

Analisis Siaran Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Program *Ngaji From Home* di @kata_uha

Muhammad Farhan Rahmawan¹, Muhammad Nurul Yasin², Nabil Hayyan³, Jumroni⁴

¹²³⁴ Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received July, 2025

Revised July, 2025

Accepted July, 2025

Available online July, 2025

farhan28rahmawan@gmail.com,
mnurulyasin10@gmail.com, nabilhayyan5@gmail.com, jumroni@uinjkt.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis siaran dakwah *Ngaji from Home* yang dibawakan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui akun Instagram @kata_uha, dengan menggunakan pendekatan teori Konvergensi Media yang dikemukakan oleh Henry Jenkins. Penelitian ini berfokus pada bagaimana proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi produksi dakwah digital dilakukan, serta bagaimana peran audiens turut membentuk arah dan isi pesan dakwah tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi terhadap konten dakwah, analisis komentar dan interaksi pengguna, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *Ngaji from Home* merupakan bentuk nyata dari praktik konvergensi media, di mana pesan-pesan keislaman dikemas dengan pendekatan emosional, gaya bahasa yang santai dan akrab, serta didistribusikan melalui berbagai platform digital. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa dakwah digital memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap kultur media baru, serta keterampilan dalam menyampaikan pesan secara estetis, relevan, dan responsif terhadap kebutuhan spiritual generasi muda.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Konvergensi Media, Ustadz Hanan Attaki, *Ngaji from Home*, Instagram Live

ABSTRACT

This study aims to analyze the Islamic preaching program *Ngaji from Home* delivered by Ustadz Hanan Attaki through the Instagram account @kata_uha, using the Media Convergence theory proposed by Henry Jenkins. The research focuses on how the planning, implementation, and evaluation processes of digital preaching production are carried out, as well as how the audience plays a role in shaping the direction and content of the preaching message. A qualitative descriptive method was used, with data collection techniques including content observation, analysis of user comments and interactions, and document review. The findings indicate that the *Ngaji from Home* program is a tangible example of media convergence practice, where Islamic messages are packaged with an emotional approach, a casual and friendly tone, and distributed across various digital platforms. The study concludes that digital preaching requires a deep understanding of new media culture, along with the skills to deliver messages in ways that are aesthetic, relevant, and responsive to the spiritual needs of younger generations.

Keywords: Digital Preaching, Media Convergence, Ustadz Hanan Attaki, *Ngaji from Home*, Instagram Live

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam berbagai aspek

*Corresponding author

E-mail addresses: zukhrufii@gmail.com



kehidupan, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan. Salah satu figur yang menonjol dalam konteks dakwah digital di Indonesia adalah Ustadz Hanan Attaki, Lc., seorang pendakwah asal Aceh yang dikenal karena pendekatannya yang dekat dengan generasi muda. Ia merupakan pendiri gerakan *Pemuda Hijrah*, sebuah inisiatif dakwah yang aktif menjangkau berbagai komunitas anak muda, seperti komunitas motor, skateboard, parkour, hingga komunitas kreatif lainnya. Dakwah yang ia usung mengedepankan pendekatan yang menyenangkan, tidak menggurui, serta menggunakan bahasa yang relevan dan komunikatif bagi anak muda.

Latar belakang pendidikan Ustadz Hanan mencakup Pondok Pesantren Ruhul Islam di Banda Aceh dan studi lanjutan di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, pada jurusan Tafsir Al-Qur'an. Setelah kembali ke Indonesia, ia aktif mengajar dan mengembangkan dakwah berbasis komunitas dan media digital. Salah satu kanal dakwah digital yang ia kembangkan adalah akun Instagram @kata_uha, yang menjadi platform siaran *Ngaji From Home*—sebuah program kajian interaktif yang membahas isu-isu keseharian seperti cinta, persahabatan, *overthinking*, dan perbaikan diri. Program ini menyajikan tausiyah dengan gaya penyampaian yang ringan, inspiratif, dan dekat secara emosional dengan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Ustadz Hanan Attaki memanfaatkan siaran langsung dan konten visual seperti *reels* dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial Instagram. Fokus utama terletak pada struktur, format, serta strategi visual, audio, dan naratif yang digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan secara digital. Program *Ngaji From Home* diposisikan dalam penelitian ini bukan sekadar sebagai bentuk komunikasi keagamaan, melainkan sebagai strategi *broadcasting* dakwah yang mampu membangun keterlibatan spiritual yang lebih fleksibel dan relevan, terutama bagi generasi Z yang menjadikan media sosial sebagai ruang belajar dan interaksi religius.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Konvergensi Media

Teori Konvergensi Media yang dikemukakan Henry Jenkins pada tahun 2006 menjelaskan perubahan lanskap media akibat integrasi teknologi, industri konten, dan perilaku khalayak secara simultan (Henry Jenkins, 2006). Konvergensi bukan sekadar perpaduan teknologi, melainkan proses sosial kultural yang melibatkan empat aspek utama: (1) Konvergensi Teknologi (*Technology Convergence*), Merujuk pada penyatuan berbagai perangkat keras dan lunak media, misalnya integrasi *streaming video*, platform media sosial, dan aplikasi *mobile* dalam satu ekosistem. Contohnya, program "*Ngaji From Home*" yang dapat diakses melalui website, YouTube Live, serta Instagram Live menggunakan satu sumber konten yang sama. (2) Konvergensi Industri (*Economic Convergence*), merupakan kolaborasi lintas sektor industri media perekat antara perusahaan penyiaran tradisional, platform digital, dan sponsor komersial. Dalam konteks @kata_uha, kerja sama antara tim dakwah, penyedia platform *streaming*, dan pihak donatur membentuk jaringan distribusi konten yang saling mendukung. (3) Konvergensi Konten (*Content Convergence*), yakni penyebaran konten adaptif ke berbagai platform dengan format yang sesuai karakteristik masing-masing media. Misalnya, materi ceramah diubah menjadi potongan klip berdurasi pendek untuk Instagram *Reels*, kemudian dirangkai ulang untuk episode penuh di YouTube. (4) Konvergensi Partisipasi Audiens (*Cultural Convergence*), adalah transformasi audiens dari konsumen pasif menjadi partisipan aktif yang tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga menghasilkan dan menyebarkan ulang konten. Fitur *live chat*, kolom komentar, dan *repost* menjadi ruang partisipasi umat dalam menyebarkan pesan dakwah.

