pada era ini, tempat yang menjadi lokasi pelaksanaan dakwah adalah rumah al-Arqam bin Abi al-Arqam (Patmawati, 2014).

c. Pendekatan Promosi (Manhaj Irdhiyyah)

Dalam sejarahnya, Mekkah merupakan wilayah strategis yang menjadi pusat perdagangan dari seluruh wilayah sekitar. Selain karena letak geografisnya yang strategis, Mekkah menjadi destinasi masyarakat untuk adalah 3 (tiga) pasar yang menjadi tempat utama para pedagang dari seluruh kawasan pada ketika itu. Selain komoditas barang dagangan, setiap kafilah membawa pemikir dan penyairnya untuk dipertandingkan di pasar-pasar tersebut (Zaydan, 1976).

Kedatangan kafilah dagang dan para peziarah yang datang ke Mekkah ini yang kemudian dimanfaatkan oleh Rasulullah SAW untuk menyampaikan pesan hidayah Islam. Dengan penuh keyakinan, Rasulullah SAW mendatangi

masing-masing kabilah untuk menyampaikan informasi tentang Islam dan pandangan hidup yang baru (al-Khan, 1992).

d. Pendekatan Filantropi (Manhaj Ighatsi)

Dalam konteks dakwah, pendekatan kemanusiaan menjadi model yang efektif dalam penerimaan dakwah. Jauh sebelum diangkat menjadi Nabi, kedermawanan dan kemanusiaan Nabi telah menjadi magnet yang sangat kuat dalam penerimaan dakwah. Selain karakteristik tersebut, Nabi telah menunjukkan sebagai sosok pejuang keadilan dan memberantas kezaliman. Keterlibatan Nabi dalam peristiwa ini merupakan bukti reputasi Nabi dalam hal ini. (Ibnu Hisyam, 2006).

3) Perjalanan Dakwah Masa Kini

Berbeda dengan dakwah masa lalu yang dilakukan Nabi Muhammad saw ataupun para ulama terdahulu, dakwah masa kini telah mengalami perubahan. Menyesuaikan perkembangan zaman yang kian canggih dan penuh teknologi, dakwah masa kini (generasi milenial) dapat menggunakan model dakwah digital. Dakwah digital adalah model pengajaran Islam melalui media. Model dakwah ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Hal ini sesuai dengan karakteristik masyarakat milenial yang sangat akrab dengan gadget (Reza Mardiana, 2020).

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi, pada zaman modern ini sebagian besar manusia di negara maju dan sebagian lainnya bergantung kepada teknologi komunikasi, terutama media komunikasi massa. Tingkat kebutuhan terhadap teknologi ini telah demikian menjadi suatu yang menentukan. Baik dalam interaksi antar individu, komunitas, lembaga maupun hanya sekedar mencari hiburan dan alternatif untuk mendapatkan informasi (Yoga, 2015). Sehingga hal tersebut juga berdampak pada proses dakwah.

Era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi seperti sekarang harus menuntut da'i memiliki kecakapan dalam mengelola teknologi sebagai media dakwahnya. Da'i tidak boleh hanya menunggu "masalah datang" untuk berdakwah. Ziauddin Sardar menyebut bahwa da'i harus "jemput bola" guna membangun interaksi, komunikasi, dan kelekatan terhadap umat/ mad'unya. Dengan media teknologi, da'i lebih mudah melakukan masifikasi kajian dan syiar kepada seluruh umat muslim dengan lebih praktis (Wahyu Budiantoro, 2017).

Mereka akan sangat cepat terkenal di khalayak masyarakat contohnya seperti: Ustadz Felix Siau, Ustadz Hanan Attaki dan lain sebagainya sebab mereka mempunyai chanel-chanel media sosial yang pengikutnya ribuan bahkan jutaan. Pemanfaatan platform-platform media sosial seperti; facebook, twitter, Instagram dan youtube nyatanya memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat popularitas seorang tokoh pendakwah media sosial (Adi Wibowo, 2019).

4) Media sosial sebagai Trend Dakwah

Secara etimologi, media berarti perantara atau pengantar. Sedangkan secara istilah media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide dan gagasan sehingga ide dan gagasan yang dikemukakan sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2002).

Era digital adalah era dimana semua akses dapat secara cepat terjangkau oleh para pengguna media sosial akses cepat tersebut disebut dengan Viral, faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, dimana penggunaan media ini lebih up to date dan lebih efektif dari media dakwah lain (Faisol, 2017).

