

**SKRIPSI**

***YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN  
ADI HIDAYAT OFFICIAL**



**OLEH:**

**FEBRIANA  
19.3300.065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PARE-PARE**

**2024 M / 1446 H**

***YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN  
ADI HIDAYAT OFFICIAL**



**OLEH:**

**FEBRIANA  
19.3300.065**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PARE-PARE**

**2024 M / 1446 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Youtube* sebagai media dakwah pada akun Adi Hidayat official

Nama Mahasiswi : Febriana

NIM : 19.3300.065

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Nomor: B-3225/In.39.7/09/2022  
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. 

NIP : 197507042009011006

PembimbingPendamping : Afidatul Asmar, M.Sos. 

NIP : 199103262019031005

Mengetahui;

Dekan, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.

NIP. 196412311992031045

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : *Youtube* sebagai media dakwah pada akun Adi Hidayat official  
Nama Mahasiswa : Febriana  
Nomor Induk Mahasiswa : 19.3300.005  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Dasar Penetapan Pembimbing : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor: B-3225/In.39.7/09/2022  
Tanggal Kelulusan : 29 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.

(Ketua)

Afidatul Asmar, M.Sos.

(Sekretaris)

Muh. Taufiq Syam, M.Sos.

(Anggota)

Hayana, S.Sos., M.Sos.

(Anggota)

Mengetahui

Dekan, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.

NIP. 196412311992031045

...

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Hanya karena taufiq dan pertolongan-Nya semata, semua wujud kepentingan dapat dilaksanakan dengan sempurna. Shalawat serta salam juga kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan keluarganya serta sahabat-sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada orang tua Ayahanda Laha dan Ibunda Nahi tercinta atas segala doa, bimbingan dan pengorbanan yang tak mungkin sanggup untuk terbalaskan.

Penghargaan yang setinggi-tinggi kepada Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. selaku pembimbing I dan Bapak Afidatul Asmar, S.Sos., M.Sos. selaku pembimbing II yang telah sabar, tulus, dan ikhlas melungkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan motivasi, arahan, bimbingan, dan saran-saran bagi penulis sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material selama penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku rektor Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelola pendidikan di IAIN pada saat ini dan yang akan datang.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. dan Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I. selaku Wakil Dekan I dan Wakil Dekan II yang telah menciptakan suasana pendidikan positif bagi mahasiswa IAIN Parepare.
3. Bapak Muh. Taufiq Syam, M.Sos. selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah pada saat ini, atas segala pengabdian dan bimbingannya bagi mahasiswa Manajemen Dakwah IAIN Parepare.
4. Ibu A. Dian Fitriana M.I. Kom. Selaku penasehat dosen Akademik.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah melungkan waktu dan memberikan pengabdian terbaik dalam mendidik penulis selama proses perkuliahan.
6. Bapak/Ibu Staf dan Admin Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
8. Teruntuk Kakakku tercinta Yunus, Enceng, Ida dan Masna terima kasih sudah mendidik penulis menjadi wanita yang mandiri, kuat, dan tegar dalam melewati segala masalah, yang selalu menyayangi, dan terus memberikan motivasi serta mendukung hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.
9. Saudari kembarku yang kusayangi, Febriani terima kasih atas semangat, doa, cinta, orang yang selalu mendukung, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk sahabat seperjuangan yang tercinta Fikriyana Ismail, Nur Fitra Amalia, dan Nurhikma. Terima kasih atas segala bantuan,

dukungan, motivasi, pengalaman, dan ilmu yang dijalani bersama-sama selama perkuliahan.

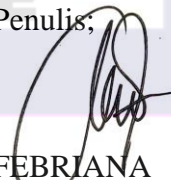
11. Sahabatku seperjuanganku saat menempuh pendidikan di SMK Juliyanti Jamal, S.Tr.Ab. Terima kasih telah menemani prosesku bertumbuh dan senantiasa mendoakan serta menyemagati.
12. Teruntuk Nur Yadin Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, motivasi, dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi
13. Teman-teman saya yang tidak saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan dalam studi di IAIN Parepare, Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah angkatan 2019 dan segenap kerabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis skripsi ini dapat di selesaikan. Semoga Allah SWT, berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 26 Juni 2024 M  
19 Dzulhijjah 1445 H.

Penulis;



FEBRIANA  
NIM. 19.3300.065

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

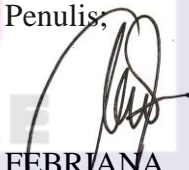
Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Febriana  
Nim : 19.3300.065  
Tempat/Tanggal Lahir : Palita, 5 Februari 2001  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : *Youtube* sebagai media dakwah pada akun Adi Hidayat official

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh batal demi hukum.

Parepare, 26 Juni 2024 M  
19 Dzulhijjah 1445 H.

Penulis,



FEBRIANA  
NIM. 19.3300.065



## ABSTRAK

FEBRIANA, “(*Youtube Sebagai Media Dakwah Pada Akun Adi Hidayat Official*)” Dibimbing oleh Bapak Iskandar dan Bapak Afidatul Asmar.

Penelitian ini mengkaji tentang media sosial *Youtube* dengan berfokus pada salah satu ustadz Adi Hidayat dalam *Channel Youtube* Adi Hidayat Official. Konten dakwah yang dibagikan oleh akun tersebut sangat menarik dari segi pengemasan, pemilihan tema ceramah hingga penyampaiannya sehingga menuai banyak respon dari followers. Respon yang diberikan oleh followers sangat beragam sehingga menarik untuk di analisis lebih lanjut.

Penelitian ini memuat dua rumusan masalah, yaitu bagaimana bentuk pemanfaatan media *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official sebagai media untuk berdakwah dan bagaimana respon *followers* pada konten dakwah dalam akun *Youtube* Adi Hidayat Official. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini ada tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan ada dua, yaitu teori media sosial Kaplan dan Haenlein dan teori *uses and gratification*.

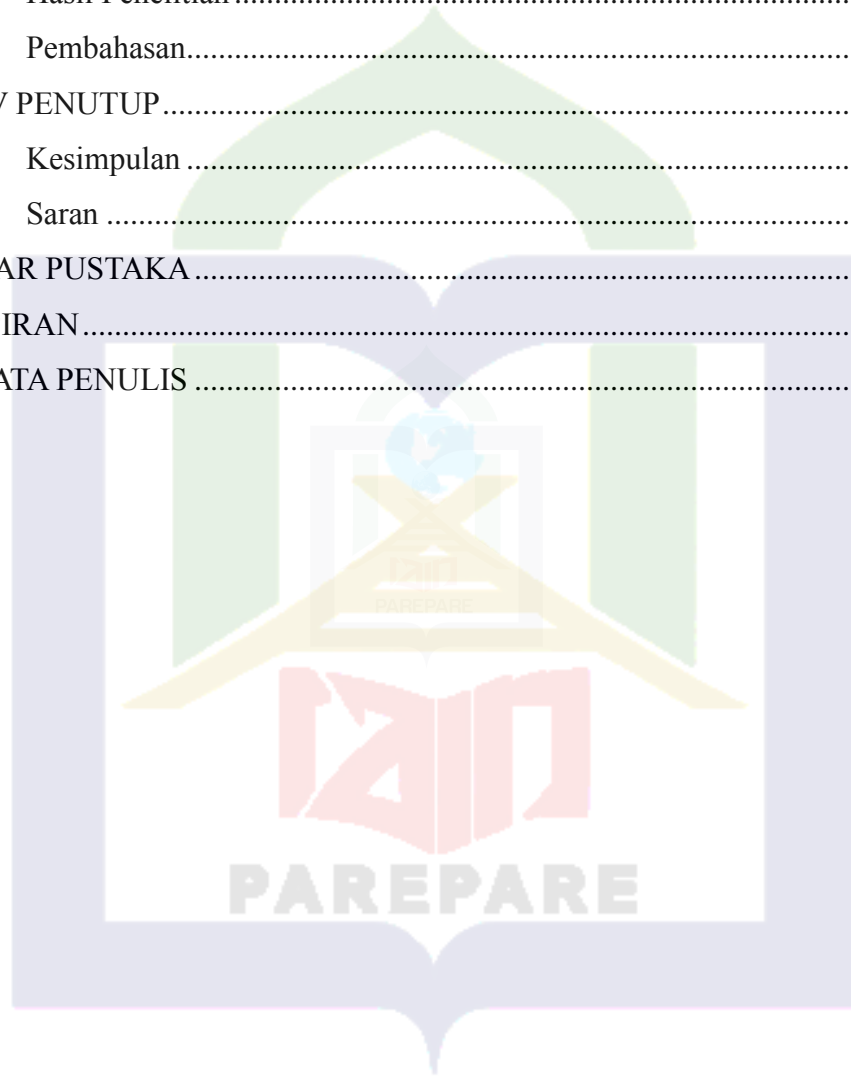
Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa akun Adi Hidayat Official berhasil memanfaatkan *Youtube* sebagai media dakwah yang efektif, memadukan kualitas konten yang tinggi, interaksi yang aktif, dan penggunaan teknologi modern untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Adapun respon followers terhadap video dakwah pada akun Adi Hidayat Official sangat positif, menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga relevan dan aplikatif bagi kehidupan sehari-hari.

**Kata kunci:** *Adi Hidayat Official, bentuk pemanfaatan dakwah, respon followers*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	10
B. Tinjauan Teori .....	14
1. Teori Media Sosial Kaplan dan Haenlein.....	14
2. Teori Uses and Gratification.....	17
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Kerangka Pikir .....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Fokus Penelitian.....	42
D. Jenis dan Sumber Data.....	43

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data .....	44
F. Uji Keabsahan Data .....	44
G. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian .....	46
B. Pembahasan.....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>96</b>



**DAFTAR GAMBAR**

No Gambar	Judul Gambar	Halaman Gambar
1	Profil akun <i>Youtube</i> Adi Hidayat Official	50
2	Konten Dakwah Sumber Rezeki Dari Allah	52
3	Respon Penonton Pada Konten Dakwah Sumber Rezeki Dari Allah	56
4	Konten Dakwah Agar Jin Dan Setan Tidak Masuk Ke Rumah	59
5	Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Tentang Agar Jin Dan Setan Tidak Masuk Ke Rumah	61



## DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Kerangka Pikir	40
2	Konten dakwah lisan pada akun <i>Youtube</i> Adi Hidayat Official	49
3	Respon Positif dan Negatif Followers Pada Kolom Komentar <i>Youtube</i> Adi Hidayat Official	71



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	Terlampir
2	Dokumentasi Analisis Data	Terlampir
3	Dokumentasi Pengecekan dan Penginputan Data	Terlampir
4	Hasil Turnitin	Terlampir
5	Biodata	Terlampir



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan umat Islam, dan juga dalam konteks agama-agama lainnya. Istilah "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti "mengajak" atau "menyeru." Dalam Islam, dakwah mengacu pada upaya menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam kepada orang lain, baik umat Muslim maupun non-Muslim. Praktik dakwah adalah bagian integral dari tugas seorang Muslim untuk menyebarkan pesan-pesan agama dan mengajak orang lain untuk mendekati jalan yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah memiliki peran sentral dalam agama Islam, dan para penganutnya meyakini bahwa tugas utama umat Islam adalah untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama kepada orang lain dengan penuh kasih sayang, kedamaian, dan pemahaman.

Dakwah adalah usaha dan aktivitas, baik melalui ucapan maupun tindakan, yang bertujuan mengajak orang lain untuk memahami, meresapi, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari demi meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Proses penyampaian dakwah tidak terlepas dari proses komunikasi, karena pada dasarnya dakwah adalah bentuk komunikasi. Da'i, sebagai komunikator, menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, atau komunikan, dengan berbagai cara dan melalui berbagai media yang tersedia. Nabi Muhammad SAW juga menggunakan tindakan untuk menyebarkan dakwah. Misalnya, dia mengamalkan keadilan, memberikan bantuan kepada

yang membutuhkan, dan menunjukkan solidaritas dengan yang lemah. Tindakan ini memperkuat pesan moral Islam<sup>1</sup>.

Selain berbicara, Rasulullah SAW juga mengirim surat-surat kepada berbagai pemimpin dan tokoh di luar Madinah untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Surat-surat seperti Surat kepada Raja Najasyi dari Ethiopia adalah contoh nyata dari upaya dakwah melalui media tertulis. Salah satu metode paling efektif dalam dakwah adalah dengan menjadi teladan yang baik. Rasulullah Muhammad SAW menjalani hidup yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga orang-orang di sekitarnya tertarik dan terinspirasi oleh perilakunya.

Salah satu unsur penting dalam dakwah adalah maddah (isi dakwah), yang merupakan pesan yang disampaikan oleh dai kepada mad'u. Maddah dakwah ini adalah ajaran Islam itu sendiri. Oleh karena itu, membahas maddah dakwah berarti membahas ajaran Islam secara keseluruhan, yang mencakup aqidah, syari'ah, dan akhlaq. Dakwah harus disesuaikan dengan perkembangan zaman, terutama dalam hal teknologi dan ilmu pengetahuan. Aktivitas dakwah yang maju akan membawa dampak positif bagi kemajuan agama, sedangkan dakwah yang kurang aktif dapat menyebabkan kemunduran agama.<sup>2</sup>

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, cara-cara menyebarkan ajaran agama dan pesan-pesan moral juga telah mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi telah membuka pintu baru bagi para dai dan aktivis agama untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan media sosial, telah mengubah

---

<sup>1</sup> Salma Laila Qodriyah, "Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)", (Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyaan, Vol 1, No 2, 2021), h 152.

<sup>2</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, "Manajemen Dakwah", (Jakarta: Kencana, 2006), h. 24



lanskap dakwah secara drastis. Dakwah yang dahulu terbatas pada tatap muka dan media cetak, kini dapat mencapai jutaan orang dalam hitungan detik melalui platform-platform digital. Hal ini memungkinkan penyampai dakwah untuk mengatasi hambatan geografis dan bahasa, sehingga pesan-pesan agama dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk yang tinggal di daerah terpencil.

*Youtube*, sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan agama, nilai-nilai moral, serta pengetahuan keagamaan kepada audiens global. *Youtube* telah membuka pintu besar bagi individu dan kelompok yang ingin berbagi ajaran agama, ceramah, diskusi keagamaan, dan konten-konten yang mempromosikan nilai-nilai moral. Dengan kemampuan untuk mengunggah video dengan berbagai durasi, dari beberapa menit hingga beberapa jam, para penyampai dakwah memiliki fleksibilitas dalam menyampaikan pesan-pesan mereka dengan cara yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Beberapa orang tidak dapat lepas dari penggunaan *Youtube* setiap hari. Sebagai platform streaming video paling populer di dunia, *Youtube* menjadi situs kedua yang paling sering dikunjungi setelah Google. *Youtube* juga memiliki banyak statistik mengejutkan, seperti jumlah pengunjung bulanan, nilai perusahaan jika dijual, dan *Youtuber* dengan pendapatan tertinggi. Dengan dua miliar pengguna per bulan, *Youtube* mencatat rekor baru pada tahun 2019 untuk jumlah pengguna bulanan. Platform ini memiliki sekitar dua miliar pengguna setiap bulan, yang merupakan sekitar 25% dari populasi dunia. Selain itu,

beberapa laporan menunjukkan bahwa 62% pengguna *Youtube* adalah pria, sementara 38% sisanya adalah wanita.<sup>3</sup>

Media internet dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama tersedia paket data internet. *Youtube*, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, adalah salah satu platform internet yang mendukung akses offline, yang menjadi keunggulannya dan diminati oleh banyak pengguna. Melalui aplikasi *Youtube*, kita dapat menemukan berbagai video yang mengandung dakwah. Para dai dapat membuat saluran dakwah mereka sendiri dan mengunggah video-video dakwah ke *Youtube*, sehingga dapat dinikmati oleh para pengguna. Sebelumnya, saluran dakwah sering diakses oleh orang-orang yang sibuk namun tetap ingin mendapatkan pencerahan rohani atau mereka yang mencari kajian Islam dengan cepat. Namun, selama pandemi, hampir semua kalangan mengakses dakwah Islam melalui media sosial karena keterbatasan akses untuk pergi ke masjid atau majelis taklim yang biasanya mengadakan kajian Islam.<sup>4</sup>

Selain itu, *Youtube* menawarkan berbagai fitur yang memudahkan penyebaran konten dakwah. Misalnya, fitur berbagi, like, dan komentar memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan penyampai dakwah. Hal ini menciptakan ruang bagi dialog, pertanyaan, dan diskusi antara pemirsa, yang memperkaya pemahaman agama dan memberikan kesempatan untuk menjawab berbagai pertanyaan keagamaan. Namun, pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah juga menghadirkan sejumlah tantangan. Salah satunya

---

<sup>3</sup> Hamdan dan Mahmuddin, “*Youtube sebagai Media Dakwah*”, (Palita: Journal of Social Religion Research, Vol 6, No 1, 2021), h 64.

<sup>4</sup> Ricka Handayani, “*Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi*”, (Jurnal HIKMAH, Vol 15, No 1, 2020), h 132.

adalah perlunya menjaga kualitas konten dan memastikan akurasi informasi yang disampaikan, mengingat internet juga penuh dengan disinformasi.

Pemanfaatan *Youtube* sebagai sarana untuk menyampaikan materi agama telah menjadi tempat baru untuk dakwah bagi beberapa ustadz dan ulama terkenal seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GM), Ustadzah Mumpuni Handayekti (UMH), Felix Siau (FS), serta banyak ustaz dan ulama lainnya, baik di daerah maupun di perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Youtube* tidak hanya memiliki dampak negatif tetapi juga banyak manfaat positif sebagai platform berbagi video. Dengan menggunakan berbagai strategi dalam penyebaran konten, penggunaan *Youtube* oleh mereka sebagai media komunikasi baru dalam berbagai aktivitas dapat diperkuat.<sup>5</sup>

Salah satu figur yang mencuat dalam konten dakwah di *Youtube* adalah Ustadz Adi Hidayat, yang telah menginspirasi dan memberikan pemahaman agama kepada jutaan pemirsa di seluruh dunia. Melalui saluran *Youtube*-nya, beliau menyampaikan ceramah, kajian, dan tafsiran agama yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk moralitas, etika, dan masalah sosial. Ustadz Adi Hidayat, sebagai salah satu figur dalam mengambil keuntungan dari platform ini, Ustadz Adi Hidayat telah berhasil membangun audiens yang kuat dengan menyampaikan pesan-pesan agama dalam berbagai bentuk konten, seperti ceramah, tanya-jawab, atau refleksi kehidupan sehari-hari. Dengan jutaan pengikut dan jangkauan yang luas, Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan teknologi *Youtube* untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan berbagai cara yang menarik dan relevan bagi audiensnya.

---

<sup>5</sup> Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus, “Strategi Pemanfaatan *Youtube* Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh”, (COMMUNICATION, Vol 11, No1, 2020), h 82.