Henry Jenkins menekankan empat prinsip utama konvergensi media yang menjadi pijakan analisis. Pertama, *Transmedia Storytelling*. Penceritaan yang dibagi ke dalam berbagai platform media, di mana setiap fragmen menyampaikan bagian cerita unik namun saling melengkapi secara



keseluruhan. Contoh konkret "*Ngaji From Home*" misalnya ada pada Instagram *Reels* yang memberikan cuplikan 30 detik dari inti ceramah harian untuk menarik perhatian audiens muda. Dalam platform YouTube *Full Episode* terdapat rekaman lengkap durasi 45-60 menit memuat penjelasan mendalam. Audio ceramah juga dipublikasikan di platform podcast seperti Spotify, Apple Podcasts, dll. untuk konsumen *on-the-go*. Kemudian di Twitter dan Facebook, infografis yang diberikan mengandung ringkasan poin-poin kunci dalam format grafis yang mudah dibagikan. Kedua, *Collective Intelligence* (Kecerdasan Kolektif). Kecerdasan yang muncul dari kolaborasi dan kontribusi komunitas audiens dalam mengumpulkan, menginterpretasi, dan memperluas makna konten. Contoh konkret "*Ngaji From Home*" misalnya ada dalam platform Grup Telegram @kata_uha dimana anggota berbagi ringkasan ceramah, tafsir ayat, dan bahan bacaan pendukung. Dalam komentar YouTube juga terdapat diskusi antar pengguna saling menambahkan referensi kitab atau kutipan ulama lain. Kemudian, dalam sesi Q&A Live, beberapa pertanyaan audiens dikumpulkan di Google Form, kemudian tim seleksi membuat rangkuman jawaban yang dipublikasikan ulang.

Ketiga, *Participatory Culture* (Budaya Partisipasi). Budaya di mana individu menjadi kontributor aktif, bukan sekadar konsumen pasif, dengan hak dan kesempatan untuk membuat serta menyebarkan ulang konten. Contoh konkret "*Ngaji From Home*" misalnya terletak pada sesi *Challenge* Dakwah dimana audiens diajak membuat video pendek berisi aplikasi nilai ceramah dan di-tag ke akun resmi. Kemudian, kutipan ayat atau nasihat yang dikemas dalam *design template* (@kata_uha menyediakan file *PSD*) lalu di-post oleh *follower*. Kemudian, dalam sesi *Live Collaboration* juga mengundang *influencer* Islam muda untuk berdakwah bersama dalam satu segmen *live* Instagram. Keempat, *Spreadable Media*. Kemampuan konten untuk tersebar luas, bukan karena *algorithmic push* semata, melainkan karena audiens memilih dan mengubah sebelum membagikan. Contoh konkret "*Ngaji From Home*" misalnya terletak pada kalimat inspiratif dipublikasikan dalam format gambar 1080×1080 px, mudah di-repost di story maupun feeds. Dalam platform TikTok terdapat jenis konten *Short Clips* TikTok, yakni potongan humoris dari ceramah diadaptasi menjadi *meme* dakwah yang *relatable*. Pengguna secara sukarela menandai teman dan keluarga dengan menggunakan *Hashtag Campaign* #NgajiFromHome untuk memperluas jangkauan organik. Dengan memperinci setiap prinsip di atas beserta contoh nyata di lapangan, analisis akan mampu menangkap dimensi konvergensi media secara holistik dan aplikatif dalam konteks dakwah digital Ustadz Hanan Attaki.

1. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena sosial secara rinci, mendalam, dan holistik. Dalam konteks ini, metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan bagaimana siaran dakwah di konstruksi, baik dari sisi isi (konten), hingga gaya penyampaian (audio dan visual). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap makna komunikasi yang muncul dalam tayangan, termasuk unsur-unsur simbolik, ekspresif, dan teknis, seperti narasi kisah, serta desain visual yang digunakan (Bungin, 2009). Semua unsur ini dianalisis untuk memahami bagaimana pesan dakwah diformulasikan dan disampaikan secara efektif kepada audiens media sosial.

Jenis dan Sumber Data

Sumber informasi dalam penelitian ini berasal dari konten siaran dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam program *Ngaji From Home* yang dipublikasikan melalui akun Instagram resmi beliau, yaitu @kata_uha. Video yang akan dianalisis terdiri dari rekaman *Reels* yang menampilkan pilihan



visual, struktur narasi, dan teknik penyiaran yang khas. Peneliti akan menelusuri format siaran tersebut secara mendalam sebagai bahan utama analisis. Selain itu, komentar audiens, *likes*, dan respons dalam bentuk emoji atau pertanyaan yang muncul selama atau sesudah tayangan juga dijadikan sumber informasi tambahan. Respon tersebut berguna untuk melihat bagaimana audiens memaknai pesan, menanggapi penyampaian, dan berinteraksi dengan gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki. Dengan demikian, sumber data dalam penelitian ini bersifat kualitatif yang mencakup audio, visual, serta tanggapan sosial dari audiens digital.