Dalam dakwah masa kini, pemanfaatan media sangat penting dan diperlukan guna mendorong ketertarikan mad'u untuk senantiasa mendengarkan ceramah. Dakwah pada era milenial ini dituntut untuk dapat aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual berarti dakwah dapat memecahkan masalah. Faktual berarti dakwah dilakukan secara konkrit dan nyata. Sedangkan kontekstual berarti penyampaian dakwah secara relevan dan menyangkut problematika yang sedang dihadapi masyarakat. Menurut Sudirjo dan Siregar, terdapat dua fungsi media yaitu untuk memberikan pengalaman yang konkrit kepada pemirsa dan sebagai sarana komunikasi (Khoiruzzaman, 2016). Untuk itu, seorang da'i harus dapat memanfaatkan media tersebut dengan bijak dan baik sehingga pesan dakwah akan tersampaikan dengan baik pula. (Reza Mardiana, 2020).

5) Gaya dan Pesan Dakwah Felix Siau dan Hanan Attaki

a. Gaya dan Pesan Dakwah Felix Siau

Felix Siau memanfaatkan instagram sebagai sarana dakwah yang efektif, terutama bagi generasi muda. Melalui unggahan visual yang menarik dan pesan yang relevan, ia berhasil menarik perhatian banyak pengikut. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang khas. Secara umum, gaya komunikasi

dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu pasif, asertif, dan agresif. Dalam prakteknya, Felix Siauw seringkali mengadopsi gaya komunikasi asertif dan pasif secara bergantian. Hal ini tercermin dari kemampuannya menyampaikan keyakinan dengan tegas namun tetap menjunjung tinggi prinsip saling menghormati (Rambe, 2024).

Gaya dakwah Felix Siauw yang hangat dan penuh senyum telah berhasil menyentuh hati banyak orang, memotivasi mereka untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Salah satu keunikan dakwah Felix Siauw adalah penggunaan bahasa yang berirama tegas namun tidak menghakimi. Selain itu, beliau kerap menyelipkan humor yang cerdas untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang lebih menarik (Fimela, 2013). Dalam ceramahnya, Felix Siauw kerap mengangkat isu-isu politik yang berkaitan dengan Islam, seperti konsep Khilafah. Ia berpendapat bahwa sistem khilafah perlu diterapkan di Indonesia. Gaya penyampaiannya yang kekinian membuat pesan-pesannya mudah diterima, terutama oleh generasi muda. Namun menurut artikel yang dipublikasikan oleh website Harakatuna, pandangannya tentang khilafah ini bertentangan dengan dasar negara Indonesia yang menjunjung tinggi keberagaman dan tidak menganut sistem negara agama.

Sejak menjadi seorang Muslim pada tahun 2002, Felix Siauw aktif menyebarkan ajaran Islam melalui berbagai platform, terutama setelah menikah pada tahun 2006. Dakwahnya, baik secara langsung maupun media sosial dan pesan dakwahnya selalu dikemas dengan menarik sehingga mampu menarik perhatian semua orang untuk hidup lebih baik sesuai dengan nilai-nilai Islam. Felix Siauw sangat berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Sunnah dalam setiap dakwahnya, baik itu yang disampaikan melalui tulisan, tindakan, maupun ucapan. Tujuan utamanya adalah mengajak orang-orang untuk menjalani hidup yang mulia dan bermartabat sesuai ajaran Islam (Farhan, 2017). Berikut pesan dakwah Felix Siauw yang diunggah di YouTube Tsaqofah TV.



“Hidayah adalah anugerah terbesar dari Allah. Ia datang bukan karena kehebatan kita, tetapi karena rahmat-Nya. Namun hidayah itu perlu dicari dan dijemput dengan usaha dan do’a. jangan pernah putus asa dari rahmat Allah, sebab siapapun kita, apapun dosa kita, Allah selalu membuka pintu taubat-Nya. sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an Surah Az-Zumar ayat 53: “Katakanlah, ‘Hai Hamba-hamba ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sesungguhnya Dia-lah Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.’” Jadi, mari terus mendekatkan diri kepada Allah, memperbaiki niat dan istiqomah dalam kebaikan”.

b. Gaya dan Pesan Dakwah Hanan Attaki

Hanan Attaki berhasil menarik minat generasi muda dengan konten dakwahnya yang kekinian di instagram ataupun di YouTube. Beliau membahas berbagai isu hangat yang sering diperdebatkan di kalangan anak muda, namun dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan atau bahasa yang sesuai dengan anak muda (Herawati, et al, 2023). Hanan Attaki sering membagikan konten dakwah di instagram nya. Konten ini berupa foto-foto kegiatannya dan video ceramah pendek. Tema yang diangkat dalam ceramahnya sangat beragam, mulai dari topik tentang keuangan, seperti bangkrut, hikmahnya kehidupan, keberkahan, pentingnya do’a, hingga tentang cinta dan pengorbanan. Semua konten yang dibagikannya berisi nasehat-nasehat baik yang bertujuan untuk menginspirasi pengikutnya (Latifah dan Romario, 2019).