Perjalanan dakwah Ustadz Adi Hidayat sangat terkait dengan peran penting Akhyar TV. Awalnya, ia mulai menyebarkan dakwahnya melalui Akhyar TV melalui berbagai saluran seperti live streaming dan *Youtube*. Meskipun kemudian, tayangan dakwahnya tersebar luas melalui berbagai *Youtuber* yang mengambil kontennya dari sumber aslinya atau merekam kegiatan dakwahnya sendiri. Tayangan Akhyar TV dapat diakses dengan mudah di mana saja dan kapan saja melalui internet dengan mengunjungi situs [www.akhyar.tv](http://www.akhyar.tv). Ini adalah saluran resmi yang digunakan Ustadz Adi Hidayat untuk menyampaikan pengajian dan kegiatan dakwahnya, baik melalui live streaming maupun video yang diunggah di saluran *Youtube*-nya. Penggunaan media sosial *Youtube* menjadi penting dalam menyebarkan kegiatan dakwahnya, dan ada berbagai alasan yang mendasarinya<sup>6</sup>.

Karakteristik berdakwah ustadz Adi Hidayat berbeda dari ustadz yang lain Beliau dalam penguasaan berdakwah sangat mendalam. Beliau memiliki pengalaman yang luas dan mendalam mengenai berbagai cabang ilmu agama, seperti Tafsir, Hadits, Fiqih, dan Sejarah islam, beliau sering mengutip sumber-sumber asli dari kitab-kitab klasik bahkan beliau sampai menghafal hadits dan ayat yang di sampaikan mulai dari surah, halaman, dan ayat berapa. Dan ustadz Adi Hidayat memilki kemampuan menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan beliau juga menggunakan papan tulis untuk menjelaskan dakwahnya layaknya seorang guru aga mudah dipahami oleh masyarakat umum. Itulah mengapa ceramah beliau mudah diterima oleh di berbagai kalangan.

---

<sup>6</sup> Guntur Cahyo, "Pemanfaatan Media Youtube Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Pengembangan Materi Fikih Madrasah Ibtidaiyah", (Jurnal Tarbawi, Vol 4, No 1, 2019), h 72.

Meski begitu bukan berarti dakwah yang disampaikan tidak memiliki kekurangan gaya berdakwah beliau dalam menyampaikan ceramah yang kadang terlalu Formal dan berstruktur bisa dianggap kurang menarik oleh, beberapa kalangan yang lebih menyukai pendekatan yang santai dan informal. Beliau sering membahas topik-topik yang mendalam dan kompleks, sebagaimana pendengar yang kurang memiliki latar belakang ilmu agama yang kuat mungkin kesulitan untuk memahami sepenuhnya materi yang disampaikan. Serta beliau Ketika menyampaikan ceramah gaya bicara beliau cepat bagi beberapa pendengar, terutama mereka yang tidak terbiasa dengan gaya bicara cepat atau baru mempelajari topik yang dibahas, gaya ini bisa membuat sulit untuk mengikuti dan memahami materi secara penuh. Tapi jika sudah terbiasa dan sering mendengar ceramah yang di sampaikan beliau akan pasti akan paham dan menyukai gaya berdakwah beliau.

Secara keseluruhan, meskipun gaya bicara yang cepat memiliki kelebihan dalam hal efisiensi dan menjaga antusiasme, ada juga tantangan yang perlu diatasi agar pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh semua kalangan pendengar atau followers ustadz Adi Hidayat. Untuk itu, sangat penting dalam mempromosikan pesan-pesan yang penuh kasih sayang, toleransi, dan pemahaman, serta menghindari penyebaran radikalisme atau ekstremisme. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis untuk melakukan penelitian yang bersifat analisis deskriptif dengan judul “*Youtube* Sebagai Media Dakwah pada akun *Youtube* Adi Hidayat Official”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official sebagai media untuk berdakwah?
2. Bagaimana respon *followers* pada konten dakwah dalam akun Adi Hidayat Official?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pemanfaatan media social pada akun Adi Hidayat Official sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui bagaimana respon *followers* pada konten dakwah dalam akun Adi Hidayat Official.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada kajian pemanfaatan *Youtube* sebagai media dalam penyebaran dakwah.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam pengembangan studi yang berkaitan dengan dakwah dan pemanfaatan teknologi sebagai medianya. Khususnya bagi peneliti, akademisi, dan masyarakat luas.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi awal bagi penelitian yang memiliki kesamaan minat pada penelitian ini di masa yang akan datang.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan hasil penelusuran pustaka yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini tentang pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah dalam studi kasus konten *Youtube* Ustadz Adi Hidayat. Adapun beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Guntur Cahyono pada tahun 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul *Pemanfaatan Media Youtube Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Pengembangan Materi Fikih Madrasah Ibtidaiyah*.<sup>7</sup> Tujuan penelitian ini ialah untuk memberikan gambaran tentang bagaimana *Youtube* bermanfaat sebagai bagian dari materi pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa guru tidak hanya mempekerjakan buku teks atau buku kerja siswa (LKS) dalam pengembangan materi tetapi juga video online. *Youtube* video ustadz Adi Hidayat dapat digunakan untuk mengembangkan materi pembelajaran kepala sekolah Islam (Fiqih) di sekolah dasar islam dengan mendownload video tersebut. Guru dituntut untuk cerdas dalam mengoperasikan media internet dalam pengembangan materi pembelajaran untuk proses belajar mengajar perkembangan. Perbedaan penelitian Guntur Cahyono dengan penulis yaitu pada tujuan penelitiannya. Penelitian Guntur Cahyono berfokus pada

---

<sup>7</sup> Guntur Cahyono, *Pemanfaatan Media Youtube Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Pengembangan Materi Fikih Madrasah Ibtidaiyah*, (Salatiga: Attarbawi, 2019).



pengembangan media ajar dengan menggunakan konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Youtube* sebagai pengembangannya.

Sementara penulis memfokuskan penelitiannya pada pola penyebaran dakwah dan Islam di dunia maya. Adapun persamaan penelitian Guntur Cahyono dengan penulis, yaitu pada metode penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif analisis.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani tahun 2022 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Singaperbangsa Karawang dengan judul *Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah*<sup>8</sup>. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis tindak tutur yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat, LC., M.A. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Chanel *Youtube* Audio Dakwah terdapat tiga jenis tindak tutur yang biasa digunakan oleh ustadz Adi Hidayat pada saat berceramah. antara lain, tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani dengan penulis, yaitu penelitian Ahmad Midani memfokuskan pada tindak tutur yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat pada saat berdakwah di *Youtube*. Sementara penulis memfokuskan penelitiannya pada pola penyebaran dakwah dan Islam di dunia maya. Kemudian, adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Midani dan Penulis, yaitu pada metode penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif analisis.

---

<sup>8</sup> Ahmad Midani, *Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah*, (Karawang: Jurnal Pendidikan Tambusai, 2022).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah, Muhamad Afdoli Ramadoni, dan Andi Faisal Bakti tahun 2023 Universitas Islam Negeri Syarif hidayatullah dan Universitas Muhammdiyah Palembang dengan judul *Program Dakwah Pada “Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official” Perspektif Audiences*.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk melihat audience dalam konten dakwah pada program dakwah channel *Youtube* ustadz Adi Hidayat Official. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak respons audience yang memandang bahwa acara tersebut sangat bermanfaat, namun belum memuaskan. Waktu tayang acara dan minimnya publikasi menjadi sorotan audience, padahal pada program dakwah ini seharusnya dapat menyajikantayangan yang sesuai kebutuhan audience sebagai objekdakwah (mad’u). Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dkk dengan penulis, yaitu terletak pada jenis penelitiannya. Penelitian oleh Sayyidah dkk menggunakan jenis penelitian studi lapangan, sementara penulis menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dari konten dakwah Ustadz Adi Hidayat. Adapun kesamaan penelitian oleh Sayyidah dkk dengan penulis, yaitu pada metode penelitian yang digunakan, yaitu keduanya menggunakan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian mereka.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Hamdan dan Mahmudin tahun 2021 Universitas Al Asyariah Mandar dan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul *Youtube Sebagai Media Dakwah*.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap penggunaan media *Youtube* sebagai media

---

<sup>9</sup> Sayyidah dkk, *Program Dakwah Pada “Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official” Perspektif Audiences*, (Jakarta: Qaulan, 2023).

<sup>10</sup> Hamdan dan Mahmudin, *Youtube Sebagai Media Dakwah*, (Makassar: Jurnal Palita, 2021).

dakwah dengan inti pembahasannya adalah terkait dengan adanya keterkaitan media *Youtube* dengan pelaksanaan dakwah, untuk menemukan bahwa *Youtube* dapat dijadikan sebagai media dakwah serta untuk mengetahui model dakwah yang dilaksanakan di media *Youtube*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Youtube* dan dakwah memiliki keterkaitan yang kuat, karena memiliki sasaran, segmentasi khalayak, dan kebutuhan yang sama. Program dakwah via *Youtube* memiliki prospek yang menjanjikan, baik dari segi efektivitas maupun ekonomi. Terdapat beberapa model dakwah di *Youtube*, yang dapat disesuaikan dengan target audiens dan tujuan dakwah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamdan dan Mahmudin yaitu terletak pada batasan penelitiannya, yaitu penelitian ini memiliki batasan pada pola penyebaran konten dakwah kepada masyarakat, sementara Hamdan dan Mahmudin membatasi penelitiannya pada keterkaitan media *Youtube* dengan pelaksanaan dakwah. Adapun persamaan penelitian ini yaitu keduanya menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif analitis.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nurun Nisaa Baihaqi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2021 dengan judul *Masuklah dalam Islam Secara Kāffah: Analisis atas Tafsir Q 2: 208 dalam Ceramah Ustadz Adi Hidayat di Youtube*.<sup>11</sup> Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan kecenderungan penafsiran atas makna Islam kaffah yang dilakukan oleh Adi Hidayat di media *Youtube*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kajian Islam Kāffah masih terbuka untuk penelitian lebih lanjut, termasuk kajian

---

<sup>11</sup> Nurun Nisaa Baihaqi, *Masuklah dalam Islam Secara Kāffah: Analisis atas Tafsir Q 2: 208 dalam Ceramah Ustadz Adi Hidayat di Youtube*, (Yogyakarta: Contemporary Quran, 2021).

terhadap responsi para jama'ah terhadap ceramah Ustadz di berbagai media elektronik seperti *Youtube*. Kajian digital seperti ini sangat menarik dan bermanfaat, karena dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang pemahaman Islam Kāffah di masyarakat. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian oleh Nurun Nisa Baihaqi yaitu terletak pada konten yang dianalisis. Penelitian ini menganalisis konten ceramah Adi Hidayat secara bebas, sementara penelitian dari Nurun Nisa Baihaqi menganalisis konten tentang islam kaffah. Adapun persamaan kedua penelitian ini, yaitu keduanya menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara analisis literatur dan tayangan konten ceramah Adi Hidayat di channel *Youtube*.

## **B. Tinjauan Teori**

Tahap mengumpulkan data dibutuhkan sebuah teori untuk memudahkan peneliti dalam menguraikan data. Teori sendiri dapat digunakan dalam mengarahkan peneliti dalam memilih dan mengumpulkan data, dengan demikian peneliti telah memilih dua teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu *teori Media Sosial Kaplan dan Haenlein* dan teori *Uses and Gratification*

### **1. Teori Media Sosial Kaplan dan Haenlein**

Teori media sosial menurut Kaplan dan Haenlein dikenal sebagai Teori Media Sosial Dua Arus" (*Two-Step Flow Theory of Social Media*). Teori ini pertama kali diajukan oleh Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz pada tahun 1955 dalam konteks media massa konvensional. Kemudian, Kaplan dan Haenlein mengadaptasi teori ini untuk media sosial modern pada tahun 2010. Teori ini

menjelaskan bagaimana informasi dan opini tersebar dalam masyarakat melalui media sosial. Adapun konsep dari teori media sosial Kaplan dan Haenlein sebagai berikut<sup>12</sup>:

a. Influencer (Pengaruh Pertama)

Dalam teori ini, influencer atau pengaruh pertama merujuk pada individu yang memiliki pengetahuan atau otoritas dalam suatu bidang tertentu. Mereka aktif dalam media sosial dan memiliki pengikut yang signifikan. Influencer ini adalah orang yang menerima informasi dari sumber-sumber luar dan memprosesnya. Mereka kemudian membagikan informasi dan opini mereka melalui media sosial kepada pengikut mereka.

b. Pengikut (Followers)

Pengikut adalah individu yang mengikuti influencer dan menerima informasi yang dibagikan oleh mereka. Mereka menganggap influencer sebagai sumber yang terpercaya dan relevan. Dalam teori ini, pengikut mungkin tidak memiliki akses langsung ke sumber informasi asli, sehingga mereka bergantung pada influencer sebagai perantara.

c. Efek Dua Arus

Teori ini menggambarkan bagaimana informasi mengalir dalam dua arah. Pertama, informasi bergerak dari sumber asli ke influencer (pengaruh pertama). Kemudian, influencer berfungsi sebagai penyaring dan penghubung informasi, menyampaikannya kepada pengikut mereka. Pengikut juga dapat berinteraksi dengan influencer dan sesama pengikut, menghasilkan diskusi dan interaksi yang lebih lanjut.

---

<sup>12</sup> Rulli Nasrullah, “*Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*”, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 14.

Teori ini menggambarkan bagaimana media sosial memungkinkan penyebaran informasi dan opini melalui jaringan yang luas, dengan pengaruh pertama (influencer) memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan kepada pengikut mereka. Ini juga menyoroti pentingnya pengaruh pribadi dalam membentuk pandangan dan sikap individu terhadap berbagai topik. Klasifikasi yang disusun oleh Kaplan dan Haenlein ini memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami ciri-ciri utama dari media sosial dan bagaimana platform-platform ini memengaruhi interaksi sosial, berbagi informasi, dan terbentuknya komunitas online. Dengan melihat ke enam kriteria ini, kita dapat mengenali peran dan dampak media sosial dalam budaya dan masyarakat kontemporer.

Adapun keterkaitan antara teori ini dengan penelitian ini yaitu dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh dan peran media sosial, khususnya dalam upaya penyebaran pesan dakwah di era digital. Dalam konteks konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Youtube*, teori ini menyoroti bagaimana audiens secara aktif terlibat dalam proses memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berdakwah. Pengguna *Youtube* dapat berkontribusi dalam bentuk komentar, berbagi konten, serta mengajukan pertanyaan yang kemudian bisa dijawab oleh Ustadz Adi Hidayat dalam video selanjutnya. Ini menciptakan ikatan yang kuat antara Ustadz Adi Hidayat dan pengikutnya, menciptakan komunitas yang berinteraksi secara langsung.

Dalam teori ini, pertukaran informasi diakui sebagai elemen sentral dalam media sosial. Pada platform *Youtube*, dakwah Ustadz Adi Hidayat memberikan

akses cepat dan mudah terhadap pemahaman agama Islam yang mendalam. Melalui konten-konten ini, informasi agama disampaikan secara jelas dan mudah dipahami, memberikan pemirsa akses langsung ke sumber pengetahuan yang dapat meningkatkan pemahaman mereka. Teori ini menekankan bahwa media sosial dapat mengambil berbagai bentuk dan jenis konten. Dalam hal ini, konten video dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Youtube* dapat mencakup kajian agama, ceramah, tanya jawab, dan diskusi interaktif. Dengan demikian, konten tersebut tidak hanya mengedukasi, tetapi juga memberikan ruang bagi audiens untuk terlibat dalam proses diskusi dan refleksi.

## 2. Teori Uses and Gratification

Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (*Uses and Gratification Theory*) adalah salah satu teori komunikasi Dimana titik berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Teori ini cenderung melihat mengapa pemirsa tersebut memilih media yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan media untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu.<sup>13</sup> Dengan kata lain, sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa pemirsa memilih media tersebut dan pada waktu apa media tersebut dipilih dan digunakan.

Teori *Uses and Gratification* mulai berkembang pada tahun 1940, yakni Ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatar belakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka

---

<sup>13</sup> Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>.



meneliti siaran radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program yang disiarkan seperti kuis dan serial drama radio. Kepuasan apa yang diperoleh sehingga mereka senang mendengarkan program tersebut. Herzog dipandang sebagai orang pertama yang mengawali riset penggunaan dan kepuasan. Ia mencoba mengelompokkan berbagai alasan mengapa orang memilih mengkonsumsi surat kabar dari pada radio. Ia mempelajari peran keinginan dan kebutuhan audines terhadap pilihan media.

Herbet Blumer dan Elihu Kats dalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini. Teori *Uses and Gratification* ini diperkenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.<sup>14</sup>

Artinya, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, dalam teori *Uses and Gratification* ini diasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif dalam memilih media untuk memusakan kebutuhannya. Teori *Uses and Gratification* menekankan bahwa audines itu aktif dalam memilih media mana yang harus dipilih untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi didalam melihat media. Manusia dianggap memiliki otonomi atau wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Elihu katz percaya bahwa tidak hanya satu jalan bagi

---

<sup>14</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002).



khlayak untuk menggunakan media dan sebaliknya keduanya percaya bahwa ada banyak alasan khlayak untuk menggunakan media. Permasalahan utama dalam teori *Uses and Gratification* bukan bagaimana media mengubah sikap dan perilaku kahlayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khlayaknya. Jadi babotnya adalah pada kahlayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Intinya individu menjadi penentu dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>15</sup>

Teori *Uses and Gratification* memfokuskan perhatian kepada audines sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audines dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif dan diskriminatif. Audines dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Teori *Uses and Gratification* digambarkan sebagai *a dramatic break with tradition of the past*, suatu loncatan dramatis dari model jarum hidrodermik, teori ini tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khlayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena pengguna media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis.<sup>16</sup>

Lebih jelasnya riset teori *Uses and Gratification* bermula dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khlayak. Inti dari teori *Uses and Gratification*

---

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy.hal 65

<sup>16</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005).

adalah khlayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khlayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan kahlayak akan terpenuhi. Oleh karena itu, media yang mampu memenuhi kebutuhan khlayak akan disebut sebagai media yang efektif.

Ada beberapa asumsi-asumsi dasar teori *Uses and Gratification* menurut Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevich. Asumsi-asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kahlayak dianggap aktif, maksudnya Sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemenuhan kebutuhan media terletak pada anggota khlayak.
3. Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari ringtangan kebutuhan manusia yang lebih luas.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khlayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa disimpulkan dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu oleh orientasi khlayak.

Teori *Uses and Gratification* telah mengubah fokus penelitian dari kegunaan komunikasi dan perspektif media, kepada kegunaan komunikasi dari perspektif khalayak. Sebagai contoh, masyarakat menaruh perhatian pada peranan televisi dalam menanamkan mentalitas Pembangunan, sehingga masyarakat bersedia meminjam uang untuk satelit komunikasi. Semuanya didasarkan pada asumsi bahwa komunikasi massa menimbulkan efek pada diri khalayaknya. Pentingnya pendekatan *Uses and Gratification*: bahwa orang-orang berbeda pendapat menggunakan pedan komunikasi massa yang sama untuk tujuan berbeda.

