



STRATEGI *IMPRESSION MANAGEMENT* USTADZ HANAN ATTAKI DALAM AKTIVITAS DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Arifah Yenni Gustia¹, Muhammad Hidayat Putra²

¹Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Imam Bonjol

arifahyenni@uinib.ac.id

²Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Imam Bonjol

Muhhammadputrahidayat23@gmail.com

ABSTRACT

Ustadz Hanan Attaki is one of the young preachers who can take advantage of developments in technology and communication to broadcast Islam to the younger generation using different characteristics and approaches. With a relaxed and soft speaking style. Ustadz Hanan Attaki built impression management on himself to attract the hearts of the younger generation who were the targets of his preaching. This research aims to determine Ustadz Hanan Attaki's impression management strategy in the form of; (i) stage style (setting), (ii) appearance style, and (iii) behavior style (manner) in preaching via social media. This research uses Erving Goffman's impression management theory with descriptive qualitative methods. The results of the research show that the impression management strategy carried out by Ustadz Hanan Attaki is working well. The use of social media in preaching by conveying light themes that are needed by the younger generation, is the method used by Ustadz Hanan Attaki to get a positive impression. The stylish appearance and relaxed and polite behavior are the main attraction of the younger generation towards the preaching message brought by Ustadz Hanan Attaki.

Keyword : Impression Management, Da'wah, Hanan Attaki

ABSTRAK

Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu da'i muda yang mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi untuk menyiarkan Islam kepada generasi muda dengan menggunakan ciri khas dan pendekatan yang berbeda. Dengan gaya bicara yang santai dan lembut. Ustadz Hanan Attaki membangun manajemen kesan pada dirinya untuk menarik hati generasi muda yang menjadi target dakwahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi impression management ustadz Hanan Attaki berupa; (i) gaya panggung (setting), (ii) gaya penampilan (appearance), dan (iii) gaya bertingkah laku (manner) dalam berdakwah yang melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan teori pengelolaan kesan (Impression Management) Erving Goffman dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa starategi pengelolaan kesan yang dilakukan oleh ustadz Hanan Attaki berjalan dengan baik. Penggunaan media sosial dalam berdakwah dengan mengusung tema-tema yang ringan yang dibutuhkan oleh generasi muda, merupakan cara yang dilakukan oleh ustadz Hanan Attaki mendapatkan kesan positif. Gaya penampilan yang stylish serta tingkah laku yang santai dan sopan, menjadi daya tarik tersendiri dari generasi muda terhadap pesan dakwah yang dibawa oleh ustadz Hanan Attaki.

Kata Kunci : *Impression Management, Dakwah, Hanan Attaki*

PENDAHULUAN

Peran teknologi memberi pengaruh terhadap percepatan komunikasi dan sarana informasi. Pesatnya perkembangan teknologi yang melahirkan media baru sebagai alat komunikasi baru bagi manusia di era digital ini. Hadirnya media baik itu media massa maupun media baru yang didalamnya terdapat internet juga memberi peran besar dalam dakwah (Dulwahab et al., 2010). Perkembangan teknologi, informasi serta komunikasi membuat seseorang dai harus mampu berimprovisasi dengan keadaan lain yang lebih menarik buat disimak (Husain, 2020). Penggunaan media komunikasi digital oleh para da'i sebagai media dakwah memberi kesempatan sekaligus tantangan untuk memperluas jalan dakwah. Dengan kata lain, kesempatan ini dapat diartikan sebagai kemampuan da'i yang peduli terhadap dakwah sehingga dapat memanfaatkan media komunikasi digital sebagai sarana untuk menunjang proses dakwah itu sendiri.

Dakwah dengan cara baru di era digital ini untuk memperluas jangkauan siar Islam yang dilakukan melalui media-media mutakhir dan masa kini. Salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial, seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* dan lain sebagainya. Media sosial tersebut dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang materinya dikemas secara menarik sesuai dengan perkembangan zaman dan mad'u yang dituju. Hadirnya media sosial ini menambah banyak alternatif di dunia dakwah, hal tersebut juga harus disesuaikan dengan karakteristik khlayak atau mad'u yang akan mendapatkan informasi dari dakwah itu sendiri (Maghfiroh, 2016).