Tema-tema yang diangkat oleh Hanan Attaki sangat relevan dengan permasalahan sehari-hari yang sering dihadapi banyak orang. Pendekatan beliau dalam memberikan solusi pun mudah dipahami dan diterapkan. Selain itu, Hanan Attaki memiliki kemampuan yang unik dalam memotivasi orang lain tanpa menjatuhkan atau menyalahkan. Beliau mengajak pendengarnya untuk terus berintrospeksi dan meminta ampun kepada Allah (Salam, et al, 2020).

Hanan Attaki berhasil menggabungkan hobinya, yaitu skateboard dan surfing dengan dakwah Islam. Cara unik ini membuatnya sangat menarik, terutama bagi generasi muda. Maka dari itu, banyak anak muda yang merasa terinspirasi untuk tetap bisa menjalani hobi mereka sambil tetap menjaga nilai-nilai agama Islam. Konsep “Gaul tapi Sholeh” yang diusung oleh Hanan Attaki pun semakin populer di kalangan generasi muda. Berikut pesan dakwah Hanan Attaki yang diunggah di YouTube detikcom.



“Remaja adalah masa yang penuh semangat, masa ketika kita punya energi besar untuk bermimpi, berbuat, dan berkarya. Tapi, seringkali kita lupa ke mana arah semangat itu seharusnya kita bawa. Jangan sampai energi besar yang Allah kasih kita sia-siakan untuk hal-hal yang tidak bermanfaat, bahkan mendatangkan dosa. Allah tidak pernah melarang kita buat jadi keren. Mau punya gaya, hobi, atau mimpi besar, semua boleh. Tapi pastikan keren kita tetap dalam ridha Allah. Jadilah remaja yang keren dimata manusia, tapi juga berharga dimata Allah”.

6) Perbedaan Motif, Target, dan Tujuan Dakwah Felix Siauw dan Hanan Attaki

Felix Siauw dan Hanan Attaki, dua pendakwah kontemporer yang menawarkan pendekatan yang beragam dalam menyampaikan pesan Islam. Perbedaan latar belakang, gaya berdakwah, hingga audiens yang ditargetkan membuat keduanya memiliki karakteristik yang unik.

a. Motif Dakwah Felix Siauw dan Hanan Attaki

- Felix Siauw

Dengan memanfaatkan jangkauan yang luas dari media sosial, seperti YouTube dan Instagram. Felix Siauw berupaya menyampaikan pesan-pesan Islam yang mendidik. Ia ingin masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang agama dan terhindar dari pengaruh buruk. Melalui pendekatan ini, Felix Siauw berharap dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas kehidupan umat Islam (Damayanti, 2024).

Salah satu fokus dakwah Felix Siau adalah membangkitkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai khilafah dan kembali pada ajaran Islam yang murni (Utami, 2022).

- Hanan Attaki

Hanan Attaki mengadopsi pendekatan dakwah yang inovatif dengan target generasi muda sebagai audiens utama. Melalui pemanfaatan sosial media, beliau berupaya menyampaikan nilai-nilai Islam secara relevan dan menarik bagi kaum milenial. Dengan mengangkat isu-isu kontemporer yang dihadapi generasi muda, seperti hubungan interpersonal dan gaya hidup, beliau bertujuan untuk membimbing mereka dalam mengimplementasikan ajaran Islam dalam konteks kehidupan modern (Roni, 2021).