Pengumpulan

Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi dan observasi non-partisipatif. Teknik dokumentasi digunakan karena data utama penelitian berupa rekaman video ceramah Ust. Hanan Attaki dalam program "*Ngaji From Home*" yang sudah tersedia di Instagram. Melalui dokumentasi, peneliti dapat mengakses, menyimpan, dan menelaah ulang konten video tersebut secara berulang untuk menganalisis gaya bicara secara mendalam. Teknik observasi non-partisipatif dipilih karena peneliti tidak terlibat secara langsung dalam proses dakwah tersebut, melainkan hanya mengamati tayangan video secara kritis dan sistematis. Observasi ini memungkinkan peneliti mencatat ekspresi verbal (pilihan kata, struktur kalimat), serta nonverbal (mimik wajah, gerakan tubuh) yang muncul selama ceramah berlangsung. Kombinasi kedua teknik ini dipilih agar data yang diperoleh bersifat kaya, kontekstual, dan valid untuk dianalisis dalam kerangka komunikasi dakwah digital.

Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis media siaran digital, khususnya dalam konteks broadcasting melalui media sosial (Instagram). Fokus utama analisis bukan pada isi dakwah semata, melainkan pada struktur siaran, teknik produksi, serta strategi penyampaian visual, audio, dan naratif yang digunakan dalam program *Ngaji From Home* oleh Ustadz Hanan Attaki. Tahapan analisis dimulai dengan identifikasi format siaran, struktur siaran, dan visual yang mencakup komposisi dan kualitas gambar. Hasil analisis ini diharapkan memberikan gambaran teknis dan konseptual tentang bagaimana dakwah dikembangkan dan dikemas dengan pendekatan media siaran digital, serta bagaimana teknik broadcasting dapat dimaksimalkan dalam platform visual seperti Instagram agar tetap menarik, komunikatif, dan konsisten secara teknis.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Perencanaan Produksi

Dalam perencanaan produksi, Ustadz Hanan Attaki menentukan topik kajian setiap episode agar sesuai dengan kebutuhan audiens muda dan lebih mengandung hal-hal yang emosional. Karena ia dikenal dengan gaya ceramahnya yang unik, seringkali mengangkat tema dan judul yang sangat *relate* dan emosional, seperti contoh "*Kok sulit banget ya bahagia?*". Pendekatan ini bukan tanpa alasan. Beliau sangat memahami psikologi dan realitas audiens utamanya, yaitu generasi muda atau milenial. Dengan mengangkat isu-isu personal yang akrab di keseharian mereka, seperti kegelisahan, pencarian makna hidup, atau masalah emosional, beliau berhasil menciptakan koneksi yang kuat dengan pendengarnya. Audiens merasa bahwa Ustadz Hanan benar-benar mengerti apa yang sedang mereka alami, menjadikan ceramahnya terasa lebih personal dan relevan dengan kehidupan nyata.

Selain itu, Ustadz Hanan Attaki menggunakan pendekatan komunikasi yang sangat humanis dan empatik. Gaya bicaranya yang santai, lembut, dan tidak menggurui, serta penggunaan bahasa yang mudah dicerna (bahkan sering menyisipkan bahasa gaul), membuat



audiens merasa nyaman dan tidak ada jarak. Ketika membahas topik-topik emosional, beliau menunjukkan empati yang mendalam, mengakui bahwa perasaan seperti sulit bahagia adalah hal yang wajar dialami manusia. Pendekatan ini membuat audiens merasa didengarkan dan dipahami, bukan hanya sekadar diberi nasihat teoritis, sehingga pesan dakwahnya dapat diterima dengan lebih terbuka.

Secara retorika, Ustadz Hanan Attaki sangat efektif dalam menggunakan "pathos" atau daya tarik emosional. Beliau mampu membangkitkan berbagai emosi pada audiens, mulai dari rasa sedih, semangat, hingga harapan dan motivasi. Dengan menggambarkan contoh-contoh nyata yang bisa dikaitkan dengan tema yang dibahas, beliau membuat pendengar terlibat secara emosional. Ini membantu pesan dakwahnya meresap lebih dalam ke dalam hati dan pikiran, membuatnya lebih mudah diingat dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini sejalan dengan identitas dakwah "Pemuda Hijrah" yang beliau inisiasi, yang memang fokus merangkul anak muda dalam perjalanan spiritual mereka. Pada akhirnya, melalui pemilihan tema yang relate dan emosional ini, Ustadz Hanan Attaki berhasil membangun hubungan personal yang kuat dengan audiensnya. Pendengar tidak hanya melihatnya sebagai seorang ustadz, tetapi juga sebagai "teman" atau "kakak" yang bisa memahami dan memberikan solusi Islami untuk permasalahan hidup. Hubungan personal inilah yang menciptakan loyalitas dan ketertarikan tinggi, menjadikan kajian-kajian beliau selalu dinantikan oleh banyak orang.