Dari laporan yang berjudul "*Hootsuite (We are Sosial): Indonesian Digital Report 2023*", yang dikutip dari databoks.katadata.co.id, *youtube* saat ini menempati urutan kedua aplikasi media sosial terpopuler di dunia per Juli 2023.

Posisi *Youtube* berada dibawah *Facebook* yang menempati puncak daftar aplikasi media sosial dengan pengguna aktif terbanyak secara global. Hal ini tentu saja menjadi peluang dan kesempatan baru bagi para da'i untuk meningkatkan kreatifitas berdakwahnya sehingga dapat menyajikan konten dakwah yang menarik serta bermanfaat bagi penontonnya.

Saat ini generasi muda sebagai pengguna media sosial, aktif mencari sumber informasi yang kredibel untuk memenuhi kebutuhan religi mereka. Hadir dengan gaya hidup dan eksistensi di media sosial, para generasi muda ini membutuhkan informasi-informasi yang dapat memberikan pesan positif bagi mereka (Fatoni & Rais, 2018). Berkaitan dengan maraknya generasi muda berkontribusi dalam penyebaran dakwah melalui teknologi digital, hal ini menjadi peluang bagi para da'i untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.

Salah satu da'i yang aktif menggunakan media sosial sebagai media dakwah adalah ustadz Hanan Attaki. Ustadz Hanan Attaki memiliki media sosial *instagram* dan *youtube* dengan jumlah followers dan subscribers yang sangat banyak. Untuk media sosial *youtube*, ustadz Hanan Attaki yang mulai bergabung pada 11 mei 2017. Sampai saat ini *channel youtube* ustadz Hanan Attaki sudah memiliki 2,65 juta *subscribers*. Postingan *youtube* ustadz ini berisi lantunan ayat suci Al-Qur'an, kajian keislaman, serta aktivitas kegiatan sehari-hari yang beliau lakukan. Setiap video yang diunggahnya pada *channel youtube*, selalu mendapat komentar yang positif dari penonton. Selain *youtube*, ustadz Hanan Attaki juga aktif pada media sosial *instagram* dengan akun *@hanan_attaki* yang hingga saat ini telah memiliki 9,9 juta followers.

Ustadz Hanan Attaki sendiri dikenal sebagai founder dari gerakan Pemuda Hijrah. 'Pemuda Hijrah' ini awalnya identik dengan para pengikut

akun Instagram dari ustadz Hanan Attaki. Namun pada bulan Maret 2015, gerakan Pemuda Hijrah ini dideklarasikan di Kota Bandung. Dinamakan Pemuda Hijrah karena Ustadz Hanan Attaki melihat dakwah di Indonesia kurang progresif dan cenderung jalan ditempat terutama untuk kalangan generasi muda. Oleh karena itu, dengan adanya dakwah gerakan 'Pemuda Hijrah' ini, ustadz Hanan Attaki berharap ada perubahan pada generasi muda.

Ustadz Hanan Attaki adalah seorang da'i yang memiliki sistem dakwah yang ringan, menarik dan mudah diterima generasi muda. Dalam akun media sosialnya, pesan dakwah yang disampaikan berisi tentang ajakan untuk menjadi seorang muslim yang baik namun disampaikan dengan gaya bahasa yang ringan tidak terlihat 'berlebihan' di mata generasi muda. Menurut (Husain, 2020), kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi membuat seorang pendakwah harus bisa berimprovisasi dengan hal-hal baru yang lebih menarik untuk disimak. Sehingga sistem dakwah baru di media sosial membuat para mad'u untuk mengambil langkah perubahan menjadi lebih baik.