Teori *Uses and Gratification* dimulai di lingkungan sosial dengan fokus kebutuhan khalayak. Lingkungan sosial meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri keperibadian. Kebutuhan individual dikategorisasikan sebagai berikut:

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan an pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada Hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. *Personal intergrative needs* (kebutuhan peribadi secara integratif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari Hasrat akan harga diri.

4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-al tersebut didasarkan pada Hasrat untuk berafiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan Hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhn akan hiburan. Keaktifan khlayak dalam kehidupan sehari-hari, terlihat dari mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhanya yakni melalui penggunaan media seperti membaca surat kabar yang mereka sukai, menonton acara televisi, atau mendengarkan music favoritnya, dan lain-lain.

### C. Kerangka Konseptual

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam penafsiran dari pembaca maka peneliti menguraikan tinjauan konseptual dengan menjabarkan inti pokok dalam penelitian sebagai berikut:

#### 1. Dakwah

Dakwah adalah istilah dalam Islam yang merujuk pada upaya menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada orang lain dengan tujuan untuk memperkenalkan agama Islam, mengajak orang lain untuk memahami dan mengikuti ajaran Islam, serta memperbaiki perilaku dan kehidupan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dakwah merupakan salah satu tugas penting dalam ajaran Islam, dan dakwah dapat dilakukan oleh individu-individu Muslim sebagai bentuk ibadah. Dakwah melibatkan penyampaian

ajaran Islam kepada individu atau kelompok lain. Ini mencakup ajaran-ajaran dasar Islam seperti tauhid (keyakinan kepada Allah yang Esa), akhlak (moral dan etika), ibadah (ritual keagamaan), dan hukum-hukum Islam<sup>17</sup>.

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab yang beraarti panggilan, ajakan, atau seruan. Dalam Ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk sebagai “isim mashdar”. Kata ini berasal dari “il” “da’a-yad’u” artinya memanggil mengajak atau menyeru. Arti kata dakwah seperti ini sering di jumpai atau dipergunakan dalam ayat-ayat Al-Qur’an seperti pada Q.S Al-Baqarah/2: 23.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّمَّنْ مِثْلِهِ  
وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Terjemahannya :

“Jika kamu (tetap) dalam keraguan tentang apa (Al-Qur’an) yang kami turunkan kepada hamba kami (Nabi Muhammad), buatlah satu surah yang semisal dengannya dan ajaklah penolong-penolongmu selain Allah, jika kamu orang-orang yang benar.”<sup>18</sup>

Berdakwah bukanlah komunikasi semata, melainkan sebuah komunikasi yang khas. Itulah yang membedakan berdakwah dengan komunikasi biasa. Kegiatan berdakwah pada masyarakat merupakan kegiatan interaksi yang terjadi antara pendakwah dengan pendengar untuk membahas suatu hal yang

<sup>17</sup> Wahidin Saputra, “Pengantar Ilmu Dakwah”, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), h.2.

<sup>18</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur’an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan* (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur’an*, 2019), h.2.

bermanfaat bagi masyarakat. Kegiatan berdakwah cenderung menyesuaikan situasi pembicaraan dengan fenomena yang sedang terjadi pada masyarakat sehingga masyarakat dapat dengan mudah memahami tuturan yang disampaikan penutur atau pembicara. Setiap pendakwah memiliki gaya bertutur yang khas. Sehingga mempermudah pendengar dalam menangkap maksud yang dipaparkan oleh penceramah<sup>19</sup>.

Dakwah juga mencakup ajakan untuk mengikuti ajaran Islam dan peringatan tentang akibat buruk dari tindakan yang bertentangan dengan ajaran Islam. Tujuannya adalah untuk membimbing orang lain menuju jalan yang benar menurut pandangan Islam. Dakwah seringkali membutuhkan kesabaran dan kehati-hatian. Dakwah mungkin tidak selalu menghasilkan perubahan seketika pada individu yang diajak, dan pendakwah perlu bersikap sabar dalam menghadapi reaksi dan pandangan yang beragam. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui contoh yang baik. Seorang Muslim diharapkan untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam, sehingga orang lain dapat melihat nilai-nilai positif dalam agama tersebut.

Dalam praktiknya, seringkali dakwah dilakukan dengan menggunakan tiga metode dakwah, tergantung pada situasi dan pendekatan yang dianggap paling efektif untuk masyarakat atau individu yang dituju. Tujuan utama dari dakwah adalah untuk menyebarkan ajaran Islam, menjelaskan nilai-nilai dan prinsip-prinsipnya, dan membantu orang-orang memahami agama tersebut. Ketiga metode

---

<sup>19</sup> Ahmad Midani, “Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah”, (Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol 6, No 1, 2022), h 54.

dakwah yang dimaksud, yaitu: a) *Bil-Lisan*, b) *Bil-Hal*, dan c) *Bil-Kalam*. Adapaun penjelasan dari ketiga metode tersebut sebagai berikut:

a. Metode *Bil-Lisan*

Dakwah bil-lisan adalah metode dakwah yang dilakukan melalui komunikasi lisan, seperti ceramah, khotbah, atau dialog. Berbeda dengan dakwah *bil-kalam* dan *bil-hal*, dakwah *bil-lisan* lebih menekankan aspek kecakapan berbicara untuk menarik perhatian mad'u sehingga mereka mau mengamalkan ajaran yang disampaikan oleh da'i. Dakwah *bil-lisan* termasuk dalam kategori dakwah mauidzah hasanah.<sup>20</sup>

b. Metode *Bil-Hal*

Dakwah *bil-hal* adalah tindakan nyata yang mencakup keteladanan, pembangunan masyarakat, penataan manajemen, atau aktivitas seni yang bernuansa Islam. Dalam praktiknya, dakwah *bil-hal* tidak semudah dakwah *bil-lisan*, karena memerlukan pelaku yang terampil, tekun, dan berdedikasi tinggi. Kualifikasi seperti ini tidak mudah ditemukan. Meskipun demikian, solusi untuk kesulitan tersebut adalah melalui kerja sama antara berbagai instansi yang dapat meningkatkan kesadaran umat tentang pentingnya nilai-nilai agama dalam kehidupan manusia.<sup>21</sup>

c. Metode *Bil-Kalam*

Dakwah bil-kalam, yang secara bahasa mengacu pada firman Allah SWT dalam QS. Al-Qalam ayat 1 yang menyebut "*qolam*" (pensil atau pena), adalah bentuk dakwah melalui tulisan yang dipublikasikan di media massa.

---

<sup>20</sup> Zuhdi, Ahmad, "*Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*", (Bandung: Alfabeta, 2016), h 59.

<sup>21</sup> Puteh, M. Jakfar, "*Dakwah Di Era Globalisasi Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*", (Yogyakarta: AK Group, 2006), h 86.

Keunggulan dakwah *bil-kalam* dibandingkan dengan dakwah lainnya terletak pada jangkauan massa yang lebih luas daripada dakwah *bil-lisan* dan dakwah *bil-hal*. Dakwah *bil-kalam* dapat dilakukan melalui berbagai media seperti buku, koran, majalah, internet, dan media sosial.<sup>22</sup>

Komunikasi dakwah bukan hanya proses pengiriman pesan dakwah dari seseorang kepada orang lain. Ini melibatkan berbagai upaya, metode, teknik, dan keterampilan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada umat atau masyarakat luas. Tujuannya adalah agar mad'u dapat memahami, menerima, dan mengamalkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Dalam praktik berdakwah, para da'i atau mubalig sering kali menggunakan kemampuan yang mereka miliki. Dakwah *bil-lisan* sering kali menjadi satu-satunya cara yang mereka gunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama untuk dijadikan pedoman dalam kehidupan.<sup>23</sup>

Pesan dalam komunikasi dakwah merujuk pada semua yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Dalam konteks komunikasi, pesan juga dikenal sebagai isi pesan atau informasi. Pesan merupakan ide atau gagasan yang diungkapkan dalam bentuk simbol, kata-kata, atau bahasa, yang kemudian disebarkan dan diterima oleh komunikator. Pesan dakwah mencakup segala hal yang disampaikan dalam kegiatan dakwah, menggambarkan konsep dakwah melalui kata-kata, simbol, atau perilaku.

---

<sup>22</sup> Asep Syamsul M. Romli, "*Jurnalistik Dakwah*", (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003), h 21.

<sup>23</sup> Sayyidah, Muhamad Afdoli Ramadoni, dan Andi Faisal Bakti, "*Program Dakwah Pada Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official Perspektif Audiences*", (Jurnal Komunikasi dan Penyebaran Islam, Vol 4, No 1, 2023), h 59.



Pesan dakwah sangat berkaitan dengan makna yang dipersepsikan atau diterima oleh mad'u, yaitu orang yang menjadi objek dakwah.<sup>24</sup>

Dakwah menjadi bagian penting dari kehidupan seorang Muslim yang bertujuan untuk menyebarkan pesan kebaikan dan kebenaran Islam kepada orang lain. Ini adalah salah satu cara bagi umat Islam untuk berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang lebih baik dan penuh nilai-nilai moral sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah harus dilakukan dengan sikap yang toleran dan adil. Ini berarti menghormati pandangan dan kebebasan beragama orang lain, serta tidak menggunakan tekanan atau kekerasan dalam upaya dakwah. Metode dakwah dapat beragam, termasuk berbicara, menulis, memberikan ceramah, serta menggunakan media sosial salah satunya dengan memanfaatkan media *Youtube*.

## 2. Respon

Respon adalah respons atau tanggapan, yang mengacu pada cara seseorang menerima atau menolak pesan yang disampaikan oleh komunikator, serta sikap acuh tak acuh terhadap pesan tersebut. Menurut definisi Harvey dan Smith, respon adalah kesiapan seseorang untuk menentukan sikap, baik dalam bentuk positif maupun negatif, terhadap objek atau situasi yang diperlakukan. Dapat disimpulkan bahwa respon sama halnya dengan tanggapan.<sup>25</sup> Oleh karena itu, penulis akan menguraikan beberapa pendapat mengenai pengertian tanggapan sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> Abdul Basit, "*Filsafat Dakwah*", (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), h 141.

<sup>25</sup> Nur Sabilah Rahmi, Sulaeman Masnan, and Radhi Al-mardhi, "Stimulus Guru Dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Kelas X Di SMKS Muhammadiyah Bungoro Kabupaten Pangkep" 2, no. 6 (2023): 4463–67.

1. Menurut Djalaluddin Rahmat, Respon adalah aktivitas dari suatu organisme yang tidak hanya terbatas pada gerakan positif; setiap jenis aktivitas yang dipicu oleh suatu rangsangan dapat dianggap sebagai respon.<sup>26</sup>
2. M. Alisuf Sabri, Tanggapan adalah gambaran atau impresi dari apa yang pernah kita amati atau kenal sebelumnya.

Secara umum, respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapatkan dari pengamatan terhadap subjek, peristiwa, atau hubungan-hubungan, yang diperoleh melalui proses menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan yang diterima.<sup>27</sup>

*Followers* atau *subscriber* adalah orang-orang yang menjadi penggemar setia dan selalu menantikan video terbaru dari *channel-channel Youtuber* yang mereka ikuti. *Subscriber* memiliki peran penting dalam kesuksesan para *Youtuber* karena mereka cenderung lebih aktif menonton konten dari channel tersebut dibandingkan dengan penonton yang tidak mengikuti secara resmi.<sup>28</sup>

### 3. Media sosial

Media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, *Youtube*, dan platform lainnya memiliki

---

<sup>26</sup> Dedi & Achmad Hidir Kurniawan, "Respon Orangtua Terhadap Sistem Daring (Dalam Jaringan) Di Sd Muhammadiyah Iv Pekanbaru," *Technology Acceptance Model* 3, no. 2 (2022): 58–66, <http://www.tjybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.

<sup>27</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, ed. Tjun Surjaman (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

<sup>28</sup> Achwan Noorlistyo Adi, Jenny Ratna Suminar, and Nuryah Asri Sjafrinah, "Makna Subscriber Bagi *Youtuber* Kota Bandung," *Communication* 10, no. 2 (2019): 142, <https://doi.org/10.36080/comm.v10i2.894>.

basis pengguna yang sangat besar di seluruh dunia. Ini memberikan kemudahan akses yang belum pernah ada sebelumnya dalam menyebarkan pesan dakwah kepada banyak orang dalam waktu yang relatif singkat. Dakwah di media sosial tidak terbatas pada teks saja, melainkan menggunakan gambar, video, audio, animasi, dan berbagai jenis konten multimedia lainnya untuk menyampaikan pesan dakwah. Ini memungkinkan lebih banyak cara untuk menarik perhatian dan berinteraksi dengan audiens.

Media sosial membagi penggunaannya berdasarkan berbagai kriteria seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama, dan latar belakang. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (*followers*) memungkinkan penyampaian pesan singkat melalui komentar. Hal ini memungkinkan mereka untuk menunjukkan eksistensi mereka dengan dampak yang besar dari dakwah di media sosial, yang dapat memicu berbagai faktor positif dan negatif. Salah satu dampak positif dari dakwah menggunakan media sosial adalah kemudahan akses *followers* terhadap informasi dakwah terbaru di mana pun dan kapan pun. Di sisi lain, dampak negatifnya adalah media dakwah ini sering dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan permusuhan, kekerasan, dan pesan negatif lainnya.<sup>29</sup>

Media sosial memungkinkan dakwah mencapai audiens yang lebih luas dan global. Pesan-pesan Islam dapat diakses oleh orang dari berbagai negara dan budaya, memungkinkan penyebaran ajaran Islam ke seluruh dunia tanpa batasan geografis. Dengan smartphone dan koneksi internet yang semakin mudah diakses, siapa pun dapat dengan mudah mengakses konten dakwah di

---

<sup>29</sup> Adi Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital”, (Jurnal Islam Nusantara, Vol 3, No 1, 2019), h 341.

media sosial. Ini membuat dakwah lebih terjangkau dan tidak terbatas oleh waktu atau lokasi tertentu. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara pendakwah dan audiensnya melalui komentar, pesan pribadi, atau sesi tanya jawab. Ini memberikan kesempatan bagi audiens untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi tentang ajaran Islam.

Saat ini, sarana komunikasi sangat mudah dimanfaatkan untuk meraih pahala. Dengan menggunakan smartphone kecil, seseorang bisa mengirim pesan singkat berisi nasihat yang menyentuh hati kepada kerabat atau sahabat, dan meraih pahala. Nasihat tersebut bisa diambil dari bacaan buku atau dari seorang ustadz, kemudian direshare ke kontak lainnya. Nasihat sederhana seperti ajakan shalat, penjelasan keutamaan suatu amalan, ajakan puasa sunnah, penjelasan hukum Islam, atau peringatan tentang bahaya amalan menyimpang dan amalan tanpa dasar, bisa menjadi pesan dakwah sederhana. Namun, melalui pesan-pesan ini, pengguna smartphone bisa meraih pahala dari orang-orang yang mengikuti ajakan tersebut.<sup>30</sup>

Media sosial memungkinkan individu untuk menjadi pendakwah tanpa perlu struktur formal atau institusi agama. Setiap Muslim dapat berkontribusi dengan cara mereka sendiri dalam menyebarkan pesan agama Islam. Berbagai platform media sosial memungkinkan penyesuaian target audiens berdasarkan faktor-faktor seperti usia, minat, dan lokasi. Ini memungkinkan para pendakwah untuk menargetkan pesan mereka kepada kelompok tertentu yang ingin mereka sasar. Media sosial memungkinkan para pendakwah untuk

---

<sup>30</sup> Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni, “Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3SAFA)”, (MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 2, No 1, 2019), h 24.

melacak dan mengukur dampak kampanye dakwah mereka. Mereka dapat melihat sejauh mana pesan mereka mencapai audiens dan bagaimana audiens bereaksi terhadapnya.

Pendidikan Islam perlu disampaikan dengan mengikuti *tren* yang sedang berkembang, sehingga memerlukan metode-metode khusus agar dakwah dapat diakses oleh semua kalangan, di mana pun dan kapan pun. Internet merupakan sarana yang praktis karena hampir semua lapisan masyarakat menggunakannya. Oleh karena itu, internet dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang lebih luas agar misi pendidikan yang disampaikan melalui dakwah bisa mencapai khalayak umum. Mengingat tingginya penggunaan internet dan media sosial, penyebaran kebaikan (berdakwah) akan sangat efektif jika menggunakan internet sebagai sarana atau media. Media sosial sangat menguntungkan bagi khalayak luas dalam menyebarkan pesan-pesan kebaikan.<sup>31</sup>

Konten yang menarik dan relevan dengan isu-isu aktual atau masalah yang sedang trending di media sosial dapat menjadi viral dengan cepat. Ini berarti pesan dakwah dapat menyebar luas ke berbagai kalangan dengan cepat. Pendakwah dapat bekerja sama dengan individu atau kelompok lain yang memiliki pengikut besar di media sosial untuk meningkatkan jangkauan pesan dakwah.

Pesan dakwah yang diposting di media sosial tetap dapat diakses dan beredar dalam jangka waktu yang lama. Ini berbeda dengan dakwah lisan yang mungkin terbatas pada satu waktu dan tempat tertentu. Namun, penting

---

<sup>31</sup> Eko Sumadi, “*Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*”. (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol 1, No 1, 2018), h 175.

untuk diingat bahwa ada juga risiko penyebaran informasi yang salah atau radikalisasi. Oleh karena itu, para pendakwah juga memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan yang benar, toleran, dan positif tentang Islam serta memerangi ekstremisme dan intoleransi.

#### 4. *Youtube* sebagai media dakwah

Konten dakwah di *Youtube* adalah bentuk dakwah yang disampaikan melalui platform video online populer, *Youtube*. Konten ini sering dibuat oleh para penceramah, ulama, aktivis, atau individu Muslim lainnya dengan tujuan untuk menyebarkan pesan agama Islam, memberikan edukasi agama, atau memberikan inspirasi spiritual kepada audiens mereka. Konten dakwah di *Youtube* telah menjadi salah satu cara yang efektif untuk mencapai audiens global dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang Islam. Namun, seperti dalam semua media, penting untuk mengonsumsi konten dari sumber yang tepercaya dan berkualitas, serta selalu berhati-hati terhadap konten yang merusak dan intoleran.