Pendekatan dakwah Hanan Attaki memanfaatkan platform media sosial, seperti instagram dan YouTube. Dengan visual dan audio yang menarik, beliau berhasil menjangkau audiens yang lebih luas terutama generasi muda. Penggunaan humor dan bahasa sehari-hari membuat pesan agama yang disampaikan terasa lebih relevan dan mudah dicerna (Salam, et al, 2020).

b. Target Dakwah Felix Siau dan Hanan Attaki

- Felix Siau

Felix Siau secara khusus menargetkan umat Islam yang ingin memperdalam pemahaman tentang penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat, terutama dalam konteks politik dan sosial. Beliau sering menyampaikan pesan-pesan yang mendukung gagasan, seperti khilafah dan syariah. Felix Siau menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan pandangan-pandangan tersebut secara lebih luas. Felix Siau juga secara aktif terlibat dalam kegiatan seminar dan diskusi dengan mahasiswa serta komunitas Islam. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa Felix Siau sering menyampaikan dakwah terkait politik dan sosial, sehingga menarik minat kalangan yang peduli terhadap perkembangan Islam dan perubahan sosial (Ismiati, et al, 2024).

- Hanan Attaki

Hanan Attaki secara khusus menargetkan generasi muda, khususnya generasi milenial dan generasi Z. Melalui platform media sosial, seperti Instagram dan YouTube. Hanan Attaki berusaha menarik minat generasi muda yang cenderung kurang terlibat dalam kegiatan keagamaan formal. Dengan gaya bahasa yang santai, komunikatif, serta penyampaian pesan yang sederhana dan inspiratif. Hanan Attaki berhasil mendekatkan Islam kepada kalangan anak muda (Latifah dan Romario, 2019).

Upaya dakwah Hanan Attaki tidak terbatas pada ruang masjid. Beliau secara kreatif memilih lokasi yang lebih santai dan mudah diakses, seperti gedung pertemuan atau ballroom hotel, untuk menjangkau kalangan yang mungkin merasa kurang nyaman di lingkungan masjid. Pendekatan ini mencerminkan upaya inklusif untuk mengakomodasi mereka yang sedang berproses mencari jati diri dan spiritualitas (Ismiati, et al, 2024).

c. Tujuan Dakwah Felix Siauw dan Hanan Attaki

- Felix Siauw

Felix Siauw memiliki visi untuk mengembalikan Islam pada kemurniannya melalui penerapan nilai-nilai Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. Beliau secara khusus mengadvokasi sistem khilafah sebagai bentuk pemerintahan yang ideal bagi umat Islam. Pendekatan dakwahnya berfokus pada transformasi sosial yang mendasar dengan tujuan membentuk masyarakat yang sepenuhnya berdasarkan prinsip-prinsip Islam (Muthohirin, 2021).

Felix Siauw memiliki misi kuat untuk menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah masyarakat. Beliau aktif memberikan analisis mendalam terhadap isu-isu global, sejarah peradaban Islam, dan sistem pemerintahan seperti khilafah. Meskipun menghadapi tantangan pelarangan organisasi Hizbut Tahrir Indonesia, beliau terus berdakwah melalui platform media sosial, komunitas “Yuk Ngaji”, dan karya tulisnya (Rohman, et al, 2024).

- Hanan Attaki

Hanan Attaki berfokus pada pengembangan spiritualitas individu, terutama dalam kalangan anak muda. Beliau mendorong perubahan diri menuju kehidupan yang lebih Islami melalui gerakan yang disebut Gerakan Pemuda Hijrah. Dengan pendekatan yang santai dan inspiratif, Hanan Attaki bertujuan membangun kesadaran beragama yang relevan dengan gaya hidup anak muda masa kini (Muthohirin, 2021). Tujuan utama Hanan Attaki adalah membentuk karakter anak muda yang kuat dan berakhlak mulia. Melalui Gerakan Pemuda Hijrah, beliau berusaha membekali generasi muda dengan pemahaman agama yang benar agar mereka mampu menghadapi tantangan zaman (Salam, et al, 2020).

7) Dampak dan Pengaruh Dakwah (Microcelebrity) terhadap Pengikut

Microcelebrities adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan individu yang terkenal di kalangan pengikutnya melalui profil Instagram mereka saat media sosial berkembang (Djafarova & Trofimenko, 2019).

Banyak selebriti online termasuk microcelebrities, yang menarik banyak pengikut karena daya tarik yang mereka miliki sendiri, seperti konten berkualitas tinggi, buatan sendiri yang menguntungkan penonton. Sebagian besar dari mereka adalah konsumen nyata yang bersedia memberikan informasi tentang produk yang telah mereka alami kepada pengikut atau konsumen potensial. Hal ini mendorong bisnis untuk memasukkan pengaruh ini ke dalam strategi pemasaran mereka (Park dan Lin, 2020).