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah kepada generasi muda bukanlah hal baru. Banyak penelitian terdahulu yang sudah membahas mengenai dakwah yang dilakukan kepada generasi muda terutama melalui media sosial, seperti *Instagram* (Inderasari et al., 2019), *Youtube* (Salam et al., 2020), maupun *Tiktok* (Sari & Ni'amah, 2022). Kehadiran media sosial pun ditengah masyarakat, memiliki fungsi yang sangat beragam tergantung kepada kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat itu sendiri. Penggunaan media sosial saat ini tidak mengenal batas usia penggunanya.

Artikel ini membahas bagaimana *management impression* atau pengelolaan kesan ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwah kepada para pemuda melalui media sosial. Manajemen pengelolaan kesan dilihat berdasarkan

aspek panggung (*setting*), penampilan (*appearance*) dan gaya bertingkah laku (*manner*) Ustad Hanan Attaki. Melalui media sosial seseorang dapat membangun kesan yang sangat melekat di kalangan masyarakat. Untuk mempermudah penelitian digunakan pendekatan Dramaturgi. Goffman (1959) memperkenalkan konsep pendekatan Dramaturgi yang bersifat penampilan teatris.

Dalam konteks kajian dakwah, teori dramaturgi digunakan sebagai perspektif dalam mengkaji fenomena dakwah yaitu bagaimana seorang da'i dapat memainkan banyak peran di dalam aktivitas dakwah. Penampilan seorang da'i dilihat sebagai tokoh yang agamis dan bahkan sebagai tokoh agama yang sangat sempurna. Namun demikian, seorang da'i hanya manusia yang memiliki kesamaan dengan manusia lainnya (Syam, 2019)

Impression management merupakan muara dari teori Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Erving Goffman melalui sebuah karyannya berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*" pada tahun 1959 (Mutia, 2017). Teori ini berasumsi bahwa manusia merupakan aktor yang sedang melakukan sebuah pertunjukan. Setiap aktor bisa memberikan pertunjukan (*show*) untuk orang lain, namun kesan yang didapat dari pertunjukan yang dilihat tersebut bisa saja berbeda. Goffman juga menganalogikan dramaturgi ini bahwa kehidupan bagaikan panggung sandiwara, maka setiap orang akan berusaha untuk mengembangkan atau memainkan perannya dalam pertunjukannya. Sebuah panggung pertunjukan terbagi menjadi dua wilayah, yaitu wilayah depan atau *front stage* dan wilayah belakang (*back region*). Pada panggung depan para aktor berusaha mengemas penampilannya sebaik mungkin agar tercapainya tujuan yang diinginkan. Pada wilayah depan ini, penampilan (*appearance*), gaya (*manner*) dan *expressive equipment* mendapat perhatian lebih. Sementara itu, panggung

belakang, di sinilah para aktor beristirahat, berlatih dan mempersiapkan *acting* sebelum pertunjukan dimulai (Mulyana & Solatun, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mana pada penelitian ini memahami konsep berupa masalah objek yang akan diteliti, contohnya seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan (Sholikhah, 2016). Penelitian kualitatif mencakup pada mengumpulkan data, menafsirkannya, dan menjadikan alat pengumpulan data yang bisa dilakukan dengan pengamatan secara langsung, wawancara, maupun studi dokumen (Nugrahani & Hum, 2014). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian ini akan menjelaskan terkait kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tentang strategi impression management yang dikelola oleh Hanan Attaki dalam berdakwah melalui media sosial. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi kualitatif. Dalam analisis isi kualitatif melihat jenis data atau dokumen menggunakan istilah 'teks' apapun bentuknya gambar, tanda (*sign*), simbol, gambar bergerak, dan sebagainya. Setelah semua data terkumpul dan disatukan, maka hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah menganalisa data-data yang ditemukan tersebut, dengan dikelompokkan berdasarkan sub-sub bagian dan dilakukan pencermatan dengan tujuan data tersebut bisa dipahami dan dimengerti isinya. Metode analisis inilah yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha

menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Impression management atau manajemen pengelolaan kesan merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk mempresentasikan diri. Manajemen pengelolaan kesan ini bisa dilakukan tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun juga dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadi, finansial, sosial dan politik tertentu. Presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan (Mulyana, 2008)