*Youtube* memberikan peluang bagi para penggunanya untuk membuat konten sendiri. Era milenial saat ini dakwah secara dinamis merambah ke dunia *online* dengan mengikuti kebutuhan masyarakat, salah satunya ialah melalui *Youtube*. Kegiatan dakwah merupakan aktivitas mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar (*amar ma'ruf nahi munkar*) untuk mendekatkan diri kepada Tuhan sejalan dengan petunjuk Allah dalam Q.S. An-Nahl/16 :125 bahwa ajakan kepada Tuhan itu dilakukan *bil hikmah, mau'idhah hasanah, mujdalah billati hiya ahsan*.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِآيَاتِي هِيَ  
 أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
 بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahannya :

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”<sup>32</sup>

Konten dakwah di *Youtube* mencakup beragam topik terkait Islam. Ini bisa termasuk tafsir Al-Quran, hadis, hukum Islam (fiqih), akhlak dan moral, sejarah Islam, kisah-kisah nabi, doa-doa, dan banyak topik lainnya. Konten ini dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan spiritual dan intelektual audiens. Konten dakwah di *Youtube* dapat hadir dalam berbagai format, seperti ceramah, kuliah, wawancara, cerita motivasi, animasi pendidikan, dan video singkat. Beberapa video mungkin juga mencakup rekaman perjalanan ke tempat-tempat bersejarah atau refleksi pribadi tentang pengalaman keagamaan.

Ada tiga alasan mengapa *Youtube* lebih populer dibandingkan media sosial lainnya. Pertama, *Youtube* tetap menjadi platform video terbaik dibandingkan dengan kanal video lainnya seperti Vimeo dan media sosial lain seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Snapchat, yang meskipun menyediakan fitur unggah video, tidak menjadikan video sebagai inti aplikasi

<sup>32</sup> Departemen Agama R.I, AL-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), h.267.



mereka. Kedua, para *Youtuber* berkreasi dengan membuat video dari berbagai aspek kehidupan, yang memberikan informasi, pembelajaran, dan hiburan bagi para penonton. Ketiga, *Youtube* membuka peluang yang luas bagi setiap orang untuk berpartisipasi dan berkarya.<sup>33</sup>

Banyak ulama terkemuka, cendekiawan Islam, dan penceramah terkenal membuat saluran *Youtube* mereka sendiri untuk menyampaikan dakwah. Mereka menggunakan pengetahuan mereka untuk menjelaskan dan menguraikan konsep-konsep agama secara mendalam. *Youtube* memungkinkan pendakwah untuk menggunakan multimedia, seperti gambar, grafik, animasi, dan musik, untuk memperkaya pengalaman tontonan dan menjelaskan konsep agama dengan lebih jelas. Banyak saluran dakwah di *Youtube* memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan penceramah melalui komentar, tanya jawab langsung dalam siaran langsung, atau melalui media sosial. Ini memungkinkan pendakwah untuk menjawab pertanyaan dan memberikan klarifikasi kepada audiens.

*Platform Youtube*, dengan berbagai karakteristik dan kelebihan dibandingkan dengan media sosial lain, menjadi salah satu media yang sangat efektif untuk menyebarkan video dengan maksud dan tujuan tertentu, baik positif maupun negatif. Karena fungsionalitas tersebut, *Youtube* dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif, variatif, dan inovatif. Banyak akun *Youtube* yang secara eksplisit maupun implisit memproduksi,

---

<sup>33</sup> Deddy Corbuzier, “*Youtuber for Dummies: Step by Step Belajar jadi Youtuber Sukses*”, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2018), h 32.



menyiarkan, dan menyebarkan video dengan tujuan menyampaikan pesan dakwah (maudu).<sup>34</sup>

#### 5. Profil Akun *Youtube* Adi Hidayat Official

Berkaitan dengan akun *Youtube* Adi Hidayat official, peneliti akan membahas tentang data deskriptif akun tersebut, yang mencakup profil akun Ustadz Adi Hidayat (pemilik akun). Pada bagian ini, akan memberikan gambaran singkat tentang profil pemilik akun Adi Hidayat Official.

Dr. (H.C.) Adi Hidayat, Lc., M.A. lahir di Pandeglang 11 september 1984. Dia mulai pendidikannya di TK Pertiwi Pandeglang pada tahun 1989 dan lulus sebagai siswa terbaik. Kemudian, dia melanjutkan pendidikan di SDN Karaton 3 Pandeglang hingga kelas III, sebelum pindah ke SDN 3 Pandeglang mulai kelas IV. Di kedua sekolah tersebut, dia juga meraih predikat sebagai siswa terbaik dan masuk ke dalam kelas unggulan yang mengumpulkan seluruh siswa terbaik tingkat dasar di Kabupaten Pandeglang. Dalam program tersebut, dia meraih peringkat pertama sebagai siswa teladan.

Selain bersekolah di SDN 3 Pandeglang, dia juga menempuh pendidikan di Madrasah Sanusiyyah Pandeglang. Dia menghadiri sekolah umum di pagi hari dan sekolah agama di siang hingga sore hari. Di madrasah ini, dia dikenal sebagai siswa berprestasi dan sering ditunjuk sebagai penceramah cilik dalam acara wisuda santri setiap tahunnya.<sup>35</sup>

Dia melanjutkan pendidikan Tsanawiyah dan Aliyah pada tahun 1997 di Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut. Pondok pesantren ini menggabungkan pendidikan agama dan umum, dan telah menghasilkan banyak alumni yang aktif di tingkat nasional maupun internasional. Di sini,

---

<sup>34</sup> Faisal Muzammil, “Moderasi Dakwah Di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di *Youtube*)”, (Jurnal Diklat Keagamaan, Vol 15, No 2, 2021), h 114.

<sup>35</sup> Quantum Akhyar Institue, “Profil Ustadz Adi Hidayat,” Quantum Akhyar Institue, 2021, <https://quantumakhyar.com/uah/>.

dia mendapatkan dasar utama dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, baik umum maupun agama. Salah satu guru utamanya adalah Buya KH. Maskun Asy-Syatibi, yang sangat berpengaruh dalam membentuk kecintaannya terhadap Al-Qur'an dan mendalami ilmu pengetahuan.

Selama masa pendidikannya, dia meraih banyak penghargaan di tingkat pondok, kabupaten Garut, bahkan provinsi Jawa Barat, terutama dalam bidang syarh Al-Qur'an. Pada saat dia berada di tingkat II Aliyah, dia menjadi utusan termuda dalam program Daurah Tadribiyah dari Universitas Islam Madinah di Pondok Pesantren Taruna Al-Qur'an Yogyakarta. Dia juga sering dilibatkan oleh pamannya, KH. Rafiuddin Akhyar, pendiri Dewan Dakwah Islam Indonesia di Banten, dalam misi dakwah di wilayah Banten. Dia lulus dengan predikat santri teladan dalam dua bidang sekaligus (agama dan umum) dan diundang untuk menyampaikan makalah ilmiah tentang konsep ESQ dalam Al-Qur'an di hadapan tokoh pendidikan M. Yunan Yusuf. Pada tahun 2003, dia mendapat undangan PMDK dari Fakultas Dirasat Islamiyah (FDI) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang bekerja sama dengan Universitas Al-Azhar Kairo. Dia diterima dan meraih gelar mahasiswa terbaik dalam program orientasi studi.

Pada tahun 2005, dia menerima undangan khusus untuk melanjutkan studi di Kuliyya Dakwah Islamiyyah Libya, meskipun meninggalkan program FDI dengan IPK 3,98 yang sangat baik. Di Libya beliau belajar secara intensif berbagai disiplin ilmu baik terkait dengan Al-Qur'an, Hadits, Fiqih, Ushul Fiqih, *Tarikh*, *Lughah*, dan lain sebagainya. Kecintaannya pada Al-Qur'an dan Hadits menjadikan beliau mengambil program khusus *lughah Arabiyyah wa Adabuha* demi memahami kedalaman makna dua sumber syariat ini. Selain pendidikan formal beliau juga bertalaqqi pada *masyayikh* bersanand baik di Libya maupun negara yang pernah dikunjunginya.

Beliau belajar Al-Qur'an pada Syaikh Dukkali Muhammad Al-Alim (Muqri Internasional), Syaikh Ali Al-Liiby (Imam Libya untuk Eropa), Syaikh Ali Ahmar Nigeria (riwayat warsy), Syaikh Ali Tanzania (riwayat Ad-Duri). Beliau juga belajar ilmu tajwid pada Syaikh Usamah (Libya). Adapun diantara guru tafsir beliau adalah Syaikh Tanthawi Jauhari (Grand Syaikh Al-Azhar) dan Dr. Bajiqni (Libya), sementara ilmu Hadits beliau pelajari dari Dr. Shiddiq Basyr Nashr (Libya). DALAM ilmu Fiqih dan Ushul Fiqih di antaranya beliau pelajari dari Syaikh Ar-Rabithi (Mufti Libya) dan Syaikh Wahban Az-Zuhaili (ulama Syiria).

Beliau mendalami ilmu *lughah* melalui Syaikh Abdul Lathif Asy-Syuwairi (pakar Bahasa dunia, anggota *majma'al-lughah*), Dr. Muhammad Djibran (pakar bahasa dan sastra), Dr. Abdullah Ustha (pakar *nahwu dan Sharaf*). Dr. Budairi Al-Azhari (pakar ilmu *Arudh*), dan juga *masyayikh* lainnya. Adapun ilmu Tarikh beliau pelajari di antaranya dari ustadz Ammar Al-Libiiy (sejarawan Libya). Selain para *masyayikh* tersebut, beliau juga aktif mengikuti seminar dan dialog Bersama para pakar dalam forum ulama dunia yang berlangsung di Libya.

Beliau telah menyelesaikan pendidikan Strata satu dan Pasca Sarjana di *The Islamic Call College* Tripoli, Libya. Beliau berhasil meraih gelar Magister Agama dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pada akhir tahun 2009, beliau di angkat menjadi *Aminul Khutaba*, ketua dewan khatib jami Dakwah Islamiyyah Tripoli yang berhak menentukan para khatib dan pengisi di masjid Dakwah Islamiyyah. Beliau juga aktif mengikuti dialog internasional Bersama para pakar lintas agama, mengisi berbagai seminar, termasuk acara *tsaqafah Islamiyyah* di *channel at-tawashul* TV Libya.

Awal tahun 2011 beliau Kembali Indonesia dan mengasuh pondok pesantren Al-Qur'an Al-Hikmah Lebak Bulus. Dua tahun kemudian beliau

berpindah ke Bekasi dan mendirikan Quantum Akhyar Institute, Yayasan yang bergerak dibidang studi islam dan pengembangan dakwah dan Channel *Youtube* Adi Hidayat Official yang di dirikan tiga tahun berikutnya.<sup>36</sup>

Kini, Ustadz Adi Hidayat aktif menjadi narasumber di berbagai kegiatan keagamaan seperti ta'lim dan seminar kemudian, beliau juga aktif dalam menyampaikan dakwahnya mengenai agama islam diberbagai tempat. Dimulai dari ustadz Adi Hidayat memanfaatkan media sosial dan platfrom digital untuk menyebarkan dakwahnya, hal ini memperluas jangkauan dakwahnya sehingga bisa diakses oleh umat islam di berbagai tempat, nama ustadz Adi Hidayat dikenal banyak masyarakat karena beliau aktif mengunggah video ceramah di media sosial dan menjadi perbincangan ramai di internet.

*Channel Youtube* Adi Hidayat Official merupakan kanal resmi dari ustadz Adi Hidayat, L.c., M.A yang didirikan pada 28 Februari 2019. Memiliki kumpulan video yang dapat diakses sejumlah 2,2 ribu video. Berisi kumpulan kajian keislaman dimulai dari pembahasan Kitab, Tafsir, amalan dakwah, Sejarah keislaman, Fiqih, tanya jawab dan lain sebagainya. Memiliki sejumlah 5,02 jt *Subscriber* aktif dari berbagai kalangan masyarakat umum.

Ceramah atau dakwahnya mengenai agama islam sangat berbobot sesuai dengan kapasitas dirinya sebagai pendakwa, beliau juga kalau menyampaikan dakwahnya sering menggunakan papan tulis seperti halnya guru sehingga yang mendengarkan sangat mudah untuk dipahami dan memiliki kemampuan menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, selain itu beliau juga hafal hadits-hadits beserta halamannya juga memberikan referensi dan sumber yang jelas. Ustadz Adi Hidayat juga menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari para jamaanya berdasarkan sesuai pandangannya melalui sesi tanya jawab melalui tulisan

---

<sup>36</sup> Quantum Akhyar Institue.

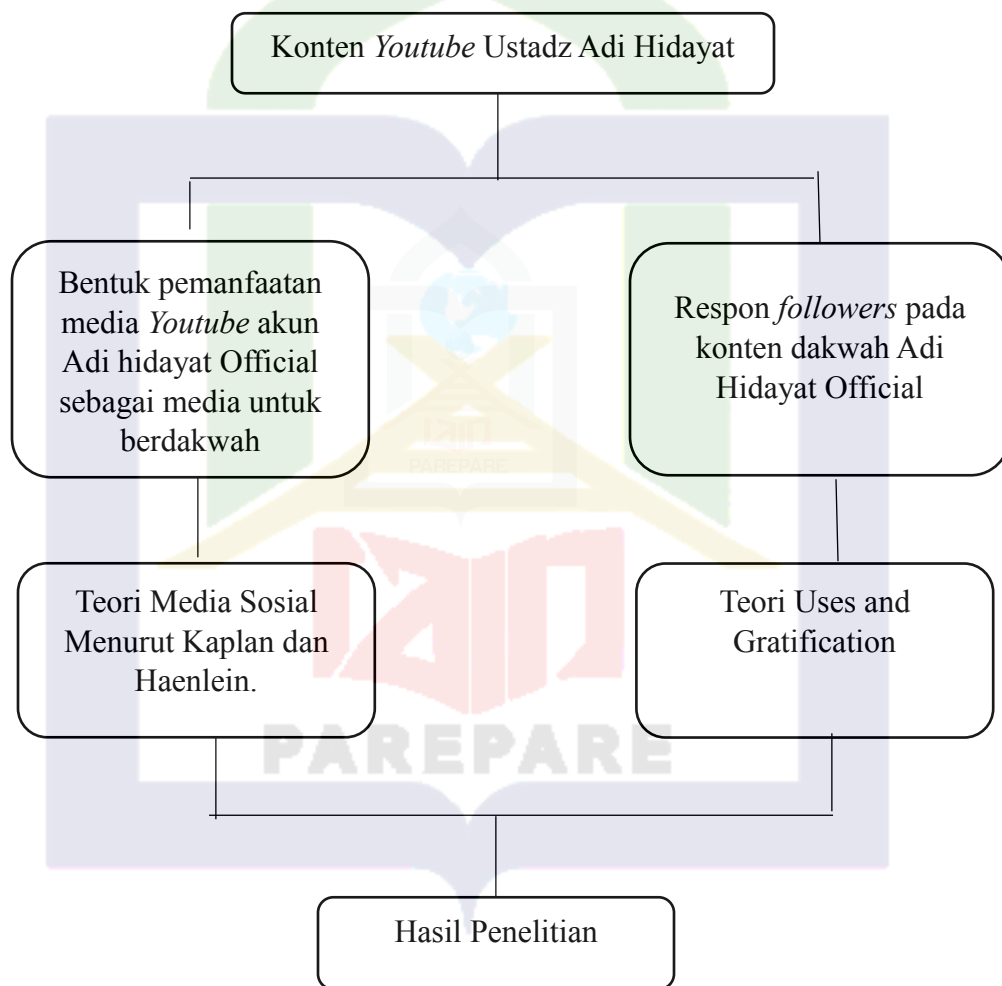
maupun video call. Ustadz Adi Hidayat merupakan pendakwah yang cerdas dan gaya yang sederhana membuat beliau disukai banyak orang atau masyarakat sehingga beliau banyak menerima undangan untuk melakukan dakwah.



#### D. Kerangka Pikir

Dalam memahami *Youtube* sebagai media dakwah pada akun *Youtube* Ustadz Adi Hidayat Official, maka peneliti menggunakan kerangka agar penelitian ini dapat terarah secara sistematis.

**Tabel 1**  
**Kerangka Pikir**



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Untuk penelitian ini, penulis akan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini tidak melakukan perhitungan angka-angka dalam prosesnya, tetapi menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau objek yang diamati. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang fakta berdasarkan objek atau fenomena yang diamati, dengan upaya mengungkapkan makna yang terkandung di balik fakta tersebut.<sup>37</sup>

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan cara lainnya dengan menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks yang alami, dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dalam konteks metode penelitian ini, peneliti harus memahami bahwa analisis isi adalah suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kualitatif.

Peneliti menentukan unit analisis sebagai objek yang akan dianalisis, yang dalam analisis isi bisa berupa teks, pesan, atau media yang digunakan. Dalam penelitian ini, unit analisis adalah respon followers terhadap dakwah Ustadz Adi Hidayat di akun *Youtube* Adi Hidayat Official. Secara umum, jenis analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif.

---

<sup>37</sup> Eko Murdiyanto, “*Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*”, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2019), h 19.

Berdasarkan uraian di atas tadi penulis atau peneliti akan melakukan pengamatan terhadap masalah yang ingin penulis teliti, yang tentunya sesuai dengan rumusan masalah penulis. Kegunaan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap ceramah yang disampaikan ustadz Adi Hidayat lewat akun *Youtube* yang di milikinya dlam menyebarkan dakwah diplatform media digital serta menganalisis bentuk pemanfaatan dakwah melalui media digital atau internet

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari jenis penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan data yang fakta dengan menggunakan teknik pendekatan analisis isi . Analisis isi ini sering digunakan peneliti dalam menganalisis sebuah video yang dapat memberi pengaruh terhadap khlayak dan berbagai kalagan masyarakat.

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Karena penelitian ini bersifat analilis, maka penelitian ini tidak memiliki lokasi penelitian yang tetap. Karena penulis harus menganalisis tayangan-tayangan atau menonton dan menyaksikan konten dakwah yang dibagikan tahun 2020 sampai 2022 pada akun *Youtube* Adi Hidayat Official. Adapun waktu penelitian ini penulis mengambil 30 hari untuk menyelesaikan penelitian ini.

### **C. Fokus Penelitian**

Agar penyusunan penelitian ini memiliki arah yang baik, maka perlu untuk memberikan batasan atau ruang lingkup penelitian. Batasan atau ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu memfokuskan pada *Youtube* sebagai media



dakwah akun Adi Hidayat Official konten dakwah . Penelitian ini mencoba menggali pola konsumsi *viewers* dalam merubah pola praktik keagamaan mereka.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif, karena data yang digunakan bukan data berupa angka, melainkan data analisis yang ada tersebut berasal dari komentar followers konten Ustad Adi Hidayat. Pada intinya data kualitatif memberikan gambaran mengenai kondisi seorang individu maupun kelompok yang dianggap mengalami sebuah permasalahan tertentu.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data adalah asal usul atau tempat di mana data atau informasi diperoleh. Sumber data dapat berasal dari respon atau tanggapan penonton pada akun *Youtube* Adi Hidayat Official.

Data primer merupakan data yang diperoleh penulis langsung dari sumbernya tanpa adanya perantara<sup>38</sup>. Dengan kata lain, data primer yang diperoleh penulis bersumber dari komentar pada konten *Youtube* dakwah Allah mencintai hijrahnya seorang hamba dalam bentuk video yang terdapat di channel *Youtube* Adi Hidayat Official.