Dalam konteks dakwah microcelebrity, para da'i atau pendakwah seperti Ustadz Felix Siau dan Ustadz Hanan Attaki tentunya memiliki dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap pengikut mereka, baik dampak berupa sisi positif maupun negatif.

a) Dampak Positif Dakwah Microcelebrity

- Penyebaran Luas Ajaran Islam: Microcelebrity dapat menjangkau audiens yang sangat luas melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Hal ini memungkinkan pesan dakwah disebarluaskan secara lebih cepat dan kepada lebih banyak orang daripada metode dakwah konvensional.

- Peningkatan Kesadaran Agama: Dakwah microcelebrity dapat meningkatkan kesadaran agama di kalangan pengikut mereka dengan konten yang menarik dan relevan. Rekomendasi seperti moral, kutipan Quran, dan ceramah yang disampaikan melalui media sosial sering kali lebih mudah diterima oleh generasi muda masa kini.
- Interaksi Langsung dengan Pengikut: Media sosial memungkinkan microcelebrity berinteraksi langsung dengan pengikut mereka melalui komentar, pesan pribadi, dan live streaming. Dengan interaksi ini, tentunya dapat menciptakan kedekatan emosional antara sang pendakwah dan pengikut mereka.
- Pengaruh Sosial: Membuat orang-orang terinspirasi oleh kisah hidup sang pendakwah dan perjalanan hijrahnya ke Islam. Sehingga melahirkan sikap sosial yang didasari sifat empati, mampu membuat para pemuda untuk tergerak membangun lembaga sosial seperti panti asuhan, masjid, atau mempererat persaudaraan sesama muslim
- Pembinaan Karakter dan Motivasi: Dengan adanya tokoh-tokoh seperti Ustadz Hanan Attaki maupun Ustadz Felix Siauw yang sering menggunakan media sosial untuk memberikan motivasi dan bimbingan kepada pengikut mereka, sehingga membantu mereka menghadapi tantangan hidup dan membangun karakter yang kuat.

b) Dampak Negatif Dakwah Microcelebrity

- Kontroversi dan Penyebaran Informasi yang Salah: Pada kenyataannya, tingkat popularitas yang besar juga dapat menimbulkan efek negatif. Hal tersebut tercermin dari microcelebrity yang menjadi pusat perhatian sehingga dapat menimbulkan kontroversi. Sebagai contoh, pesan yang disampaikan oleh Ustadz atau da'i mungkin disalahartikan atau dianggap tidak sesuai dengan ajaran agama yang benar. Sebagai contoh, salah satu kontroversi yang pernah hadir yakni pernyataan kontroversial Felix Siauw pada awal tahun 2020, yang dalam cuitanya di Twitter menyebutkan bahwa hijab itu memang hanya untuk yang berparas cantik. Sehingga sangat disayangkan, momen dakwah yang seharusnya membawa sebuah rahmat dan kedamaian, tetapi ini justru membawa kontroversi dan kemarahan. Berdasarkan fenomena tersebut, dapat dilihat adanya indikasi tendensi eksklusivisme. Yang selanjutnya akan berakibat

pada terbentuknya ruang-ruang yang dapat berpotensi menjadi embrio radikalisme, fanatisme, dan intoleransi (Firly Annisa, 2018).

- Ketergantungan pada Popularitas: Ada risiko bahwa microcelebrity lebih fokus pada mempertahankan popularitas mereka daripada menyampaikan pesan yang benar dan mendidik. Hal ini bisa menyebabkan komersialisasi dakwah dan mengurangi integritas pesan yang disampaikan.

5. KESIMPULAN

Dapat penulis simpulkan bahwa dakwah sebagai ajakan untuk menyebarkan agama Islam, telah mengalami transformasi seiring dengan perkembangan zaman. Dari pendekatan personal dan komunitas pada masa Rasulullah SAW, dakwah kini telah merambah ke ranah digital yaitu dengan menggunakan sosok-sosok microcelebrity seperti Felix Siau dan Hanan Attaki. Felix Siau dan Hanan Attaki juga memiliki gaya dakwah yang khas. Misalnya saja Felix Siau lebih fokus untuk membahas tentang isu-isu politik dan sosial yang terkini, sementara pada Hanan Attaki cenderung menekankan tentang bagaimana pengembangan spiritualitas individu seseorang, terutama generasi muda. Keduanya berhasil menarik perhatian banyak pengikut melalui konten yang relevan, gaya komunikasi yang menarik, dan pemanfaatan teknologi.