Riset Tren dan Masalah Audiens

Pada pemikiran awal konten biasanya mencari inspirasi dengan melihat komentar, DM, atau polling audiens untuk menentukan tema yang relevan. Karena Ustad Hanan Attaki ingin dipandang sebagai teman jadi ia lebih seperti psikolog dalam urusan dakwah dibalut dengan cinta, hal tersebut dapat dijelaskan secara teoritis, seperti: menganalisis kolom komentar dan *Direct Message (DM)* Instagram adalah langkah fundamental untuk kesuksesan program *live streaming*. Ini adalah metode riset audiens yang paling otentik dan langsung, memungkinkan sebuah organisasi atau kelompok yang bergerak di bidang *online* mengidentifikasi topik dan minat audiens secara akurat. Dengan mengamati pertanyaan yang sering muncul, isu-isu yang banyak dibicarakan, keluhan, atau bahkan ide yang disarankan, kita dapat merancang tema *live streaming* yang benar-benar relevan dan menarik bagi mereka. Misalnya, jika banyak DM menanyakan tentang kiat produktivitas. Selain itu, melalui komentar dan DM, grup dari Ustad Hanan Attaki ini bisa memahami gaya bahasa dan preferensi komunikasi audiens. Apakah mereka cenderung menggunakan bahasa formal, kasual, atau bahkan slang dan emoji? Memahami ini sangat krusial untuk menyesuaikan *tone* dan cara penyampaian saat *live streaming*. Bahasa yang familiar akan membuat audiens merasa lebih akrab dan terhubung, sehingga mereka lebih nyaman untuk berinteraksi dan berpartisipasi. Pemantauan ini juga memungkinkan untuk mengukur tingkat keterlibatan dan sentimen audiens. Kita bisa melihat seberapa aktif mereka bertanya, memberi masukan, atau sekadar menyukai postingan. Informasi ini penting untuk mengevaluasi strategi konten sebelumnya dan merencanakan bagaimana membangun interaksi yang lebih baik di *live streaming* berikutnya. Riset melalui kolom komentar dan DM juga sangat membantu dalam membangun daftar pertanyaan untuk sesi Q&A selama *live streaming*. Jadi, sudah memiliki "bank" pertanyaan potensial yang sering diajukan, bahkan bisa mengumumkan di awal *live* bahwa pertanyaan-pertanyaan dari DM akan dijawab, yang akan menarik lebih banyak penonton.

Kemudian, hal ini memungkinkan untuk mempersonalisasi interaksi selama *live streaming*. Dengan mengenali *username* yang sering berinteraksi, Ustad Hanan Attaki bisa menyapa mereka secara langsung atau merujuk pada pertanyaan spesifik yang pernah mereka ajukan. Personalisasi semacam ini membangun hubungan yang lebih dekat dan loyalitas karena audiens merasa dihargai



dan diperhatikan. Interaksi di kolom komentar dan DM dapat menjadi sumber ide konten tak terbatas untuk masa depan, tidak hanya untuk *live streaming*. Pertanyaan, saran, atau keluhan dari audiens bisa diolah menjadi postingan *feed*, Reels, Stories, atau bahkan seri *live streaming* lainnya, memastikan konten yang grup dari @kata_uha buat selalu relevan. Penting juga untuk memitigasi risiko dengan mengidentifikasi isu sensitif atau topik yang mungkin kurang diminati, sehingga dapat menghindari pembahasan yang memicu reaksi negatif. Dari penjelasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa aktif memantau dan menganalisis kolom komentar serta DM adalah investasi waktu yang akan menghasilkan *live streaming* yang lebih efektif, menarik, dan memperkuat ikatan dengan komunitas online.

Pelaksanaan Produksi

Proses produksi program "*Ngaji From Home*" Ustadz Hanan Attaki dimulai dengan tahap perekaman konten, yang berpusat pada perekaman Ustadz Hanan Attaki sebagai pembicara utama. Meskipun ini adalah *live streaming*, persiapan teknis yang matang sangat krusial. Ini mencakup penggunaan kamera berkualitas tinggi (seperti *smartphone flagship* atau kamera profesional) untuk visual yang jernih, serta pencahayaan yang memadai seperti *ring light* atau *softbox* agar Ustadz Hanan Attaki terlihat jelas. Aspek yang tak kalah penting adalah kualitas audio, Ustadz Hanan Attaki kemungkinan menggunakan mikrofon eksternal seperti *lavalier mic* untuk suara yang jernih dan bebas gema. Tentu saja, koneksi internet yang stabil dan cepat (minimal 10-20 Mbps *upload speed*) menjadi tulang punggung agar siaran tidak *buffering* atau terputus. Selain itu, penataan latar belakang yang rapi dan lingkungan yang tenang juga dipastikan untuk mendukung kelancaran penyampaian materi.

Setelah persiapan teknis, program "*Ngaji From Home*" disiarkan menggunakan platform Instagram melalui fitur *Live Instagram*. Ustadz Hanan Attaki atau timnya akan mengakses fitur *live* di aplikasi dan menambahkan judul siaran yang relevan seperti "*Ngaji From Home*" untuk menarik perhatian pengikut. Begitu siaran dimulai, Instagram secara otomatis akan mengirimkan notifikasi kepada pengikut, memberitahukan bahwa beliau sedang *live*. Selama siaran, fitur interaktif Instagram Live sangat dimanfaatkan. Kolom komentar memungkinkan penonton berinteraksi langsung dengan mengajukan pertanyaan atau memberikan tanggapan secara *real-time*. Fitur *Q&A* khusus juga memudahkan Ustadz Hanan Attaki untuk memilih dan menjawab pertanyaan yang masuk. Penonton dapat menunjukkan apresiasi dengan mengirimkan ikon hati atau emoji, dan jika ada sesi kolaborasi, fitur *Invite Guest* bisa digunakan untuk mengundang narasumber lain.

Selama siaran, pengelolaan yang efektif juga menjadi kunci. Moderasi komentar dilakukan untuk menjaga lingkungan yang positif dan relevan, menghindari *spam* atau komentar tidak pantas. Ustadz Hanan Attaki secara aktif berinteraksi langsung dengan penonton, menyapa, dan menjawab pertanyaan, menciptakan suasana yang personal dan dinamis. Durasi siaran disesuaikan dengan materi yang disampaikan. Setelah siaran berakhir, Instagram menyediakan opsi untuk menyimpan *live streaming*. Ustadz Hanan Attaki atau timnya biasanya akan mengunggahnya ke *IGTV* atau mengubahnya menjadi Reels agar dapat ditonton ulang oleh mereka yang tidak sempat bergabung. Analisis data performa *live streaming* (jumlah penonton, *engagement rate*) juga dilakukan sebagai evaluasi untuk episode-episode berikutnya, memastikan program "*Ngaji From Home*" terus relevan dan efektif menjangkau audiens.