Pada strategi pengelolaan pesan ini, ada banyak pertimbangan yang dilakukan terutama mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh. Menurut Goffman, pengelolaan kesan atau *Impression Management* dibutuhkan ketika kesulitan persepsi timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri seseorang. Orang lain akan memberikan penilaian berdasarkan petunjuk-petunjuk yang berikan. Dari penilaian itu, akan melahirkan sikap dan perlakuan. Bila mereka menilai seseorang berstatus rendah, maka tidak mendapatkan pelayanan istimewa. Bila seseorang dianggap bodoh, mereka akan mengatur orang tersebut. Untuk itu, seseorang secara sengaja akan menampilkan diri atau (*self-presentation*) seperti apa yang ia hendaki. Peralatan lengkap yang

digunakan untuk menampilkan diri terdiri dari: panggung (*setting*) yaitu rangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan, penampilan (*appearance*) berarti menggunakan petunjuk artifaktual, gaya bertingkah laku (*manner*), melihat kepada cara berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya. Manajemen pengelolaan pesan ini bertujuan untuk memberikan pesan tertentu (Rakhmat, 2013).

Dalam berdakwah, strategi, perencanaan serta metode yang tepat

perlu menjadi perhatian seorang da'i. hal ini diperlukan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan kesan positif dari mad'u. Pemilihan konten dan gaya berdakwah yang sesuai dengan keadaan merupakan sebuah perencanaan untuk menjangkau kalangan muda.

Berikut merupakan pengelolaan kesan yang ditampilkan oleh Ustad Hanan Attaki dalam menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial:

Tabel 1. *Impression manajemen* ustadz Hanan Attaki

Panggung (<i>Setting</i>)	Penampilan (<i>Appearance</i>)	Gaya bertingkah laku (<i>Manner</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas dakwah Menggunakan jargon dakwah "banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa" Tema dakwah yang diangkat sesuai dengan generasi muda yang menjadi sasaran dakwah 	<ol style="list-style-type: none"> Berpenampilan menarik layaknya anak muda dan tidak seperti da'i pada umumnya Gaya atau style berpakaian sangat kekinian 	<ol style="list-style-type: none"> Bertutur santai dan lemah lembut, bahasa yang digunakan ringan sehingga mudah dimengerti Kosa kata dan gaya bahasa disesuaikan dengan mad'u

Pengelolaan Kesan Dari Aspek Panggung (*Setting*)

Perkembangan teknologi dapat menjadi sebuah trendsetter dan penentu keberhasilan suatu dakwah (Ishanan, 2017). Salah satu potensi besar dari kehadiran teknologi adalah hadirnya media baru yang dapat menjadi panggung dakwah bagi para da'i

Panggung atau *setting* ini merupakan rangkaian peralatan ruang maupun benda yang digunakan seorang da'i untuk menyampaikan pesan

dakwahnya. Sementara itu, panggung depan merupakan tempat seorang da'i untuk menampilkan performa diri yang bisa dilihat dan diperhatikan oleh orang lain. Saat ini media sosial bisa menjadi salah satu sarana eksistensi atau panggung depan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Ustadz Hanan Attaki merupakan salah seorang da'i yang aktif menggunakan media sosial sebagai panggung depan dan alat yang mendukung kegiatan dakwahnya.

Kemunculan Ustadz Hanan Attaki sebagai da'i yang mengusung kajian serta tema yang berbeda dan membawa semangat baru kepada generasi muda memberikan sebuah pencerahan pada kegiatan dakwah. Seorang da'i memiliki metode tersendiri yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Cara atau metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah pemanfaatan media sosial miliknya. Tujuan dakwah dengan mengikuti perkembangan media dan teknologi dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki karena target dakwahnya adalah generasi muda zaman sekarang merupakan pengguna aktif media sosial.