---

<sup>38</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), h 137.

#### A. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada sebelumnya dan tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti atau pemakai data<sup>39</sup>. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari referensi-referensi seperti jurnal dari berbagai hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

#### E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Dalam penelitian kualitatif, penulis memainkan beberapa peran penting untuk mencapai tujuan penelitian. Penulis berperan sebagai pelaksana, pengumpul data, perencana, penafsir data, penganalisis, serta pelaporan hasil penelitian. Untuk mengumpulkan data, penulis melakukan observasi dengan menonton berbagai konten dakwah Ustadz Adi Hidayat yang tersedia di saluran *Youtube* miliknya. Selain itu, penulis juga mencari informasi dan dokumentasi terkait konten dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui *Youtube* dan internet.

#### F. Uji Keabsahan Data

Pengabsahan data adalah bentuk batasan terkait suatu kepastian, bahwa yang berukuran benar-benar termasuk variabel yang ingin diukur. Salah satu caranya ialah melalui proses triangulasi, yakni teknik pengecekan data melalui sesuatu yang ada di luar data sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun teknik triangulasi yang digunakan ialah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan cara mengecek ulang tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh dengan sumber yang berbeda.

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h 137

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengorganisir, mengolah, dan menginterpretasi data dalam rangka mendapatkan pemahaman yang lebih dalam atau menghasilkan informasi yang berguna<sup>40</sup>. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Menonton beberapa tayangan konten atau video dakwah Ustadz Adi Hidayat di channel *Youtube* Adi Hidayat untuk dilakukan analisis terkait pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah.
2. Melakukan studi kepustakaan seperti buku, jurnal, skripsi, dan literatur lainnya.
3. Melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil tontonan konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Youtube* dan studi kepustakaan.

---

<sup>40</sup> *Ibid*, h 207.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

*Youtube* merupakan platform video media sosial yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Sejak keberadaannya, *Youtube* telah berkembang menjadi platform yang menyajikan video tidak hanya kepada penikmatnya, tetapi juga kepada orang-orang yang membuat video yang dapat dibagikan di platform, *Youtube* tidak hanya memungkinkan pengguna untuk berbagi video, tetapi juga klip film, klip TV, dan musik. Awalnya, sebagian besar video yang didistribusikan di *Youtube* merupakan video pribadi (tidak dikelola oleh instansi).

*Youtube* menjadi pilihan utama bagi semua orang untuk mengakses berbagai konten. Keberadaan *Youtube* tidak hanya mendukung pembelajaran tetapi juga dakwah. Dibandingkan dengan platform lain, *Youtube* dianggap sebagai platform yang paling mudah untuk menonton video karena tidak ada batasan dalam mencari konten yang diinginkan.

Di era digital ini, kegiatan dakwah tidak lagi terbatas pada tempat-tempat seperti lapangan atau masjid, tetapi juga mulai merambah ke media digital seperti *Youtube*. Meskipun dakwah kini semakin banyak menggunakan media digital, namun metode-metode dalam berdakwah tetap harus diperhatikan, terutama karena dalam era digital ini dakwah dapat tersebar dengan cepat ke seluruh dunia.

*Youtube* digunakan oleh pengguna sebagai platform untuk menonton berbagai jenis konten video dan juga untuk melakukan siaran langsung. Namun, *Youtube* lebih mudah diakses, menawarkan lebih banyak konten video, dan berfungsi sebagai media untuk dakwah melalui video ceramah.

Seorang tokoh dakwah dari Indonesia, yang lahir di Pandeglang, Banten, adalah seorang mubaligh yang terkenal dengan kajian Islam bernama

Quantum Akhyar Institut, yang didirikan pada tahun 2013, serta Akhyar TV yang didirikan tiga tahun kemudian. Ustadz Adi Hidayat aktif sebagai narasumber keagamaan dan melakukan dakwah melalui saluran *Youtube* miliknya.

Ustad Adi Hidayat memiliki gaya yang unik dalam berdakwah. Meskipun tema yang dibahas sering kali sudah diangkat oleh pendakwah lain, Ustad Adi Hidayat memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan dakwahnya yang membuatnya terlihat istimewa. Salah satu ciri khas dari Ustad Adi Hidayat adalah cara dia menyampaikan ceramah dengan menggunakan papan tulis seperti seorang guru, serta membawa kitab dan menjelaskannya secara mendetail selama ceramah.

a. Profil akun Adi Hidayat Official



**Gambar 1. Profil Akun *Youtube* Adi Hidayat Official**

Berdasarkan pengamatan peneliti, Ustad Adi Hidayat hanya memiliki satu akun resmi yakni ah/adi hidayat official, beliau merupakan pendakwah yang sangat menguasai materinya bahkan beliau sampai hafal nomor hadis serta letak halaman suatu hadis atau ayat. Sampai saat ini memiliki 5,02 jt subscriber lebih dan telah mengunggah 2,2 ribu video. Hal ini tidak bisa

dipastikan, karena setiap harinya bisa berubah seiring berjalannya dari waktu ke waktu.

Pemanfaatan media sosial, khususnya *Youtube*, sebagai sarana dakwah semakin populer di kalangan pendakwah modern. Ustadz Adi Hidayat merupakan salah satu tokoh yang secara efektif menggunakan *Youtube* melalui akun Adi Hidayat Official untuk menyebarkan ajaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pemanfaatan *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official sebagai media dakwah.

Adi Hidayat secara efektif memanfaatkan *Youtube* untuk menyebarkan ajaran Islam melalui berbagai jenis konten seperti ceramah agama, kajian ilmiah, sesi tanya jawab, dan potongan video pendek. Ceramah dan kajian yang diunggah secara rutin mencakup topik-topik keislaman yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, disampaikan dengan gaya yang mudah dipahami dan didukung oleh dalil-dalil dari Al-Qur'an dan hadis.

Produksi video berkualitas tinggi dengan penggunaan kamera HD, audio jernih, dan editing profesional membuat konten menarik dan mudah diikuti. Adi Hidayat juga memanfaatkan fitur live streaming untuk berinteraksi secara langsung dengan penonton, memberikan kesempatan bagi audiens untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban real-time. Selain itu, respon aktif terhadap komentar di bawah video serta promosi konten melalui platform media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memperkuat keterlibatan audiens.

Studi menunjukkan bahwa Ustadz Adi Hidayat menggunakan prinsip komunikasi "Qaulan Sadida," yang berarti perkataan yang benar, tegas, jujur, dan lurus, tanpa berbelit-belit. Ini diterapkan secara konsisten dalam dakwahnya, memastikan pesan yang disampaikan mudah dipahami dan langsung ke intinya.

Selain itu, strategi dakwah yang dilakukan meliputi penggunaan gaya komunikasi yang interaktif dan edukatif, sehingga menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman audiens tentang ajaran Islam. Konten yang disajikan tidak hanya memberikan pengetahuan agama tetapi juga motivasi dan inspirasi untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

Dengan kemajuan dan dampak *Youtube* terhadap penontonnya, penggunaan televisi sebagai media dakwah menjadi sangat efektif. *Youtube* mampu menyajikan kerangka teknologi dan ekspresi kultural yang unik, serta mencerminkan kekuatan sosial, politik, dan ekonomi yang lebih luas. Sebagai media audio visual, *Youtube* memiliki daya persuasif yang tinggi karena penonton dapat melihat dan mendengar langsung gambar hidup dan suara dalam satu waktu. Bahkan, mereka dapat mengikuti liputan langsung dari peristiwa tabligh atau khutbah yang sedang berlangsung.

b. Bentuk konten dakwah pada akun Adi Hidayat Official

Tahap ini, Peneliti akan melakukan pembagian jenis konten dakwah yang telah *diupload* oleh akun Adi Hidayat Official dan akan di analisis oleh peneliti. Pada bulan juni 2019 berjudul Sumber rezeki dari Allah dan pada bulan Februari 2022 berjudul Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah, yang meliputi konten dakwah lisan. Selain itu, pada bagian ini akan dilakukan analisis pada konten dakwah tersebut di akun Adi Hidayat Official.

Table 3. Konten dakwah lisan pada akun *Youtube* Adi Hidayat Official

No	Judul video	View	Link video
1.	Sumber rezeki dari Allah	1,2M	<a href="https://youtu.be/MtNEQ3McF6U?si=hhn4ISJXwmY3GMYc">https://youtu.be/MtNEQ3McF6U?si=hhn4ISJXwmY3GMYc</a>
2.	Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah	1.3M	<a href="https://youtu.be/fL2aFp7RK5E?si=M_1C6PS0ZgQeLkuT">https://youtu.be/fL2aFp7RK5E?si=M_1C6PS0ZgQeLkuT</a>

Sumber : Video download on <https://www.Youtube.com/>, akses 26 Juni 2024



1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official sebagai media untuk berdakwah
  - a. Pertama, dengan cara mengisi konten-konten ceramah dan pengajian online yang baik secara konsisten. Konten yang baik salah satunya adalah konten yang tidak mengandung unsur yang dapat menyinggung penonton seperti menghindari konten cacian kepada salah satu pihak, edukatif seperti tutorial, solutif kemudian konten yang berisi pesan dakwah dan lain sebagainya. Karena dengan konten seperti itu akan sangat bermanfaat sekali untuk setiap penonton.
  - b. Kedua, dengan cara memaksimalkan setiap konten, maksudnya memaksimalkan setiap konten dari segi materi maupun dari segi kualitas gambar. Kemudian menggunakan alat produksi yang baik seperti kamera, *lighting* (Cahaya) dan lain sebagainya. Pembuatan konten dakwah pada akun Adi Hidayat Official dengan membaginya dalam *playlist* video-video disusun berdasarkan tema tertentu, misalnya “Tafsir juz amma”, “Kajian Ramadhan”, atau “Kiat sukses dunia akhirat”, sehingga penonton bisa memilih topik yang ingin dipelajari dan mudah dan jelas jika penonton ingin mencari judul ceramah yang diinginkan, kemudian secara tidak langsung alam bawah sadar penonton merekam isi pesan konten dakwah yang kita masukkan dan dari tersebut memberikan pengajaran kepada penonton untuk melakukan merealisasikan tindakannya baik dalam konten dakwah tersebut.
  - c. Ketiga, cara memanfaatkan *Youtube* sebagai media dakwah adalah dengan mengikuti trend konten yang ada, seperti ikut adil dalam mengetahui hal yang follower sukai. Mengikuti trend zaman tapi positif dan sumbernya jelas, bisa di konsumsi followers dan masyarakat, tidak menyinggung orang lain dan membuat konten yang *relate* dengan kebiasaan masyarakat. Produksi konten tersebut bisa dilaksanakan dengan memanfaatkan setiap kesempatan atau waktu luang disetiap kegiatan.



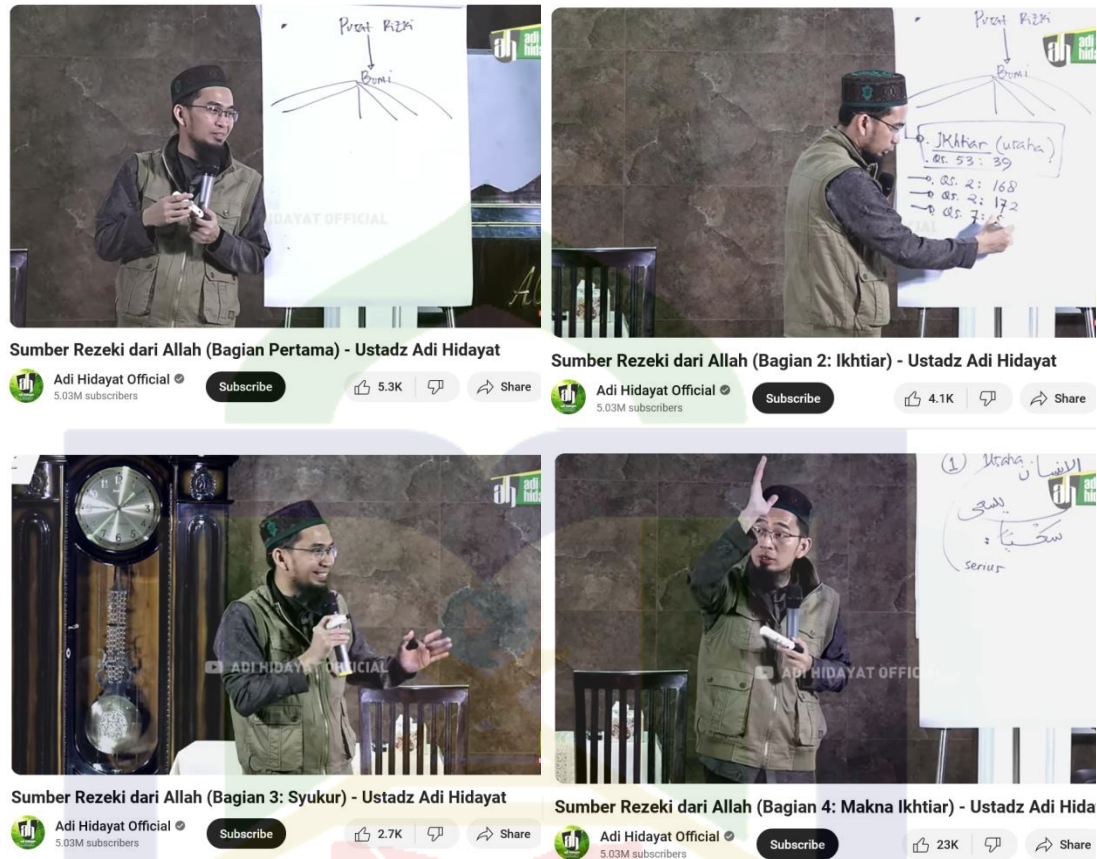
- d. Keempat, konten disesuaikan dengan segmentasi pasar yang telah ditentukan dari awal maksudnya konten yang dibuat dikategorikan atau dikhususkan kepada pemuda, orang tua, atau anak-anak kemudian channel harus punya *branding* sendiri atau ciri khas sendiri, seperti misalnya konten pada akun Adi Hidayat Official dikategorikan untuk konten berdakwah. Kemudian Ustad Adi Hidayat sangat konsisten mengupload konten beliau sering menunggah video ceramah dan pengajian yang membahas berbagai topik keagamaan, misalnya tafsir Al-Qur'an, hadits, fiqh dan akhlak.
- e. Kelima, tanya jawab di beberapa video Adi Hidayat menjawab pertanyaan-pertanyaan langsung kepada pembicara dan mendapatkan jawaban yang jelas dan terperinci terkait masalah keagamaan dan kehidupan sehari-hari. Ini membantu menjawab keraguan dan memberikan pencerahan kepada umat. Misalnya pada konten yang penulis angkat konten tersebut adalah sesi tanya jawab Ustad Adi Hidayat dengan followers dengan melakukan panggilan video.
- f. Keenam, memanfaatkan *Youtube* sebagai media dakwah adalah konten dengan *thumbnail* (tampilan atau gambar yang ada pada awal atau sampul video) dan judulnya yang *clickbait* (judul konten yang dibuat dengan tujuan menarik perhatian dan membujuk pengguna untuk mengklik) banyak orang penasaran apa isi konten kemudian menontonnya. Memakai cara tersebut adalah untuk memberikan kesan pertama audien penasaran kepada penonton dan hal ini dilakukan untuk menambah jumlah penonton atau pengakses internet. Banyak sekali orang yang ingin menjawab rasa penasaran Ketika melihat *thumbnail* tersebut dan pastinya akan muncul tampilan sampul agar banyak orang yang tertarik untuk menontonnya.
- g. Ketujuh, dengan memanfaatkan Live Streaming (siaran) Ustad Adi Hidayat juga memanfaatkan fitur Live Streaming untuk berinteraksi langsung dengan penonton, memberikan ceramah secara *real time* (kondisi

pengguna internet memperoleh respons dalam waktu bersamaan), dan menjawab pertanyaan di ajukan selama siaran berlangsung oleh para jema'ah. Hal ini membantu memperkuat rasa kebersamaan bagi penonton, mereka dapat berinteraksi dan melakukan percakapan secara *real time* dan juga dapat Efisiensi waktu.

- h. Kedelapan, Konten Edukatif selain ceramah, akun Adi Hidayat Official juga menunggah video yang berisi edukasi tentang Sejarah Islam, kisah para Nabi, serta penjelasan ilmiah yang dikaitkan dengan ajaran islam. Selain itu beliau juga memberikan Motivasi dan Inspirasi beberapa video berisi pesan-pesan motivasi dan inspirasi yang diambil dari nilai-nilai islam, yang bertujuan untuk membangkitkan semangat dan memperbaiki mentalitas umat. Terkadang beliau memberikan motivasi dengan cara mengsematkan atau megucapkan pada ceramah yang dibawakan beliau.
- i. Kesebelan, Kolaborasi dengan tokoh lain mengundang tokoh agama lain atau berkolaborasi hal ini dapat memperluas jangkauan dakwah dan menghadirkan perspektif yang beragama beliau pernah safari dakwah ke USA pada saat itu beliau berkolaborasi. Tak hanya itu beliau pun pada beberapa kontennya melakukan vlog untuk menunjukkan bagaimana Ustad Adi Hidayat menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, memberikan contoh nyata bagi penonton dan juga vlog tentang keseharian beliau saat berolahraga bermain tenis meja dengan Ridwan kamil

Dengan pemanfaatan yang starategis ini, akun Adi Hidayat Official berhasil menjangkau khlayak yang lebih luas dan menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat.

2. Bagaimana respon *followers* pada konten dakwah dalam akun Adi Hidayat Official



**Gambar 2. Konten Dakwah Sumber Rezeki dari Allah**

Dari sekian banyak video yang di upload pada akun Adi Hidayat Official peneliti mengambil 2 konten yaitu “Sumber Rezeki dari Allah” dan “Agar Jin dan Setan Tidak Masuk Ke Rumah”. Kemudian akan dianalisis bagaimana Respon followers terhadap dua konten dakwah di *Youtube* Adi Hidayat Official.