Evaluasi Program

Evaluasinya yaitu dengan melihat *insight* (jumlah *views*, *like*, *share*, komentar) dan merancang perbaikan tema atau teknis di episode berikutnya dan biasanya menggunakan dua cara yaitu; interaksi dengan audiens dan mempublikasi cuplikan dari hasil *live streaming* program tersebut. Evaluasi program melalui analisis insight seperti jumlah *views*, *likes*, *shares*, dan



komentar adalah fase esensial dalam siklus produksi konten, khususnya untuk program *live streaming* berkelanjutan seperti "*Ngaji From Home*" Ustadz Hanan Attaki.

Fungsi inti dari proses ini adalah mengukur secara komprehensif efektivitas program di masa lalu, sekaligus menjadi landasan strategis untuk perbaikan dan inovasi berkelanjutan, baik dari sisi tema konten maupun aspek teknis siaran di episode-episode berikutnya. Ini merupakan iterasi dinamis yang memungkinkan tim program beradaptasi dan berkembang demi menjaga relevansi serta daya tarik bagi audiens setia. Analisis *insight* menyediakan data performa yang multi-dimensi, baik kuantitatif maupun kualitatif, yang mencerminkan respons audiens terhadap program. Jumlah *views* adalah indikator primer jangkauan dan minat awal, lonjakan *views* menandakan resonansi konten yang kuat atau strategi promosi yang efektif, sementara penurunan mendadak menjadi sinyal perlunya investigasi lebih lanjut. Jumlah *likes* berfungsi sebagai termometer apresiasi audiens; angka yang tinggi mengindikasikan penerimaan positif dan kepuasan terhadap materi yang disajikan. Metrik *shares* adalah barometer paling kuat dari nilai konten, ketika audiens merasa terdorong untuk membagikan siaran, itu menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya disukai, tetapi dianggap begitu berharga, relevan, atau berdampak sehingga layak disebar, mencerminkan potensi viralitas organik. Namun, *insight* paling kaya datang dari komentar, yang menyediakan umpan balik kualitatif langsung dan mendalam. Komentar bisa berupa pertanyaan spesifik, pujian tulus, kritik konstruktif, saran topik baru, atau ekspresi emosional yang menunjukkan tingkat keterlibatan dan pemahaman audiens, memberikan jendela langsung ke pikiran dan perasaan mereka.

PEMBAHASAN

Perencanaan Produksi: Konvergensi Ide dan Audiens

Dalam tahap perencanaan produksi siaran dakwah "*Ngaji from Home*" oleh Ustadz Hanan Attaki, terjadi konvergensi antara konten keagamaan dengan narasi keseharian generasi muda, yang menjadi fokus utama segmentasi audiensnya. Hal ini selaras dengan konsep media convergence dari Henry Jenkins, yaitu:

"Media convergence is not simply a technological process but also a cultural shift as consumers are encouraged to seek out new information and make connections among dispersed media content." (Jenkins, 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*)

Artinya, dalam perencanaan konten, terjadi pergeseran budaya media, di mana pendakwah tidak lagi menyampaikan pesan satu arah, tetapi menghubungkan realitas personal audiens (seperti kegalauan, pencarian makna hidup, dan perasaan tidak bahagia) dengan nilai-nilai dakwah Islam. Ustadz Hanan menyusun tema yang sangat *relatable* dan emosional seperti "*Kok Sulit Banget Ya Bahagia?*" dengan pemahaman bahwa audiens bukan hanya membutuhkan nasihat, tetapi pencerahan yang menyentuh sisi psikologis dan spiritual secara personal. Ini menunjukkan bagaimana produksi konten dakwah telah bertransformasi dari sekadar ceramah normatif menjadi produk media interaktif yang dipersonalisasi, sebagaimana dikemukakan Jenkins bahwa audiens kini aktif dalam mengonsumsi, memilih, dan memaknai konten. Selain itu, gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki yang humanis, tidak menggurui, dan penuh empati, merupakan bagian dari konvergensi antara bahasa religius klasik dengan bahasa pop digital yang digunakan generasi muda. Ia kerap menggunakan bahasa gaul, sapaan santai, bahkan istilah *millennial*, yang menjadikan siaran dakwah lebih aksesibel dan akrab di platform seperti Instagram. Pendekatan



ini membentuk apa yang Jenkins sebut sebagai "*participatory culture*", di mana audiens bukan sekadar objek pesan, tetapi menjadi bagian dari komunitas yang ikut membentuk makna dakwah itu sendiri (Henry Jenkins, 2006).

Perencanaan produksi juga menunjukkan adanya pergeseran peran dai. Dalam kasus ini, Ustadz Hanan tidak hanya tampil sebagai penceramah, tetapi juga sebagai "teman digital" yang bisa memahami dan merespons keresahan anak muda secara langsung. Ia mengambil pendekatan seperti psikolog rohani yang berdialog dengan audiens secara emosional (Istiqomah, 2022). Dalam teori Jenkins, ini merupakan contoh *blurring of boundaries* (kaburnya suatu batasan), di mana aktor-aktor media lama (dai, ustadz) beradaptasi dengan fungsi-fungsi media baru (*influencer*, *content creator*) dalam ekosistem digital yang saling terkoneksi.