Salah satu strategi *Impression management* yang dibangun ustadz Hanan Attaki adalah dengan membagikan aktivitas serta kegiatan dakwahnya pada akun media sosial yang dimilikinya. Beberapa akun media sosial Ustadz Hanan Attaki memiliki pengikut yang jumlahnya mencapai jutaan followers. Sehingga secara tidak langsung Ustad Hanan Attaki menampilkan kesan positif dan berupaya untuk selalu berinteraksi dengan mad'u nya meskipun melalui media sosial miliknya. Pendekatan seperti ini sejatinya dapat mempermudah Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya sekaligus membangun nama baik secara positif. Selain itu cara seperti ini juga akan memberikan kesan kepada orang lain bahwa ustadz Hanan Attaki ini merupakan pribadi yang baik dan bermanfaat bagi orang lain.

Tema dakwah juga menjadi panggung penting yang dimunculkan oleh Ustad Hanan Attaki. Sebagai da'i yang memilih generasi muda sebagai sasaran utama dakwahnya, tema yang diangkat

oleh Ustadz Hanan Attaki cenderung selaras dan menyesuaikan dengan problematika yang dihadapi oleh kebanyakan generasi muda. Teknik pendekatan yang dilakukan secara persuasif melalui media sosial dengan penyajian pesan komunikasi memberikan pemahaman secara sederhana dengan mengaitkan isu yang sedang hangat atau trend dikalangan generasi muda. Tema dakwah yang diangkat biasanya seputar cinta ke Allah, ibadah, dan hijrah yang disampaikan dengan bahasa yang ringan serta santai. Pesan dakwah ustadz Hanan Attaki lebih bersifat memotivasi para generasi muda, melalui materi dakwah yang disampaikan berupa hal-hal kecil yang sering dialami oleh para remaja saat ini (Fatoni & Rais, 2018).

Berbagai cara dilakukan oleh Ustad Hanan Attaki dalam pengelolaan kesan dirinya di hadapan para mad'u. salah satunya adalah menyamakan hobi dan minat dengan generasi muda. Selain itu, kesan da'i muda juga dilihat melalui jargon dakwah yang diusung yaitu "banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa". Semua manajemen pengelolaan kesan ini, dimulai dari tahap awal yakni mengemas dakwah dengan berbagai tema dan judul yang lebih fresh dan kekinian adalah modal yang sangat berbarga, perubahan yang lebih kreatif dalam memajukan dunia dakwah baru yang sangat memberikan beragam solusi dan bukan hanya sebatas penyampaian aqidah saja.

Sebagai da'i muda Ustadz Hanan Attaki berhasil masuk kepada segmentasi dakwahnya yaitu generasi muda dan mengajak mereka untuk memperdalam ilmu agama melalui materi ketauhidan. Menurut Nawawi (Nawawi, 2009)

kemampuan Ustad Hanan Attaki ini disebut sebagai kompetensi metodologis yaitu da'i mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, mampu mencari dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif objek dakwah, dan kondisi lingkungannya dan mampu menyusun langkah perencanaan kegiatan dakwah sesuai dengan pemecahan permasalahan yang ada. Secara singkat pengelolaan kesan panggung ustadz Hanan Attaki merupakan strategi yang disusun guna memberikan ciri khas individu di mata publik.

Pengelolaan Kesan Dari Aspek Penampilan (*Appearance*)

Ustadz Hanan Attaki dikenal oleh publik karena cara dakwahnya yang santai serta mampu merangkul semua kalangan, khususnya kalangan muda. Ciri khas tema dakwah yang diusung oleh ustadz Hanan Attaki adalah persoalan kekinian yang disukai oleh generasi muda. Apalagi gaya berbusananya yang casual, kekinian namun tetap syar'i membuat banyak generasi muda tertarik untuk belajar Islam melalui dakwah yang dilakukannya lewat media sosial. Tagline yang beliau usung dalam berdakwah adalah "banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa". Tagline inilah yang menjadi salah satu daya tarik ustadz Hanan Attaki bagi generasi muda.