#### 1. Playlist konten dakwah sumber rezeki dari Allah

Ustadz Adi Hidayat mengatakan pada konten dakwahnya ada beberapa pintu rezeki yaitu:

- a. Rezeki yang mutlak dicari karena Ikhtiar (usaha)

Beliau membagikan ayat Al-Qur'an yang berhubungan dengan rezeki yang mutlak dicari karena Ikhtiar (usaha) yaitu:

Q.S An-Najm/53:39 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾

Terjemahannya:

“bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”<sup>41</sup>

Beliau mengatakan bahwa bahkan setiap manusia itu akan mendapatkan rezeki akan mendapatkan hasil dari apa yang telah ia usahakan dengan sungguh sungguh. Beliau mengatakan jika anda ingin mendapatkan apapun maka semua bergantung pada tingkat kesungguhan usaha anda. Usaha yang serius yang sungguh-sungguh. Di rezeki yang pertama ini langsung aallah yang menyampaikakan kalau anda mau mendapatkan rezeki itu baik yang sifatnya materi uang, rumah, mobil, pakaian dan sebagainya maka anda harus serius atau usah, jika ana tidak usaha tidak akan turun rezeki anda mesti usaha. Jadi prinsip yang pertama kita harus mempunyai komitmen yang kuat degan allah kerja ya kerja kalau usaha ya usaha jangan diam, diusaha itu sepanjang yang keluar dari dalam tubuh kita usaha seperti kaki melangkah, tangan bergerak kemudian mulut berbicara ada usaha rezeki akan turun. Beliau pun memberikan motivasi untuk Jemaah beliau, berkata Sepanjang anda punya allah maka semua akan mudah bagi anda.

b. Rezeki yang didapatkan dengan bersyukur

<sup>41</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*,2019), h.53.

Beliau mengatakan dalilnya ada pada Q.S Ibrāhīm/14:7 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ<sup>ط</sup> وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Terjemahannya:

(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.”<sup>42</sup>

Adapun turunan amalannya pada Q.S At-Taubah/9:103 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ<sup>ط</sup> إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ<sup>ظ</sup> وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Terjemahan:

“Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”<sup>43</sup>

Dan Q.S At-Taubah/9: 60 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

<sup>42</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*,2019), h.14.

<sup>43</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*,2019), h.332.

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ  
 وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ ۖ فَرِيضَةً مِّنَ  
 اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Terjemahan:

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”<sup>44</sup>

Bahkan Allah langsung menamani ibadah ini, dengan ibadah yang sifatnya menambah rezeki. Cuma kadang orang tidak sadar taunya di ambil, tapi kalau pengertian secara bahasanya sebetulnya bukan berkurang tapi semakin bertambah. Cuma seseorang tidak sadar. Ketika mau di tambah rezekinya dia tidak mau karena merasa diambil atau dikurangi jika melakukan ibadah ini.

Rezeki, menurut Ust Adi Hidayat, bukan hanya berupa harta, tetapi mencakup segala bentuk kebaikan yang diberikan Allah kepada hamba-Nya. Dalam ceramahnya, beliau menekankan pentingnya memahami konsep rezeki dari perspektif Islam, agar umat Muslim dapat mensyukuri dan memanfaatkannya dengan baik.

Ustadz Adi Hidayat menekankan bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah yang harus disyukuri dan dimanfaatkan dengan baik. Keberkahan rezeki tergantung pada cara mendapatkannya dan bagaimana kita memanfaatkannya.

<sup>44</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*, 2019), h.9.



Dengan mengikuti tuntunan agama dan mengutamakan ketaatan kepada Allah, rezeki yang diperoleh akan membawa kebaikan dan keberkahan dalam hidup.

Beliau mengingatkan bahwa Allah telah menjamin rezeki setiap makhluk. Sebagaimana tertulis dalam Al-Qur'an, rezeki manusia sudah ditetapkan oleh Allah, dan tidak ada satu pun makhluk yang dapat mengubah ketetapan ini. Ada rezeki yang harus diusahakan. Ustadz Adi Hidayat menekankan pentingnya usaha (ikhtiar) yang halal dan baik dalam mencari rezeki. Usaha yang dilakukan dengan cara yang benar akan membawa keberkahan.

Dalam konten dakwah "Sumber Rezeki dari Allah" diatas telah ditonton oleh 1,2M lebih views dengan 30.000 lebih likes dan 967 komentar, yang dimana komentar tersebut bersifat positif. Komentar menunjukkan apresiasi terhadap penjelasan Ustadz Adi Hidayat yang jelas dan mendalam mengenai konsep rezeki dalam Islam. Banyak penonton yang merasa termotivasi dan mendapatkan pencerahan setelah menonton video ini. Berikut ini beberapa komen followers terhadap konten dakwah Sumber Rezeki dari Allah pada akun *Youtube* Adi Hidayat Official:



@veni.██████████ 4 years ago

Alhamdulillah saya sangat bersyukur bisa menemukan chanel ini dan bisa mengaji dg ustads adi hidayat, meski saya hampir sibuk dg kerjaan tp bisa mengaji lewat video ini, semoga berkah dan di beri kesahatan pada ustad dan teman2 semua  
Aamiin yaa robbal'alamiin



@yog.██████████ 4 years ago

Ustadz saya pengen banget peluk ustadz , setiap saya melihat ustadz hati saya menangis , saya ingin dekat dengan ustadz , saya ingin duduk bersama, bercerita sama ustadz . Semoga ustadz selalu sehat , selalu dalam lindungan allah swt .



@Nurh... 4 years ago

Assalaamu'alaikum

Terimah kasih banyak ustaz banyak saya tahu dari ustaz alhamdulillah benda yang saya tak tahu jadi tahu semoga Allah memberi kesehatan selalu kepada ustaz serta keluarga ustaz amin



@cewel... 5 thn lalu

Subhanallah..manfaat banget ilmunya..

Semoga kita semua mendapatkan hidayah oleh Allah SWT.. aamiin



14



@muja... 2 thn lalu

8:32 Allahumma inni as-aluka 'ilman naafi'a wa rizqon thoyyibaa wa 'amalan mutaqqobbalaa "Ya Allah, aku memohon pada-Mu ilmu yang bermanfaat, rizki yang thoyyib dan amalan yang diterima" (HR. Ibnu Majah) Aamiin

Terjemahkan ke bahasa Indonesia



2



@syaf... 2 thn lalu

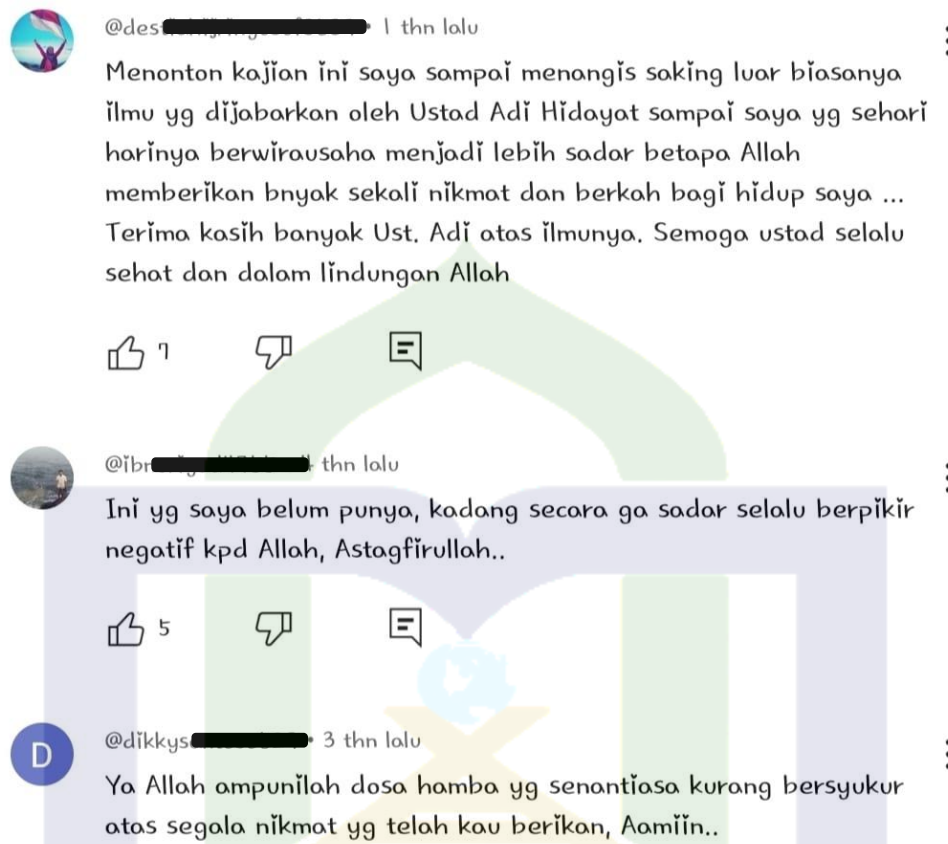
Sungguh rezeki ya besar dpt menimba pengetahuan dari ust Adi Hidayat, beliau menganalisis hal-hal yg ada dalam agama dan mengkaji nya secara ilmiah, sehingga kita tahu bahwa Islam adalah sebenar-benar agama yg diperuntukkan sebagai petunjuk berkehidupan di dunia dan akhirat



23







**Gambar 3. Respon penonton pada konten Dakwah Sumber Rezeki dari Allah**

Sedangkan dalam video dakwah yang berjudul "Agar Jin dan Setan Tidak Masuk ke Rumah" juga memperoleh respon positif dengan 1.3M views, dengan 27.000 likes, dan 849 komentar.



**Gambar 4. Konten Dakwah Agar Jin dan Setan Tidak Masuk ke Rumah**

Dalam ceramahnya tentang cara agar jin dan setan tidak masuk ke rumah, Ustadz Adi Hidayat menyampaikan beberapa langkah penting yang harus dilakukan. Beliau menekankan pentingnya membaca Ayat Kursi setelah shalat wajib dan sebelum tidur karena ayat ini memiliki kekuatan perlindungan yang luar biasa. Seperti dalam Q.S. Al-Baqarah/2:255 Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ ۚ لَا تَأْخُذُهُ سِنَّةٌ وَلَا نَوْمٌ ۚ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۗ مَنْ ذَا الَّذِي يَشْفَعُ عِنْدَهُ إِلَّا بِإِذْنِهِ ۗ يَعْلَمُ مَا بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْ ۗ وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيْءٍ مِّنْ عِلْمِهِ إِلَّا بِمَا شَاءَ ۗ وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ ۗ وَلَا يَئُودُهُ حِفْظُهُمَا ۗ وَهُوَ الْعَلِيُّ

الْعَظِيمُ

Terjemahan:

“Allah, tidak ada tuhan selain Dia, Yang Maha Hidup lagi terus-menerus mengurus (makhluk-Nya). Dia tidak dilanda oleh kantuk dan tidak

(pula) oleh tidur. Milik-Nyalah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Tidak ada yang dapat memberi syafaat di sisi-Nya tanpa izin-Nya. Dia mengetahui apa yang ada di hadapan mereka dan apa yang ada di belakang mereka. Mereka tidak mengetahui sesuatu apa pun dari ilmu-Nya, kecuali apa yang Dia kehendaki. Kursi-Nya (ilmu dan kekuasaan-Nya) meliputi langit dan bumi. Dia tidak merasa berat memelihara keduanya. Dialah yang Maha Tinggi lagi Maha Agung”.<sup>45</sup>

Selain itu, membaca atau memutar Surah Al-Baqarah di rumah juga sangat dianjurkan karena surah ini mampu mengusir jin dan setan dari tempat tinggal kita. Ustadz Adi Hidayat juga mengingatkan agar selalu membaca doa saat masuk rumah. *“Allahumma inni as'aluka khairal mauliji wa khairal makhraji bismillahi walajna wa bismillahi kharajna wa 'ala-Llahi rabbina tawakkalna.”* (Ya Allah, aku memohon sebaik-baik tempat masuk dan sebaik-baik tempat keluar. Atas nama-Mu kami masuk dan atas nama-Mu kami keluar. Dan kepada Allah Tuhan kamilah kami bertawakal), untuk mencegah jin dan setan masuk bersama kita.

Rutin berzikir dan membaca Al-Qur'an di dalam rumah dapat menciptakan suasana penuh cahaya keimanan yang tidak disukai oleh makhluk halus. Menjaga kebersihan dan kesucian rumah juga sangat penting, karena jin dan setan menyukai tempat yang kotor dan tidak teratur. Menutup pintu dan jendela saat maghrib tiba adalah langkah lain yang efektif, karena waktu tersebut adalah saat ketika setan berkeliaran.

Selain itu, menghindari gambar atau patung makhluk hidup di dalam rumah, memperbanyak shalat sunnah di rumah, serta menghindari musik yang mengandung unsur syubhat atau negatif, juga dianjurkan untuk menjaga rumah dari gangguan jin dan setan. Terakhir, Ustadz Adi Hidayat menekankan pentingnya membaca doa dan zikir pagi dan petang sebagai perlindungan

---

<sup>45</sup> Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an* dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan (Jalan Raya TMII Pintu I Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf *Al-Qur'an*, 2019), h.106.

sepanjang hari dari segala gangguan, termasuk jin dan setan. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, rumah kita akan menjadi tempat yang penuh berkah dan aman dari gangguan makhluk halus.

Penonton menghargai tips praktis yang diberikan untuk menjaga rumah dari gangguan jin dan setan, dengan banyak yang mengapresiasi kejelasan dan kemudahan penerapan saran yang disampaikan. Komentar positif menunjukkan bahwa penonton merasa video ini sangat bermanfaat dan memberikan perlindungan spiritual yang nyata. Berikut beberapa komen pada konten dakwah Agar Jin dan Setan Tidak Masuk ke Rumah :





@pangli 1 year ago

Terima kasih ustad, benarlah apa yg ustad katakan, dulu saya pnya khatir yg berlebihan, seperti was was dan takut berlebihan, setelah saya rutin kan membaca surat An nas, alhamdulillah hilang dan menjadi lebih tenang.

👍 2 🗨️ Reply



@ipuk 1 year ago

Subhanallah,,sangat rinci pencerahan dr UAH,,semoga selalu sehat UAH dan selalu di lindungi Allah SWT dr org2 yg ingin berbuat zholim.

👍 12 🗨️ Reply



@Ase 2 years ago

Masya Allah.. isinya begitu dalam, mudah2an admin kedepan bisa lebih mencari judul yang tepat untuk content yang begitu berbobot

👍 17 🗨️ Reply



@pangli 1 thn lalu

Terima kasih ustad, benarlah apa yg ustad katakan, dulu saya pnya khatir yg berlebihan, seperti was was dan takut berlebihan, setelah saya rutin kan membaca surat An nas, alhamdulillah hilang dan menjadi lebih tenang.

👍 2 🗨️ 📩



@andin 1 thn lalu

Niihh .bagus nih.amalan agar syatan gamasuk rumh..krena bbrp bulan lalu UAH ceramah..katanya tiap kita kluar dari rumah .syatan datang..masuk rumah katanya namanya Dasim...astgfirullah..mestinya jgn membuat wass begitu donk..JUSTRU sebaiknya..ummat di beri solusi..amln apa yg dibaca..dbgaik iktior..agor syatan ga masuk rumah dan jd tenang beribadah

👍 🗨️ 📩

I @icac... 1 thn lalu

Masya Allah bersyukur, ceramah ya tepat apa yg saya alami mksih ustad ceramah ya, klu saya ayat2 pemusnah sihir saya bacakan trus ustad karena ad sihir membenci saya makin dekat sm Allah jd dia tiap hari zolim trus ustad sm saya baca trus ayat2 pemusnah sihir di istiqomahkan karena dulu di ruq'ah engga ada hasil ya ustad malah lebih dekat lg sm Allah jd berangsur2 terlindungi ayat2 ya dr ustad lah ngajarin di ceramah2 ustad, mksih ustad skrg lebih istiqomah lg dlm beribadah



E @erwi... • 2 thn lalu

Masya Allah  
Allahu'akbar 🙌  
Sangat2 bermanfaat sekali buat kita semua orang2 muslim atas ilmu & ceramah ustadz Adi hidayat Aamiin 🙏



J @user-z... • 11 bln lalu

Bagus ini dakwah nya, bertentangan kebanyakan dari keyakinan saudara kita,, saudara kita kebanyakan meminta tolong pada benda, atau miminta tlg pada penghuni benda, cuma jangan asal mempercayai ustad, karna lebih banyak ustad yang meyakini hal perdukunan dari pada hal yang di syariatkan

Terjemahkan ke bahasa Indonesia





**Gambar 5. Respon penonton terhadap Konten dakwah tentang Agar Jin dan Setan Tidak Masuk Ke Rumah**

Channel *Youtube* *Adi Hidayat Official* melibatkan interaksi antara pemilik channel dan subscriber. Interaksi ini terlihat jelas melalui komentar-komentar yang diberikan. Banyak komentar yang positif di channel ini memberikan motivasi kepada pemilik channel untuk terus mengembangkan kontennya, sementara tidak terdapat komentar negatif.

Proses komunikasi dalam *Adi Hidayat Official* terjadi ketika admin (sebagai komunikator) mengunggah video atau postingan yang kemudian dilihat dan didengar oleh pengikut atau pengunjung (sebagai komunikan). Di channel ini, terdapat interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan,



karena komunikasi berlangsung dua arah dimana pengunjung dapat memberikan respons langsung terhadap konten yang diposting.

## B. Pembahasan

Penelitian ini berusaha menguraikan bagaimana bentuk pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah pada akun Adi Hidayat Official dalam konten dakwahnya dan bagaimana respon followers terhadap konten pada akun Adi Hidayat. Pada tahapan ini peneliti akan membahas tentang bagaimana teori Media Sosial Kaplan dan Haenlein dan teori *Uses and Gratification* digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang dibutuhkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. bentuk pemanfaatan media *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official sebagai media untuk berdakwah, berdasarkan teori media sosial Kaplan dan Haenlein

pada hasil penelitian diatas peneliti menemukan pemanfaatan *Youtube* oleh Adi Hidayat sebagai media dakwah dapat dianalisis menggunakan teori media sosial Kaplan dan Haenlein yang menyoroti berbagai aspek dari media sosial, seperti jenis konten yang dibagikan, cara interaksi dengan audines, dan karakteristik teknologinya. Berikut adalah poin utama dari teori ini yang relevan untuk menganalisis akun *Youtube* Adi Hidayat Official:

- a. *Presence* (Kehadiran Sosial)

Penggunaan video pada akun Adi Hidayat Official menggunakan video untuk memberikan ceramah, menjawab pertanyaan, dan berdiskusi tentang berbagai topik keislaman. Video memiliki kehadiran sosial yang tinggi karena memungkinkan interaksi yang lebih personal dan mendalam dengan audiens di media sosial.



b. *Sharing* (berbagi)

-Konten Edukatif Ustad Adi Hidayat sering membagikan konten yang bersifat edukatif, termasuk penjelasan ayat-ayat Al-Qur'an, hadits, serta pembahasan isu-isu kontemporer dalam islam. Ini membantu audines mendapatkan pengetahuan agama yang lebih mendalam. Kontennya yang mendalam dan edukatif membuat akun *Youtube* Adi Hidayat Official menjadi sumber rujukan yang penting bagi banyak orang yang ingin mendalami agama islam dan membantu pemahanman kita tetang agama islam.