Dalam konteks media sosial, perencanaan produksi juga melibatkan adaptasi terhadap algoritma platform, seperti Instagram. Ustadz Hanan dan timnya memilih tema yang tidak hanya relevan dengan kondisi psikologis audiens, tetapi juga berpotensi menarik klik, *engagement*, dan partisipasi aktif berdasarkan tren algoritmik. Misalnya, tema yang mengandung kata kunci emosional atau problematika harian yang sering dibahas di dunia maya lebih cepat menyebar dan muncul di feeds pengguna. Ini merupakan bentuk konvergensi antara strategi penyebaran pesan dakwah dengan mekanisme kerja media digital komersial, menunjukkan bagaimana dunia dakwah turut bergeser dalam lanskap yang sangat kompetitif dan berbasis perhatian (*attention economy*). Proses perencanaan juga tidak lagi bersifat *top-down* dari dai kepada jamaah, tetapi mencerminkan kolaborasi kolektif antara dai, tim produksi, dan bahkan audiens itu sendiri. Ide topik dan narasi dakwah bisa muncul dari komentar, polling, atau permintaan langsung dari followers di media sosial. Ini sesuai dengan gagasan Jenkins bahwa konvergensi bukan hanya tentang perangkat teknologi, tapi tentang cara berpikir baru yang melibatkan partisipasi banyak pihak dalam penciptaan makna. Di sini, audiens tidak hanya sebagai konsumen pasif, melainkan ikut membentuk arah dakwah melalui interaksi digital yang bersifat timbal balik dan demokratis (Henry Jenkins, 2006).

Riset Tren dan Masalah Audiens: Dinamika Interaksi dalam Ekosistem Dakwah Digital

Dalam produksi dakwah digital, riset terhadap audiens tidak lagi bersifat konvensional melalui survei atau wawancara tertutup. Program "Ngaji from Home" yang dikelola oleh tim Ustadz Hanan Attaki justru memanfaatkan media sosial sebagai ruang riset partisipatif, yaitu dengan cara menelaah kolom komentar, *direct message (DM)*, hasil polling, serta insight dari berbagai bentuk keterlibatan audiens. Pendekatan ini mencerminkan bahwa dalam era digital, data kualitatif dan kuantitatif dapat diperoleh secara langsung melalui praktik interaksi sehari-hari, tanpa harus membentuk struktur riset yang formal. Riset semacam ini disebut sebagai riset partisipatif berbasis komunitas digital, di mana wacana dibentuk bersama antara pengelola konten dan para audiensnya (Hine, 2015). Riset ini berperan penting untuk mengidentifikasi tema-tema emosional, spiritual, dan sosial yang sedang ramai dibicarakan atau dirasakan oleh audiens, seperti *overthinking*, *quarter life crisis*, atau "hampa dalam ibadah". Tema-tema ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya menjawab kebutuhan akidah, tetapi juga berinteraksi dengan persoalan mental dan psikososial generasi muda.

Program dakwah @kata_uha tampak menyatu antara fungsi edukasi spiritual dan dukungan emosional. Ustadz Hanan Attaki tidak hanya menyampaikan materi agama, tetapi juga bertindak layaknya konselor atau psikolog spiritual yang memahami bahasa dan beban batin anak muda. Ini menunjukkan adanya konvergensi antara dakwah dan pendekatan psikologis, yang menyesuaikan dengan tuntutan zaman. Dalam pandangan Wachid & Mawardi (2021), media sosial kini menjadi wadah transisi dakwah dari bentuk formal ke komunikasi personal yang emosional dan kontekstual, yang lebih dekat dengan gaya hidup masyarakat digital. Oleh karena itu, proses riset audiens bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga empatik dan relasional (Wachid & Mawardi,



2021). Pendekatan dakwah Ustadz Hanan selaras dengan komunikasi interpersonal yang melebur dalam medium publik digital, menunjukkan bahwa dakwah kini harus mampu menyeberangi batas disiplin, dari teologi ke psikologi, dari pesan tunggal ke partisipatif.

Melalui riset digital yang dilakukan secara kontinu, audiens bukan hanya menjadi objek pesan dakwah, melainkan sumber daya kolektif yang membantu pembentukan isi konten. Komentar, testimoni, dan curahan hati yang muncul dari followers menjadi bahan mentah yang diproses ulang oleh tim kreatif menjadi tema kajian dakwah yang kuat dan kontekstual. Fenomena ini sejalan dengan konsep “*collective intelligence*”, yakni kecerdasan yang dihasilkan oleh komunitas daring melalui sumbangsih informasi yang saling melengkapi. Dalam konteks dakwah digital, komunitas audiens turut berkontribusi membentuk arah dakwah melalui wacana yang mereka suarkan di ruang interaktif seperti DM dan komentar. Pemanfaatan partisipasi audiens ini juga memperlihatkan prinsip *co-creation of content*, yaitu penciptaan konten bersama secara dinamis antara produsen (dai dan tim kreatif) dan konsumen (audiens). Ini adalah ciri khas komunikasi dalam kultur konvergensi media, di mana batas antara pembuat dan penonton menjadi semakin kabur (Nasrullah, 2017).

Di balik keterbukaan interaksi dengan audiens, proses riset ini juga dihadapkan pada tantangan etika, seperti privasi, verifikasi emosi, dan pengelolaan isu sensitif. Tidak semua komentar layak dijadikan konten; tim @kata_uha tetap harus memilah mana yang membawa nilai edukatif, dan mana yang justru bisa menimbulkan kesalahpahaman atau konflik wacana. Dalam hal ini, penting untuk menerapkan prinsip filter sosial yang etis, sejalan dengan panduan dakwah Islam yang berlandaskan adab dan kasih sayang. Riset tren tidak boleh hanya berorientasi pada klikbait atau popularitas, tetapi tetap mempertahankan keotentikan dan keluhuran pesan Islam.