Dakwah digital ini juga telah menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Kehadiran microcelebrity dalam lanskap dakwah telah mengubah pola untuk Islam disebarluaskan dan diterima oleh kalangan masyarakat awam. Meskipun demikian, penting untuk tetap kritis dalam menyikapi konten dakwah di media sosial dan memilih sumber yang kredibel. Dakwah digital ini merupakan salah satu bentuk inovasi dalam penyebaran agama Islam. Dengan memanfaatkan potensi media sosial, dakwah juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan dengan zaman. Namun, perlu diingat bahwa dakwah harus tetap berpedoman pada Al-Quran dan Sunnah serta mengedepankan nilai-nilai akhlak yang mulia.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul, M. R., Rostitawati, T., Podungge, R., Arif, M., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2020). Pembentukan akhlak dalam memanusiaikan manusia: Perspektif Buya Hamka. *Jurnal Pendidikan Islam & Budi Pekerti*, 1(1).
- Akmaliah, W. (2019). Ria Ricis and new platform of Islamic popular culture. *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies*, 4(3).
- Alviana, M. N. D. (2022). Artikel naskah. *Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 2(1).
- Apriliany, L., & Hermiati, D. (n.d.). Peran media film dalam pembelajaran sebagai pembentuk pendidikan karakter.
- Bahrul Ulum, M. F. (2022). Fenomena mikro-selebriti Muslim dalam bingkai eksklusivisme politis: Analisis semiotika atas ekspresi dakwah Felix Siauw di media sosial.
- Burhanudin, J. (2021). The triumph of the second leaders: Ahmad Khatib and Rashīd Riḍā in Islamic reform in Indonesia. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 17(2). <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v17i2.12554>
- Choirin, M. (2021). Pendekatan dakwah Rasulullah SAW di era Mekkah dan relevansinya di era modern. *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 4(2). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/index>
- Damayanti, C., Dakwah, K. F., & Komunikasi, D. (2024). Analisis pro dan kontra dakwah Ustadz Felix Y. Siauw di media sosial.
- Daud, H. Y. A. A. F. (2020). Pembentukan akhlak dan sahsiah pelajar. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 17(9).
- Febria Lina, L., & Permatasari, B. (2020). Kredibilitas selebriti mikro pada niat beli produk di media sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i01.6296>
- Herawati, H., Hidayatullah, A., Keguruan, F., & Pendidikan, I. (2023). Gaya bahasa dakwah pada akun Instagram Ustadz Hanan Attaki: Alternatif model bahan ajar dalam pembelajaran teks ceramah. *Jurnal Diksatrasia*, 7(2).
- Iskandar, I. (2019). Perjalanan dakwah Nabi SAW. *Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 1(2).
- Ismiati, I., Sofiatin, S., & Zuhriyah, L. F. (2024). Desain dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui media sosial Instagram @ayah_amanah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 24(1), 21–42. <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>
- Latifah, N., & Romario, R. (2019a). Trendsetter muballigh di medsos: Analisis framing Instagram Felix Siauw dan Hanan Attaki. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 15(1), 36–48. <https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1150>

- Latifah, N., & Romario, R. (2019b). Trendsetter muballigh di medsos: Analisis framing Instagram Felix Siauw dan Hanan Attaki. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 15(1), 36–48. <https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1150>
- Lubis, N. S. (2022). Pembentukan akhlak siswa di madrasah: Kontribusi lingkungan sekolah, kompetensi guru, dan mutu pendidikan. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 7(1), 137–156. [https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vol7\(1\).8847](https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2022.vol7(1).8847)
- Mardiana, R. (2020). Daya tarik dakwah digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2), 148–158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Mohamad, S. M. (2021). Micro-celebrity practices in Muslim-majority states in Southeast Asia. *Popular Communication*, 19(3), 235–249. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1913492>
- Muchibin, A., & Ma`arif, M. A. (2022). Penerapan nilai-nilai kitab Adabul ‘Alim Wal Muta’allim dalam pembentukan akhlak siswa. *Attadrib: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 5(1), 39–48. <https://doi.org/10.54069/attadrib.v5i1.228>
- Rohman, A. N., Syam, N., Huda, S., Aziz, M. A., & Nurdin, A. (2024). Fenomenologi komunikasi dakwah komunitas Yuk Ngaji. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1). <http://syekhnuurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/>
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai tren media dakwah pendidikan Islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339–356.