-Frekuensi dan Konsistensi dalam menunggah video baru memastikan bahwa audiens tetap terlibat dan terus mendapatkan konten yang bermanfaat.

c. *Relationships* (Hubungan)

-Interaksi dengan penonton melalui sesi tanya jawab dan komentar di video, ustad Adi Hidayat membangun hubungan dengan penontonna atau followersnya. Beliau sering kali merepons pertanyaan atau komentar, yang memperkuat ikatan dan rasa komunitas antara audiens. Hubungan ini berjalan saat beliau melakukan pengajian, membuat sesi tanya jawab dan pada Live Streaming (siaran).

- *Live Streaming* (siaran) sesi streaming langsung memungkinkan interaksi waktu nyata dengan penonton, meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan pada beliau kemudian dengan adanya sesi tanya jawab ini membantu pemahaman yang lebih jelas tentang berbagai aspek agama islam hal ini juga, membantu para audiens untuk diskusi langsung dan memungkinkan audiens berpartisipasi secara aktif melalui sesi tanya jawab. Pada saat itu penonton akan real time

dengan ustad Adi Hidayat. Pertanyaan yang diajukan biasa berkisar dari masalah sehari-hari hingga isu-isu teologis yang kompleks.

d. *Identity* (Identitas)

-Breeding pribadi Ustad Adi Hidayat membangun identitasnya sebagai ulama dan pembicara yang kredibel dan berpengetahuan. Konsistensi dalam penyampaian pesan dan gaya presentasi juga membantu beliau dalam memperkuat identitas, misalnya beliau membawakan ceramah jika kita teliti pada setiap kontennya beliau menggunakan papan tulis saat menjelaskan kepada para jema'ah dengan menggambarkan ataupun menulis di papan selainya seorang guru. sehingga yang mendengarkan sangat mudah untuk dipahami dan memiliki kemampuan menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, selain itu beliau juga hafal hadits-hadits beserta halamannya juga memberikan referensi dan sumber yang jelas. Ustadz Adi Hidayat juga menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari para jamaanya berdasarkan sesuai pandangannya melalui sesi tanya jawab melalui tulisan maupun video call. Ustadz Adi hidayat merupakan pendakwah yang cerdas dan gaya yang sederhana membuat beliau di sukai banyak orang atau masyarakat sehingga beliau banyak menerima undangan untuk melakukan dakwah. Meski begitu bukan berarti dakwah yang disampaikan tidak memiliki kekurangan gaya berdakwah beliau dalam menyampaikan ceramah yang kadang terlalu Formal dan berstruktur bisa dianggap kurang menarik oleh, beberapa kalangan yang lebih menyukai pendekatan yang santai dan informal contoh ustad yang kadang santai membawakan cermah ialah ustad Abdul Somad, kemudian beliau saat membawakan ceramah cara berbicara beliau sangat cepat. Tpi dengan cara

penjelasannya pasti akan mudah di pahami. Ketika menyampaikan ceramah gaya bicara beliau cepat bagi beberapa pendengar, terutama mereka yang tidak terbiasa dengan gaya bicara cepat atau baru mempelajari topik yang dibahas, gaya ini bisa membuat sulit untuk mengikuti dan memahami materi secara penuh. Tapi jika sudah terbiasa dan sering mendengar ceramah yang di sampaikan beliau akan pasti akan paham dan menyukai gaya berdakwah beliau.

-Konten yang dapat diandalkan kualitas konten yang disajikan membantu dalam membangun reputasi dan kredibilitas beliau. Jika kita membuka konten *Youtube* pada akun Adi Hidayat Official kita akan tertuju pada judul konten yang disajikan berbagai topik, seperti Tafsir Al-Qur'an, hadits, Aqidah, fiqh, dan akhlak. Ceramah-seramah yang disampaikan bisanya berisi penjelasan yang mendalam dan disertai dengan referensi-referensi dari kitab-kitab klasik maupun kontenporer. Tidak hanya beliau juga membagikan konten motivasi dan inspirasi, yang bertujuan mendorong audiensnya untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan lebih taat beragama. Dengan konten yang beragam ini, Ustad Adi Hidayat tidak hanya memberikan pengetahuan agama tetapi juga membangun komunitas yang aktif dan terlibat dalam penyebaran agama islam.

e. *Conversations* (Percakapan)

Diskusi mendalam di konten *Youtube* Adi Hidayat Official sering kali memicu dikusi dan percakapan diantara penonton. Ini dapat dilihat dari komentar-komentar yang ada di bawah video. Feedback beliau juga menerima umpan balik dari penonton melalui komentar yang dapat digunakan untuk meningkatkan konten dimasa mendatang.

g. *Groups* (Kelompok)

Komunitas pengikut Ustad Adi Hidayat berhasil membentuk pengikut yang aktif dan terlibat. Ini tercermin dari jumlah *Subscriber* mencapai 5,02 jt *Subscriber* aktif dari berbagai kalangan masyarakat umum dan tingkat partisipasi dalam komentar lalu diskusi di live Streaming. Kemudian dengan memahami audiens Ustad Adi Hidayat dapat menyesuaikan konten agar relevan dengan berbagai segmen pengikutnya, misalnya konten untuk anak muda, konten untuk orang tua atau pelajar.

Dengan menggabungkan elemen-elemen dari teori media sosial Kaplan dan Haenlein ini, maka peneliti dapat menganalisis dan melihat bahwa akun Adi Hidayat Official memanfaatkan *Youtube* dengan sangat efektif sebagai media dakwah. Beliau tidak hanya menyampaikan pesan agama tetapi juga membangun komunitas yang aktif dan terlibat, kemudian semuanya diperkuat oleh penggunaan teknologi internet, video dan media sosial yang cerdas.

2. Bagaimana respon *followers* pada konten dakwah dalam akun *Youtube* Adi Hidayat Official berdasarkan Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* adalah teori yang berasumsikan bahwa kahlayak punya tujuan tersendiri untuk menggunakan media gua memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Dalam hal ini, peneliti telah melakukan penelitian menggunakan teori ini terhadap beberapa konten dakwah dari akun *Youtube* Adi Hidayat Official dengan berfokus pada komentar *followers Youtube* tersebut, guna melihat bagaimana respons dari *followers* terhadap konten Ustad Adi Hidayat.

Peneliti menemukan ada beberapa jenis respon yang diberikan oleh followers berupa commen, like and share. Pada respons yang terhadap pada kolom komentar peneliti menemukan ada beberapa jenis komen yang diberikan pada ustad Adi Hidayat, di antaranya ada yang merespon positif, respon negatif dan respon berterima kasih atas ceramah yang sesuai fakta.

#### A. Respon positif

Respon positif adalah reaksi atau tanggapan yang menunjukkan persetujuan, kepuasan, pujian, atau umpan balik yang mendukung terhadap suatu tindakan, pernyataan atau situasi. Contoh dari respon positif termasuk pujian, komentar positif dukungan, ekspresi kepuasan. Respon ini dapat berasal dari individu, kelompok, atau publik yang merasa bahwa sesuatu telah dilakukan dengan baik atau memenuhi harapan mereka. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa tanggapan positif yang terdapat pada komentar *Youtube* Adi Hidayat Official diantaranya:

Komentar Positif	Komentar Negatif
@ve***** yang memberikan komentar berupa respon balik antusias “ <i>Alhamandullilah saya sangat bersyukur bisa menemukan chanelini dan bisa mengaji dengan ustad adi hidayat, meski saya hamper sibuk dengan kerjaan tapi bisa mengaji lewat video ini,</i>	@teu***** memberikan tanggapan negative dengan mengatakan respon ujaran kebencian kepada ustad Adi hidayat “ <i>agar jin/setan tidak masuk rumah, di tutup pintunya bodohnya maunya di bohongi ustad model ini</i> ”. Pada konten

<p><i>semoga berkah dan di beri kesehatan pada usatad dan teman-teman semua, aamiin yaa rabbal'alamiin</i>". Pada konten Youtube akun Adi Hidayat Official yang berjudul "<i>sumber rezeki dri Allah</i>"</p>	<p>dakwah Akun Adi Hidayat Official "<i>Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah</i>".</p>
<p>@yoga***** yang memberikan komentar "<i>ustadz saya pengen peluk ustadz, setiap saya melihat ustadz hati saya menangis,saya ingin dekat dengan ustadz, saya ingin duduk bersama , bercerita sama ustadz. Semoga ustadz selalu sehat, selalu dalam lindungan allah swt</i>". Pada konten Youtube akun Adi Hidayat Official yang berjudul "<i>sumber rezeki dri Allah</i>"</p>	<p>@god***** memberikan tanggapan dengan mengatakan pada komentarnya responnya masukan dengan cara bicara yang kurang sopan "<i>bertelete-tele cara penyampaiannya kasian yang nonton lain kali penyampainnya yang gampang di terima orang. Jangan sewot ya Adi ini kan masukan</i>". Pada konten dakwah Akun Adi Hidayat Official "<i>Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah</i>".</p>
<p>@Nur***** memberikan komentar "<i>assalamu'alaikum terima kasih banyak saya tahu dari ustadz alhamdullilah benda yang</i></p>	<p>@ad***** memberikan tanggapan dengan mengatakan pada komentarnya respon sangat jelas jika ia membenci ustad Adi</p>

<p><i>saya tak tahu jadi tahu semoga allah memberikan kesehatan selalu kepada ustad serta keluarga ustad aamiin</i>". Pada konten <i>Youtube</i> akun <i>Adi Hidayat Official</i> yang berjudul "<i>sumber rezeki dri Allah</i>"</p>	<p>hidayat dengan perkatan yang tidak sopan di ucapkan "Preetlah modal ngomong doang, coba buktikan lawan dukun santet".</p>
<p>@cew***** yang memberikan komentar berupa respon komentar "<i>subhanallah manfaat banget ilmunya semoga kita semua mendapatkan hidayah oleh Allah SWT...aamiin</i>". Pada konten <i>Youtube</i> akun <i>Adi Hidayat Official</i> yang berjudul "<i>sumber rezeki dri Allah</i>"</p>	<p>Dan akun @dota***** memberikan sanggahan dengan mengatakan "<i>Panggil dukun santet suru lawan saya</i>" lalu di komentar oleh akun @Muh***** dia mengatakan "<i>nama bagus muh.ali tapi tidak sesuai sifat lu, ustad Adi Hidayat guru kita</i>".</p>
<p>@muja***** memberikan komentar respon berupa, memberikan pemamhamannya "<i>8:32 allahumma inni as-aluka 'ilman naafi'a wa rizqon thoyyibaa wa'amalan mutaqobbalaa</i>" ya Allah, aku memohon padamu ilmu yang bermanfaat, rezki yang thoyyib dan aalan yang di terima</p>	<p>Lalu akun @adh*** memberikan tanggapan balasan pada akun @Muh***** dengan mengatakan pada komentarnya "<i>bagaimana kamu tahu sifatku, jumpa aja belum pernah, aneh kalau itu gurumu mintalah bukti ke ilmunya dan praktek, jelas bukan omong dong ngga usah</i></p>

<p><i>aamiin”. (HR. Ibnu Majah) Pada konten Youtube akun Adi Hidayat Official yang berjudul “sumber rezeqi dri Allah”</i></p>	<p><i>tersinggung. Missal yang sdh terbukti, Gus Samsuddin Jaddad, GNS, Gua Idris”. Pada konten dakwah Akun Adi Hidayat Official “Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah”.</i></p>
<p><i>@pang***** yang memberikan tanggapan tambahan ilmu berupa “terima kasih ustad, benarlah apa yang ustad katakan dulu saya punya kekhawatiran yang berlebihan. Seperti was-was dan takut berlebihan, setelah saya rutin kan membaca surah An nas , alhamdulillah hilang dan menjadi lebih tenang”. Pada konten dakwah Akun Adi Hidayat Official “Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah”.</i></p>	
<p><i>@andi***** memberikan tanggapan berupa pemahamannya “Niih bagus nih amalan agar syatan ga masuk ruma karena beberapa bulan lalu UAH ceramah</i></p>	



<p><i>katanya tiap kita keluar dari rumah, syatan datang masuk rumah katanya namanya Dasim, astagfirullah mestinya jangan membuat was begitu donk. Justru sebaiknya ummat diberi Solusi amalan apa yang dibaca ikhtiar agar syatan ga masuk rumah dan jadi tenang beribadah". Pada konten dakwah Akun Adi Hidayat Official "Agar jin dan setan tidak masuk ke rumah".</i></p>	
---	--

**Tabel 2.** Respon Positif dan Negatif Followers Pada Kolom Komentar Youtube Adi Hidayat Official

#### B. Respon Negatif

Respon negative adalah reaksi atau tanggapan yang menunjukkan ketidaksetujuan, ketidakpuasan, keritik, atau umpan balik yang tidak mendukung terhadap suatu tindakan, pernyataan, atau situasi. Contoh dari respon negatif termasuk komentar kritis, keluhan, penolakan, atau ekspresi ketidakpuasan. Respon ini dapat berasal dari individu, kelompok, atau publik terhadap sesuatu yang mereka anggap tidak sesuai, tidak memadai, atau mengecewakan. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa tanggapan negatif yang terdapat pada komentar Youtube akun Adi Hidayat.

Komentar pada table diatas menunjukkan adanya pemenuhan individu yang sesuai dengan teori *uses and garatification* menyatakan bahwa audiens

aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Dalam konteks dakwah di akun youtube Adi Hidayat Official, respon followers dapat dianalisis berdasarkan beberapa kategori utama dalam teori *uses and garatification* yaitu :

1. *congnitivi needs* (kebutuhan kognitif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi dan pengetahuan, followers mungkin mencari informasi agama yang akurat dan terpercaya. Konten dakwah ustad Adi Hidayat bisa memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran islam, tafsir, Al-Qur'an dan hadist.
2. *affective needs* (kebutuhan afektif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang *estetis* (keindahan), menyenangkan dan emosional, ustad Adi Hidayat sering kali menggunakan bahasa yang mudah dipahami, pendekatan yang empatik, dan memberikan contoh-contoh praktis yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat kontennya tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh hati dan pikiran followers. Selain itu, penyampian ceramah yang disertai dengan intonasi suara yang baik, penggunaan cerita, dan humor yang tepat juga dapat membuat konten ceramahnya lebih menarik dan menyenangkan untuk di Simak followers. Penggunaan media visual yang menarik dan tata letak yang rapi dalam video juga kontribusi pada aspek estetis dari konten tersebut misalnya gambar pada konten ceramah Adi Hidayat Official *High Definition* ini merujuk pada kualitas

gambar yang memiliki resolusi tinggi, menawarkan kualitas video yang lebih detail dan kejernihan yang lebih baik, sehingga memberikan pengalaman visual yang lebih menantang bagi followers dan juga *editing* yang menarik. Semua elemen ini bersama-sama dapat memberikan pengalaman yang mendalam dan memuaskan bagi followers.

3. *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual, dalam konten dakwah ustad Adi Hidayat sering mengutip sumber-sumber dari Al-Qur'an dan hadits, tak hanya itu pengalaman beliau pada bidang tersebut sangat baik dilihat pada latar belakang pendidikan dan beliau juga belajar Al-Qur'an dan hadits dari Syaikh terbaik di Libya. Konten yang konsisten dalam pesan dan kualitasnya membantu membangun dan mempertahankan kepercayaan followers, lalu mengangkat topik yang relevan dengan isu-isu terkini di lingkungan masyarakat atau kebutuhan mendesak dari followers melalui sesi tanya jawab dapat memberikan rasa stabilitas dan juga meningkatkan status individual karena interaksi yang positif dengan pembicara pada sesi tanya jawab tersebut membuat penonton berperan aktif dalam diskusi.
4. *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia, konten dakwah ustad Adi Hidayat dapat menjadi topik diskusi di antara followers. Mereka bisa berbagi

video, berdiskusi di kolom komentar atau bahkan menggunakan informasi tersebut dalam interaksi sehari-hari dengan keluarga, teman atau orang lain. Mereka juga bisa datang langsung di pengajian yang bisa di adakan oleh ustad Adi Hidayat bersama dengan keluarga.

5. *escapist needs* (kebutuhan pelepasan), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan Hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, pelepasan emosi ketegangan dan kebutuhan akan hiburan, followers mungkin menggunakan konten dakwah sebagai cara untuk mengalihkan pikiran dari stres atau masalah sehari-hari, mencari ketenangan atau ketentraman melalui mendengarkan ceramah lewat aplikasi *Youtube*. Selain itu untuk menambah pemahaman agama masyarakat atau followers yang menonton konten ceramah tersebut di akun Adi Hidayat Official, lalu meski dakwah bersifat serius, cara penyampaian yang menarik, penuh semangat, atau humor yang disisipkan bisa memberikan hiburan bagi followers.

Secara umum, respon followers terhadap konten dakwah Adi Hidayat Official dari yang telah saya lihat di kolom komentar kebanyakan komentar positif dan terdapat pemenuhan kebutuhan individu yang sesuai dengan teori *Uses and Gratification*. Ini meliputi kebutuhan kognitif terkait pencarian informasi dan pengetahuan, kebutuhan afektif terkait pengalaman estetis dan emosional, kebutuhan pribadi secara *integratif* terkait *kredibilitas* dan *stabilitas personal*, kebutuhan sosial secara *integratif* terkait kontak dengan

orang lain, serta kebutuhan pelepasan terkait keinginan untuk melarikan diri dari kenyataan dan hiburan.

Penggunaan *Youtube* sebagai media dakwah terlihat dari peningkatan pengetahuan agama di kalangan penonton, terbentuknya komunitas online yang aktif, serta motivasi spiritual yang diberikan melalui konten. Meskipun ada beberapa kritik mengenai durasi video dan permintaan untuk penjelasan yang lebih mendalam, mayoritas penonton menunjukkan apresiasi terhadap upaya dakwah yang dilakukan. Tantangan seperti kompetisi dengan konten lain di *Youtube* dan kebutuhan untuk mempertahankan kualitas produksi diatasi dengan strategi promosi yang aktif dan dukungan finansial melalui pendapatan iklan dan donatur.

Akun Adi Hidayat Official berhasil memanfaatkan *Youtube* sebagai media dakwah yang efektif, memadukan kualitas konten yang tinggi, interaksi yang aktif, dan penggunaan teknologi modern untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. *Youtube* berpotensi besar sebagai platform dakwah, asalkan digunakan dengan strategi yang tepat dan konten yang berkualitas.

Ceramah Ustadz Adi Hidayat mengajarkan bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah yang harus diterima dengan penuh syukur dan usaha yang halal. Ketaatan, kejujuran, sedekah, silaturahmi, dan doa adalah beberapa cara yang dapat mendatangkan rezeki yang berkah. Dengan memahami dan menerapkan pesan-pesan ini, seorang Muslim diharapkan dapat menjalani hidup yang lebih baik, tenang, dan penuh berkah.

Ustadz Adi Hidayat menyampaikan bahwa menghindari masuknya jin dan setan ke dalam rumah memerlukan amalan-amalan tertentu yang diajarkan dalam Islam. Dengan rutin membaca Ayat Kursi, Surah Al-Baqarah, doa masuk rumah, berzikir, menjaga kebersihan, dan menghindari hal-hal yang disukai oleh jin dan setan, rumah kita akan menjadi tempat yang penuh berkah dan aman dari gangguan makhluk halus. Pesan ini menekankan

pentingnya menjaga spiritualitas dan keimanan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan perlindungan dari Allah SWT.