Pelaksanaan Produksi: Integrasi Teknologi, Gaya Dakwah, dan Interaktivitas Real-Time

Pelaksanaan produksi program *Ngaji from Home* menandai transformasi besar dalam dunia dakwah, di mana penyampaian ajaran agama tidak lagi bergantung pada ruang-ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, tetapi hadir secara *live streaming* melalui platform seperti Instagram Live. Ustadz Hanan Attaki secara konsisten memanfaatkan media sosial untuk menyiarkan ceramahnya secara langsung kepada ribuan penonton dalam satu waktu, dengan kualitas visual dan audio yang diperhitungkan secara profesional. Hal ini mencerminkan bentuk nyata dari konvergensi media, yaitu saat konten dakwah tradisional berbaur dengan media teknologi interaktif, memungkinkan distribusi pesan yang lebih luas, cepat, dan fleksibel (Henry Jenkins, 2006). Teknologi produksi seperti penggunaan kamera berkualitas tinggi, mikrofon eksternal, pencahayaan optimal, hingga pemilihan latar visual yang bersih, bukan hanya meningkatkan kualitas tampilan, tetapi juga menunjukkan bahwa dakwah kini menuntut kompetensi teknis layaknya produksi konten media profesional. Dalam pelaksanaan produksi, Ustadz Hanan tidak sekadar berperan sebagai penceramah agama, tetapi juga sebagai host acara, komunikator digital, sekaligus content creator. Ia aktif menyapa penonton, mengelola ritme penyampaian materi, dan sesekali merespons komentar secara *real-time*. Hal ini menandai konvergensi peran dalam era media baru, di mana batas antara “tokoh agama” dan “*influencer digital*” semakin tipis.

Menurut Nasrullah, media sosial telah menggeser cara publik berinteraksi dengan otoritas, termasuk otoritas keagamaan. Mereka kini menuntut hubungan yang lebih terbuka, personal, dan dua arah, sehingga pendakwah perlu mengadopsi pendekatan interaktif dan komunikatif secara digital (Nasrullah, 2017). Salah satu kekuatan utama pelaksanaan siaran *Ngaji from Home* adalah kemampuannya menghadirkan interaktivitas tinggi antara ustadz dan audiens, sebuah hal yang tidak ditemukan dalam format dakwah konvensional. Fitur Instagram Live seperti kolom



komentar, Q&A box, emoji respon, hingga fitur *invite guest*, menjadi ruang di mana dakwah bukan hanya disampaikan, tetapi juga diperbincangkan secara langsung oleh jamaah virtual. Dalam konteks ini, konsep interaktivitas media dari McMillan & Hwang menjadi relevan. Mereka menyebut bahwa media interaktif memungkinkan adanya kontrol dua arah, umpan balik langsung, dan partisipasi pengguna terhadap alur komunikasi, yang memperkuat efektivitas penyampaian pesan (McMillan & Hwang, 2002).

Pelaksanaan produksi tidak hanya berfokus pada isi ceramah, tetapi juga pada pengemasan visual, estetika, dan suasana ruang digital yang mendukung kenyamanan menonton. Penggunaan pencahayaan yang lembut, suasana ruangan yang rapi, dan pengambilan gambar dengan sudut kamera yang natural menciptakan pengalaman menonton yang intim dan profesional. Estetika dakwah semacam ini menurut Heri Gunawan merupakan bagian dari strategi simbolik dalam komunikasi agama, di mana bentuk visual, suara, dan simbol-simbol media berperan dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan audiens (Gunawan, 2020).

Evaluasi Program: Umpan Balik, Adaptasi, dan Sirkulasi Konvergen

Evaluasi program *Ngaji from Home* dilakukan dengan cara membaca data analitik dari platform Instagram, seperti jumlah *views*, *likes*, *shares*, komentar, hingga retensi penonton. Data ini kemudian digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan penyampaian pesan, efektivitas teknis, dan daya tarik tema kajian. Dalam konteks media digital, data insight ini bukan sekadar angka, melainkan refleksi dari keterlibatan dan emosi audiens. Seperti dijelaskan oleh Berger & Milkman, konten yang banyak dibagikan (*sharing*) seringkali adalah konten yang membangkitkan emosi kuat seperti harapan, inspirasi, atau bahkan keprihatinan. Maka, ketika konten dakwah memiliki jumlah share tinggi, itu menunjukkan resonansi spiritual dan emosional yang kuat antara isi dakwah dan pengalaman personal audiens (Berger & Milkman, 2012). Evaluasi program tidak hanya dilakukan secara teknis, tetapi juga secara kualitatif, melalui komentar, testimoni, dan masukan dari audiens. Dengan membaca komentar, tim bisa memahami tingkat pemahaman, kesan emosional, dan aspirasi konten selanjutnya. Ini menunjukkan bahwa evaluasi tidak lagi bersifat internal, tetapi justru melibatkan partisipasi aktif dari komunitas digital. Hal ini selaras dengan ide *participatory convergence* dari Jenkins, yaitu ketika audiens tidak hanya menjadi objek evaluasi, tetapi juga turut menyumbangkan ide, kritik, dan bahkan solusi untuk perbaikan konten dakwah (Henry Jenkins, 2006). Bentuk evaluasi ini menegaskan bahwa hubungan antara dai dan audiens telah bertransformasi menjadi kolaboratif. Dalam praktiknya, evaluasi program dijadikan sumber perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), di mana data insight yang diperoleh akan diolah kembali menjadi strategi konten baru. Misalnya, jika tema tertentu menghasilkan retensi tinggi, maka tema serupa akan diprioritaskan untuk pekan berikutnya. Atau jika komentar banyak membahas isu tertentu, tim akan merespons dengan menyiapkan topik khusus di live selanjutnya.

Menurut Pavlik & McIntosh, karakter media digital saat ini menuntut pelaku komunikasi untuk cepat beradaptasi dan memodifikasi strategi berdasarkan umpan balik yang terus berkembang. Maka dalam dunia dakwah digital, evaluasi bukanlah titik akhir, tetapi justru bagian dari siklus produksi-konsumsi-respons yang terus berputar dalam ekosistem media baru (Pavlik & McIntosh, 2017).

3. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa siaran dakwah *Ngaji from Home* oleh Ustadz Hanan Attaki merupakan bentuk inovasi dakwah Islam yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi



dan budaya komunikasi digital. Program ini tidak hanya menghadirkan konten keagamaan dalam format baru, tetapi juga mempraktikkan secara nyata teori konvergensi media sebagaimana dikemukakan oleh Henry Jenkins. Dalam pelaksanaannya, dakwah Ustadz Hanan tidak sekadar disiarkan melalui platform Instagram, tetapi juga mengalami penggabungan antara nilai-nilai dakwah tradisional dan strategi komunikasi interaktif yang khas dari media sosial modern.

Dari sisi perencanaan, pemilihan tema-tema dakwah disesuaikan dengan kebutuhan emosional dan spiritual audiens muda. Isu-isu seperti kebahagiaan, keresahan batin, pencarian makna hidup, dan tantangan psikologis menjadi bagian utama dalam narasi yang dibawakan. Ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga empatik, dengan pendekatan komunikasi yang personal dan humanis. Gaya bahasa yang digunakan pun santai, akrab, dan mudah dipahami, menjadikan audiens merasa dekat secara emosional dengan pendakwah. Tahap riset audiens menjadi bagian krusial dalam proses produksi dakwah ini. Berbeda dengan metode riset konvensional, Ustadz Hanan dan timnya memanfaatkan kolom komentar, *direct message (DM)*, serta hasil polling sebagai sumber data utama untuk memahami keresahan dan harapan audiens. Proses ini mencerminkan praktik partisipatif dan kecerdasan kolektif dalam komunikasi digital, di mana audiens tidak hanya mengonsumsi pesan, tetapi juga turut membentuk arah isi dakwah. Dalam konteks ini, siaran dakwah menjadi forum dua arah yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan umat. Pada pelaksanaan produksi, *Ngaji from Home* mengintegrasikan aspek teknis seperti kualitas visual dan audio dengan interaktivitas real-time melalui fitur-fitur Instagram *Live*. Ustadz Hanan memainkan banyak peran sekaligus sebagai dai, komunikator, pembawa acara, sekaligus content creator. Ia mampu menciptakan suasana dialogis, membangun kedekatan personal, dan memberikan ruang bagi audiens untuk berpartisipasi aktif. Pendekatan ini menegaskan bahwa dalam era konvergensi media, dakwah tidak lagi hanya berbicara, tetapi juga harus mampu mendengarkan. Sementara itu, tahap evaluasi tidak hanya dilakukan melalui pembacaan insight digital seperti jumlah views, like, dan komentar, tetapi juga melalui masukan langsung dari audiens. Evaluasi ini kemudian menjadi dasar bagi perbaikan dan inovasi konten ke depan. Konten *live* juga tidak berhenti di sesi siaran saja, tetapi di reproduksi kembali menjadi potongan-potongan video pendek yang didistribusikan secara luas dalam bentuk *reels* atau *IGTV*, memperluas jangkauan dakwah ke lapisan audiens yang lebih luas dan beragam.

Dengan demikian, siaran dakwah *Ngaji from Home* dapat dipahami sebagai contoh konkret dari praktik dakwah digital berbasis konvergensi media. Program ini bukan hanya tentang bagaimana Islam dikomunikasikan melalui media baru, tetapi juga tentang bagaimana nilai-nilai Islam disampaikan dalam gaya, ritme, dan format yang sesuai dengan kultur digital masa kini. Dakwah tidak lagi eksklusif dalam ruang-ruang formal, tetapi hadir secara cair, inklusif, dan personal di ruang-ruang digital tempat anak muda berkumpul dan mencari makna hidup.

Saran

- Bagi Pendakwah Digital: Diperlukan penguasaan terhadap budaya media baru dan strategi komunikasi digital agar pesan dakwah tidak hanya tersampaikan, tetapi juga diterima dan diaplikasikan oleh audiens yang beragam secara psikologis dan kultural.
- Bagi Tim Produksi Dakwah: Perlu mengembangkan kompetensi teknis produksi konten baik dari aspek visual, audio, hingga pemahaman algoritma media sosial guna meningkatkan kualitas dakwah digital di berbagai platform.
- Bagi Audiens Muslim Muda: Dianjurkan untuk lebih aktif berpartisipasi dalam konten dakwah digital secara sehat, baik dengan memberi masukan, berdiskusi secara terbuka, atau menyebarkan nilai-nilai positif yang diperoleh dari siaran dakwah.



4. DAFTAR PUSTAKA

- Ar-Raniry. (2021). Analisis Pesan Dakwah pada Channel YouTube Hanan Attaki. *Jurnal Dakwah Multimedia*, 3, 80-102.
- Berger, J., & Milkman, K. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 195-205.
- Bungin, B. (2009). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Gunawan, H. (2020). Simbol dan Estetika Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 15-30.
- Henry Jenkins. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Hidayatullah.com. (2025). Ustadz Hanan Attaki: Pendakwah Gaul Lulusan Al-Azhar. <https://Hidayatullah.Com>.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury Academic.
- Istiqomah, N. (2022). Dakwah dan Media Sosial: Pendekatan Humanis Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Komunikasi Islam Digital*, 3(2), 115-128.
- McMillan, S. J., & Hwang, J.-S. (2002). Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity. *Journal of Advertising*, 31(3), 29-42. <https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673674>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhamad Parhan. (2022). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 2, 10-28.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pavlik, J., & McIntosh, S. (2017). *Converging Media*. Oxford University Press.
- Wachid, A., & Mawardi, M. (2021). Dakwah Digital dan Perubahan Pola Komunikasi Religius di Era Medsos. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 177-195.
- Zahra Nur Fadhillah, & dkk. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube. *Jurnal Komunikasi Islam*, 1, 45-62.