Penampilan merupakan gambaran diri yang menggunakan petunjuk artifaktual yang dinilai oleh orang lain. Penampilan dapat dilihat melalui pakaian, seperti baju dan celana, sepatu dan aksesoris lainnya atau make up yang dikenakan seseorang (Rakhmat, 2013). Penting bagi seorang da'i untuk

memperhatikan penampilan yang menjadi ciri khas da'i tersebut. Ciri khas cara berpakaian ini dapat dilihat melalui penampilan yang ditunjukkan oleh ustadz Hanan Attaki. Tampil dengan kupluk dan pakaian santai, menjadi pembeda ustadz Hanan Attaki dengan da'i lainnya. Ciri khas inilah yang lihat dan diingat oleh mad'u ketika melihat tampilan ustadz Hanan Attaki. Ciri khas penampilan yang digunakan oleh ustadz Hanan Attaki, memberikan kesan sebagai ustadz "muda dan gaul" sehingga mendapat tempat dihati generasi muda.

Membangun kesan "muda dan gaul" ini memberi dampak positif dihati para pemuda yang menjadi target dakwahnya. Penggunaan beberapa atribut yang memang sering di gunakan oleh anak-anak muda seperti kupluk, topi, kemeja merupakan konsep positif bagi dakwah ustadz Hanan Attaki. Untuk menunjang penampilannya Ustadz Hanan Attaki juga mendirikan sebuah outlet khusus yang menyediakan berbagai pernik-kebutuhan anak-anak muda. Bersama tim pengurus Pemuda Hijrah, Ustadz Hanan Attaki bahu membahu sebisa mungkin merangkul para generasi muda untuk bisa terus beradaptasi dengan kehidupan yang lebih Islami dan mengenal hijrah dengan penuh keyakinan sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadits.

Target dakwah Ustadz Hanan Attaki adalah generasi muda yang memiliki semangat untuk berubah ke arah yang lebih baik atau lebih dikenal dengan berhijrah. Dengan penampilan yang trendy dan "kekinian", Ustad Hanan Attaki ingin memberikan kesan, bahwa ia adalah sosok da'i yang dapat menyesuaikan diri dan mengikuti gaya generasi muda hari ini. Ustadz Hanan Attaki memberikan

sebuah contoh yang sifatnya tidak memberatkan dan memaksakan kehendak pada para jamaahnya. Dengan terlebih dahulu mengenal kehidupan serta pergaulan anak-anak muda setidaknya Ustadz Hanan Attaki ingin membuktikan bahwa pendekatan dakwah melalui media sosial adalah salah satu cara yang paling efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwahnya.

Penampilan ustadz Hanan Attaki yang menyesuaikan dengan target dakwahnya merupakan bentuk pendekatan kultural terhadap objek dakwah. Menurut Syarifuddin (A. Syarifuddin, 2016), bahwa dalam kegiatan dakwah Islam seorang da'i tidak hanya mampu menguasai objek dakwah tetapi da'i sendiri itu harus juga dapat menyesuaikan diri dengan kondisi kultural masyarakat yang diajaknya.

Pengelolaan Kesan Dari Aspek Gaya Bertingkah Laku (*Manner*)

Manajemen pengelolaan kesan terkait dengan gaya bertingkah laku (*manner*) diperlihatkan melalui cara berjalan, bertutur kata, memandang dan sebagainya. Gaya bertingkah laku merupakan suatu tindakan atau aktivitas manusia yang mempunyai arti yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya (Rakhmat, 2013). Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa gaya bertingkah laku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

Berdasarkan pengelolaan kesan dari segi gaya bertingkah laku, cara komunikasi yang digunakan merupakan

komunikasi efektif yang sesuai dengan pola interaksi generasi muda yang santai. Meskipun cara penyampaian dakwah ustadz Hanan Attaki terkesan santai tetapi tetap santun dan tidak menghujat, serta disesuaikan dengan psikologi generasi muda serta tidak menggurui.