Respon followers terhadap video dakwah pada akun Adi Hidayat Official sangat positif, menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga relevan dan aplikatif bagi kehidupan sehari-hari. Kritik yang ada cenderung konstruktif, menunjukkan bahwa ada ruang untuk peningkatan dalam hal penyajian dan kedalaman konten. Efektivitas dakwah digital melalui *Youtube* dalam menyampaikan pesan keagamaan yang mendalam dan praktis, serta membangun interaksi yang kuat dengan audiens.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian *Youtube* Sebagai Media Dakwah Pada Akun Adi Hidayat Official dengan rumusan masalah maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Youtube* merupakan media yang sangat efektif untuk dakwah, sebagaimana dibuktikan oleh akun Adi Hidayat Official. Akun ini berhasil memanfaatkan *Youtube* untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas melalui berbagai jenis konten seperti ceramah, kajian ilmiah, sesi tanya jawab, dan potongan video pendek. Konten yang disajikan memiliki kualitas produksi yang tinggi, termasuk penggunaan kamera HD, audio jernih, dan editing profesional, yang membuat video menarik dan mudah diikuti oleh penonton. Selain itu media sosial *Youtube* ini menjadi celah Bagi para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Dengan pemanfaatan media sosial youtube ini akan mencapai target yang kita inginkan karena semua orang bisa melihatnya dan bahkan bisa membagikannya kepada orang lain agar para followers mengetahui pesan dakwah yang dibagikan. Salah satu gaya yang khas dari Ustad Adi Hidayat sering menyampaikan ceramahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru dan juga beliau selalu membawa kitab dan membahasnya secara mendetail ketika ceramah. Menurut Ustadz Adi Hidayat bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah yang harus disyukuri dan dimanfaatkan dengan baik. Keberkahan rezeki tergantung pada cara mendapatkannya dan bagaimana kita memanfaatkannya. Dengan mengikuti tuntunan agama dan mengutamakan ketaatan kepada Allah, rezeki yang diperoleh akan membawa kebaikan dan keberkahan dalam hidup. Ustadz Adi Hidayat juga menjelaskan betapa pentingnya mengamalkan ayat-ayat tertentu

dari Al-Qur'an, berzikir, menjaga kebersihan, dan melaksanakan ajaran Islam untuk menghindari masuknya jin dan setan ke dalam rumah. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, rumah kita akan menjadi tempat yang penuh berkah dan terhindar dari gangguan makhluk halus.

2. Respon dari followers terhadap konten dakwah sangat positif, dengan banyak penonton melaporkan peningkatan pengetahuan agama dan motivasi spiritual setelah menonton video. Interaksi aktif dengan audiens melalui komentar, live streaming, dan promosi di media sosial lainnya memperkuat keterlibatan dan membangun komunitas online yang solid. Secara keseluruhan, Adi Hidayat Official telah menunjukkan bahwa *Youtube* memiliki potensi besar sebagai platform dakwah yang dapat menjangkau audiens global dengan cara yang fleksibel dan efektif. Keberhasilan ini didukung oleh strategi konten yang berkualitas, interaksi yang aktif dengan penonton, dan pemanfaatan teknologi modern.

## **B. Saran**

- 1) **Peningkatan Kedalaman Konten:** Meskipun konten yang disajikan sudah sangat baik, penonton menginginkan penjelasan yang lebih mendalam pada beberapa topik. Menyediakan video dengan analisis yang lebih detail atau serial video untuk topik tertentu dapat meningkatkan kepuasan penonton.

- 2) **Diversifikasi Konten:** Selain ceramah dan kajian, Adi Hidayat Official dapat mempertimbangkan untuk menambahkan format konten lain seperti vlog, podcast, atau diskusi panel yang melibatkan pakar-pakar lain untuk memperkaya variasi konten dan menarik audiens yang lebih luas.

- 3) **Pengelolaan Durasi Video:** Mengingat beberapa penonton mengkritik durasi video yang terlalu panjang, mempertimbangkan untuk membagi konten panjang menjadi beberapa bagian atau menyediakan ringkasan singkat di awal video dapat membantu mempertahankan perhatian penonton.



4) **Pendekatan Ilmiah dan Kontemporer:** Mengintegrasikan penjelasan ilmiah dan pendekatan kontemporer dalam dakwah dapat menarik audiens yang lebih muda dan mereka yang tertarik pada hubungan antara agama dan sains.

5) **Peningkatan Interaksi dengan Penonton:** Terus merespons komentar dan pertanyaan dari penonton dengan cepat dan efektif dapat memperkuat hubungan dengan audiens. Mengadakan sesi tanya jawab secara rutin dan mengadakan survei untuk memahami kebutuhan penonton juga dapat meningkatkan engagement.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al Qur'an Al Karim.*

- Abdul Basit. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, (2017).
- Adi Wibowo. Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3.1, (2019).
- Ahmad Midani. Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.1, (2022).
- Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus. Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Jurnal COMMUNICATION*, 11.1, (2020).
- Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, (2003).
- Deddy Corbuzier. *Youtuber for Dummies: Step by Step Belajar jadi Youtuber Sukses*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, (2018).
- Eko Sumadi. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.1, (2018).
- Eko Murdiyanto. *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press, (2019).
- Faisal Muzammil. Moderasi Dakwah Di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube). *Jurnal Diklat Keagamaan*, 15.2, (2021).
- Hamdan dan Mahmuddin. Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6.1, (2021).
- Hendra Junawan dan Nurdin Laugu. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 4.1, (2020).
- Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni. Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3SAFA). *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.1, (2019)
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi. *Managemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, (2006).

- Nur Ainiyah. Remaja Millennial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 9.1, (2018).
- Puteh, M. Jakfar. *Dakwah Di Era Globalisasi Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. Yogyakarta: AK Group, (2006).
- Ricka Handayani. *Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi*. *Jurnal HIKMAH*, 15.1, (2020).
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, (2015).
- Salma Laila Qodriyah. *Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)*. *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyaan*, 1.2, (2021).
- Sayyidah, Muhamad Afdoli Ramadoni, dan Andi Faisal Bakti. Program Dakwah Pada Channel *Youtube* Ustadz Adi Hidayat Official Perspektif Audiences. *Jurnal Komunikasi dan Penyebaran Islam*, 4.1, (2023).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, (2017).
- Vyki Mazaya. Strategi Viralisasi Konten Dakwah di Kanal *Youtube*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11.2, (2021).
- Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, (2012).
- Zuhdi, Ahmad. *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa depannya*. Bandung: Alfabeta, (2016)
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>.
- Kurniawan, Dedi & Achmad Hidir. "Respon Orangtua Terhadap Sistem Daring (Dalam Jaringan) Di Sd Muhammadiyah Iv Pekanbaru." *Technology Acceptance Model* 3, no. 2 (2022): 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.
- Noorlistyo Adi, Achwan, Jenny Ratna Suminar, and Nuryah Asri Sjaifirah. "Makna Subscriber Bagi *Youtuber* Kota Bandung." *Communication* 10, no. 2 (2019):

142. <https://doi.org/10.36080/comm.v10i2.894>.

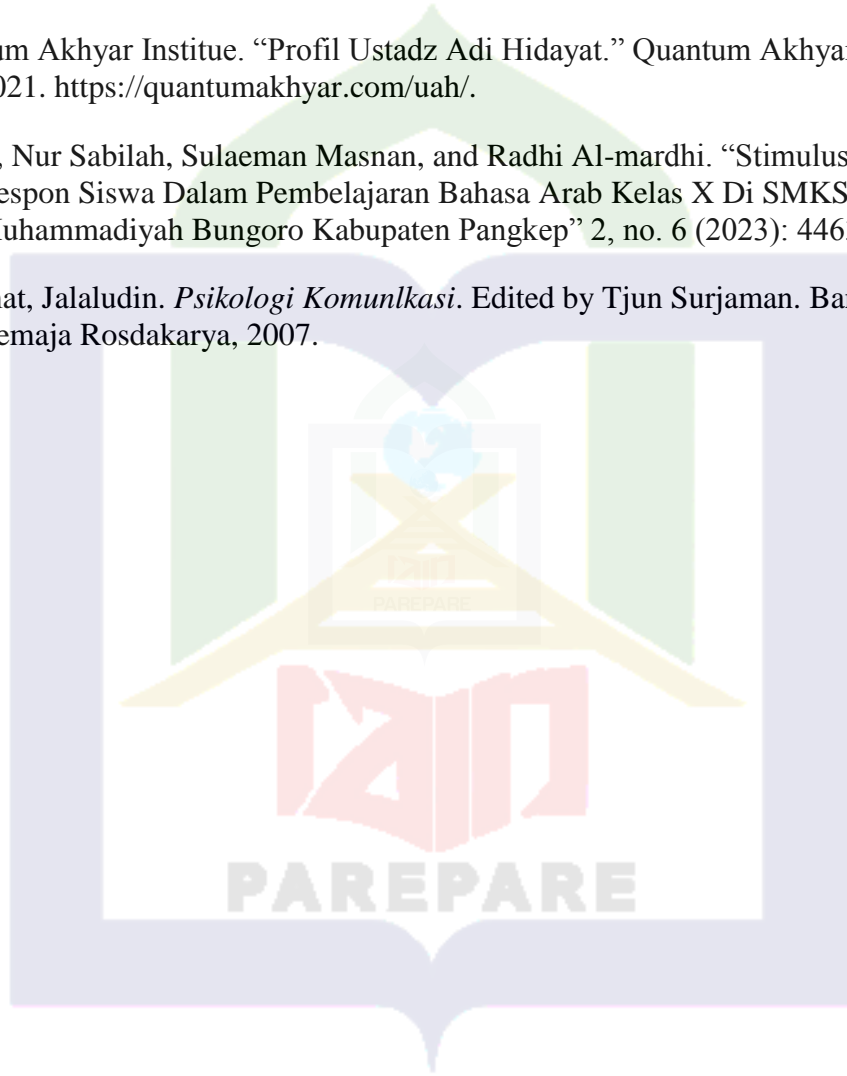
Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Prof. Dr. Lexy J Moleong, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.

Quantum Akhyar Institue. “Profil Ustadz Adi Hidayat.” Quantum Akhyar Institue, 2021. <https://quantumakhyar.com/uah/>.

Rahmi, Nur Sabilah, Sulaeman Masnan, and Radhi Al-mardhi. “Stimulus Guru Dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Kelas X Di SMKS Muhammadiyah Bungoro Kabupaten Pangkep” 2, no. 6 (2023): 4463–67.

Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunlkasi*. Edited by Tjun Surjaman. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B- 3225 /In.39.7/09/2022

Parepare, 22 September 2022

Hal : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi An. FEBRIANA**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I
2. Afidatul Asmar, S.Sos., M.Sos

Di-  
Tempat

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : FEBRIANA  
N I M : 19.3300.065  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
STUDI KASUS USTADZ ADI HIDAYAT PADA CONTENT  
YOUTUBE ADI HIDAYAT

Untuk itu kami memberi amanah Kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

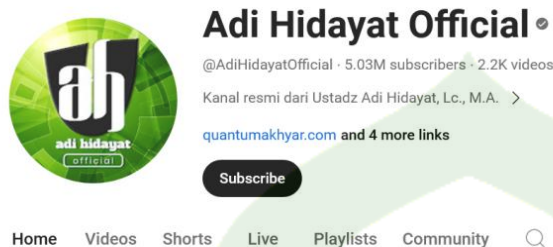
Demikian Surat Penetapan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan, sebelumnya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr.Wb*

Dekan,  
  
A. Nurkidam

PAREPARE





*Gambar 1. Profil akun Youtube Adi Hidayat Official*





*Gambar 2. Konten Dakwah Sumber Rezeki dari Allah*





@venin 4 years ago

Alhamdulillah saya sangat bersyukur bisa menemukan chanel ini dan bisa mengaji dg ustads adi hidayat, meski saya hampir sibuk dg kerjaan tp bisa mengaji lewat video ini, semoga berkah dan di beri kesahatan pada ustad dan teman2 semua  
Aamiin yaa robbal'alamiin


 @yogawanggua 4 years ago  
Ustadz saya pengen banget peluk ustadz , setiap saya melihat ustadz hati saya menangis , saya ingin dekat dengan ustadz , saya ingin duduk bersama, bercerita sama ustadz . Semoga ustadz selalu sehat , selalu dalam lindungan Allah SWT .

 @Nurhidayah 4 years ago  
Assalaamu'alaikum  
Terimah kasih banyak ustaz banyak saya tahu dari ustaz alhamdulillah benda yang saya tak tahu jadi tahu semoga Allah memberi kesehatan selalu kepada ustaz serta keluarga ustaz amin


 @cewe 5 thn lalu  
Subhanallah..manfaat banget ilmunya..  
Semoga kita semua mendapatkan hidayah oleh Allah SWT.. aamiin

 @muja 2 thn lalu  
8:32 Allahumma inni as-aluka 'ilman naafi'a wa rizqon thoyyibaa wa 'amalan mutaqqobbalaa "Ya Allah, aku memohon pada-Mu ilmu yang bermanfaat, rizki yang thoyyib dan amalan yang diterima" (HR. Ibnu Majah) Aamiin  
Terjemahkan ke bahasa Indonesia

**Gambar 6. Konten Dakwah Agar Jin dan Setan Tidak Masuk ke Rumah**

 @pangli 1 year ago  
Terima kasih ustad, benarlah apa yg ustad katakan, dulu saya punya khatir yg berlebihan, seperti was dan takut berlebihan, setelah saya rutin kan membaca surat An nas, alhamdulillah hilang dan menjadi lebih tenang.

 2  Reply

 @ipuka 1 year ago  
Subhanallah,,sangat rinci pencerahan dr UAH,,semoga selalu sehat UAH dan selalu di lindungi Allah SWT dr org2 yg ingin berbuat zholim.

 12  Reply





@Ase [redacted] 2 years ago

Masya Allah.. isinya begitu dalam, mudah2an admin kedepan bisa lebih mencari judul yang tepat untuk content yang begitu berbobot

👍 17 🗨️ Reply



@panglin [redacted] • 1 thn lalu

Terima kasih ustad, benarlh apa yg ustad katakan, dulu saya pnya khatir yg berlebihan, seperti was was dan takut berlebihan, setelah saya rutin kan membaca surat An nas, alhamdulillah hilang dan menjadi lebih tenang.

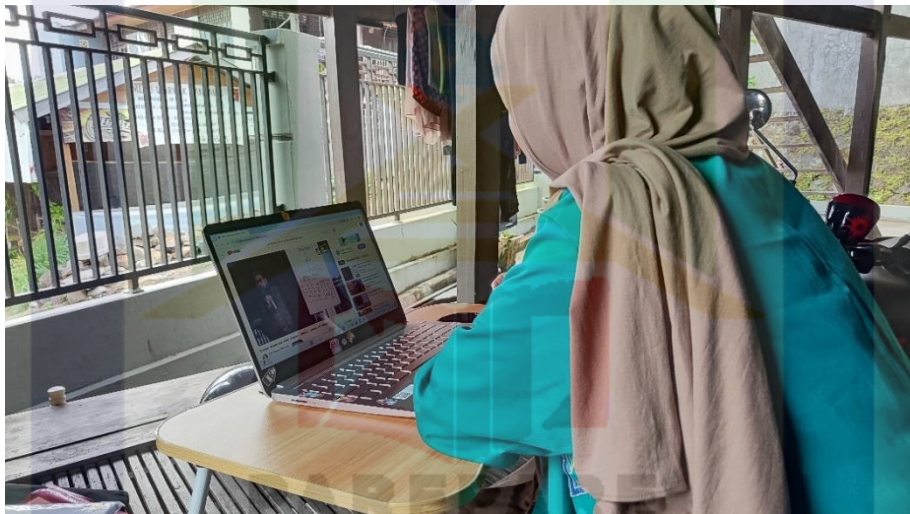
👍 2 🗨️ 📧



**Gambar 5.** Screenshot komentar Followers terhadap Konten dakwah tentang Agar Jin dan Setang Tidak Masuk Ke Rumah

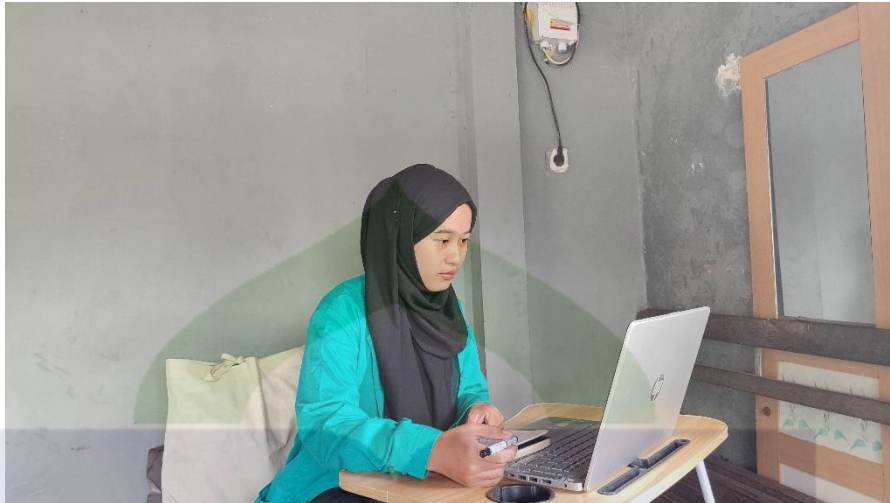
## DOKUMENTASI

### 1. Analisi data





## 2. Pengecekan dan penginputan data





Similarity Report ID: oid:29615:62817907

PAPER NAME

**SKRIPSI FEBRIANA 1.docx**

WORD COUNT

**14946 Words**

CHARACTER COUNT

**96830 Characters**

PAGE COUNT

**88 Pages**

FILE SIZE

**4.8MB**

SUBMISSION DATE

**Jul 15, 2024 9:04 AM GMT+7**

REPORT DATE

**Jul 15, 2024 9:06 AM GMT+7**

● **33% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 32% Internet database
- 10% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 21% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)

**PAREPARE**

Summary

## BIODATA PENULIS



**FEBRIANA**, lahir pada tanggal 5 Februari 2001 di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan penulis merupakan anak 6 dari pasangan suami istri Bapak Laha dan Ibu Nahi. Sekarang penulis menetap di Desa Padang Loang, Kecamatan Patampanua, Kabupaten Pinrang. Penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar di SDN Palita pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 4 Patampanua pada tahun 2013 dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMKN 1 Pinrang dengan mengambil jurusan Perkantoran pada tahun 2016. Kemudian di tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan S1 di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Manajemen Dakwah (MD) di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

Dengan adanya ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul "*Youtube Sebagai Media Dakwah Pada Akun Adi Hidayat Official*".