Karakteristik penggunaan bahasa lebih mengarah pada ragam bahasa gaul agar lebih dekat dengan generasi muda zaman sekarang. Usaha yang dilakukan Ustadz Hanan tersebut bertujuan agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima oleh anak muda zaman sekarang. Fenomena bahasa gaul yang sedang menjamah kalangan remaja menjadi strategi pendekatan Ustadz Hanan Attaki dalam menyiarkan agama Islam. Bahasa gaul cenderung menggunakan ragam bahasa yang santai atau bahasa sehari-hari yang digunakan ketika bersantai atau berkumpul dengan teman sebaya, sehingga bahasa yang digunakan tidak terlalu kaku. Dengan menggunakan bahasa gaul, kedekatan antara dai dengan mad'u akan lebih terasa.

Selain bahasa yang santai, kesan yang ingin ditampilkan oleh ustadz Hanan Attaki juga bisa dilihat melalui pemilihan audiovisual yang dapat diterima dengan baik oleh kalangan muda. Gaya komunikasi ringan dan santai membuat pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki mampu diterima dengan baik.

CONCLUSION / KESIMPULAN

Pendekatan dramaturgi merupakan sebuah pandangan bahwa ketika seorang individu berinteraksi ia ingin mengelola pesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain. Manusia dilihat sebagai aktor yang sedang memainkan peran. *Impression management* atau pengelolaan kesan merupakan sebuah

upaya yang dilakukan seseorang untuk mempresentasikan diri. Bagi seorang da'i, *impression management* ini sangat penting dilakukan untuk memberikan kesan positif tidak saja kepada diri da'i tetapi juga kepada pesan dakwah yang disampaikannya. Sebagai da'i yang dekat dengan generasi muda, ustadz Hanan Attaki mampu melakukan pengelolaan kesan yang baik terhadap dakwahnya. Media sosial yang digunakan oleh ustadz Hanan Attaki menjadi panggung yang positif untuk penyampaian pesan dakwah kepada generasi muda. Gerakan dakwah ustadz Hanan Attaki melalui media sosial mengusung tema-tema sederhana yang dikemas dengan cara santai sehingga disukai oleh generasi muda. Dari gaya penampilan atau *appearance*, serta style berpakaian yang ditunjukkan oleh ustadz Hanan Attaki mengikuti trend generasi muda hari ini. Sementara itu, gaya dakwah yang dilakukan menggunakan bahasa sederhana, santai dan santun sehingga mudah diterima kalangan muda. Dengan pengelolaan kesan yang bersifat positif ini, ustadz Hanan Attaki mampu menjadi teladan generasi muda sehingga dakwah yang dibawanya dengan mudah diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Syarifuddin. (2016). Dakwah Komunikatif, Kenapa Tidak? . *Wardah* , 16(1), 53–62.
- Dulwahab, E., Uin, D., & Bandung, S. (2010). Dakwah dan Era Konvergensi Media. *Dakwah Di Era Konvergensi Media Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(16).
- Fatoni, U., & Rais, A. N. (2018). Pengelolaan Kesan Da'i dalam Kegiatan Dakwah Pemuda Hijrah. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(2).
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1).
<https://ejournal.iaiiig.ac.id/index.php/aimk>
- Inderasari, E., Lestari, B., & Achsani, F. (2019). Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram. *Jalabahasa*, 15(1), 1–15.
- Ishanan. (2017). Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan. *Komunike*, ix(2).
- Maghfiroh, E. (2016). Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi. *Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(1).
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. . PT Remaja Rosdakarya.
- Mutia, T. (2017). Generasi Milenial, Instagram Dan Dramaturgi: Suatu Fenomena Dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau Dari Perspektif Komunikasi Islam. *An-Nida'*, 4(2), 240–251.
- Nawawi. (2009). Kompetensi Juru Dakwah . *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2).
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Cakra Books.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. (2020). Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki) . *Jurnal Washiyah*, 1(3), 653–665.
- Sari, A. F. , & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@Baysasman00). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah. Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2(1), 31–43.
- Sholikhah, A. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif . *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342–362.
- Syam, N. (2019). Formulating Principles of Islamic Proselytization: A Sociological Contribution. *Episteme*, 14(2).