



Persepsi Pemuda Karang Taruna RW.03 Terhadap Pesan Dakwah “Agar Benar-Benar Taubat” di Channel Youtube Jeda Nulis

The Perception of Karang Taruna RW.03 Youth Toward The Da'wah Message “Agar Benar-Benar Taubat” on The Jeda Nulis Youtube Channel

Muhammad Gilang Ramadhan¹, Rikza Maulan²

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email : glngmdhn4321@gmail.com¹, rikzamaulan@gmail.com²

Article Info

Article history :

Received : 19-10-2026

Revised : 21-10-2026

Accepted : 23-10-2026

Published : 25-10-2026

Abstract

This study aims to describe the perception of Karang Taruna RW.03 youth in Sepanjang Jaya Village, Bekasi City, toward the da'wah message in the video “Agar Benar-Benar Taubat” on the Jeda Nulis YouTube channel, covering the cognitive, affective, and conative aspects as well as the moral (akhlak) dimension of the message. The study was motivated by the declining participation of local youth in face-to-face religious study, even though facilities were available, while their consumption of digital content kept increasing. This research used a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through non-participant observation, in-depth interviews with five active Karang Taruna RW.03 administrators, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model and validated through source and technique triangulation and member checks. Jalaluddin Rakhmat's perception theory served as the analytical framework. The results show that the youth's perception tends to be positive. Cognitively, informants understood repentance not merely as asking for forgiveness but as a process of returning to Allah and improving oneself. Affectively, most informants felt touched, ashamed, and moved to self-reflection, while one informant considered the emotional effect to depend on individual readiness. Conatively, most informants expressed intentions to improve their worship, guard their speech, avoid free association, and choose more beneficial content, although these changes remain largely at the stage of intention. In terms of akhlak, the message strengthened awareness of morals toward Allah, toward oneself, and in social media use. These findings indicate that the Jeda Nulis channel is an effective digital da'wah medium for youth, but it should complement rather than replace face-to-face religious guidance.

Keywords: Perception, Da'wah Message, YouTube, Repentance, Youth

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pemuda Karang Taruna RW.03 Kelurahan Sepanjang Jaya, Kota Bekasi, terhadap pesan dakwah dalam video “Agar Benar-Benar Taubat” di channel YouTube Jeda Nulis, yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif, serta dimensi akhlak dalam pesan tersebut. Penelitian dilatarbelakangi oleh menurunnya partisipasi pemuda setempat dalam pengajian tatap muka, meskipun fasilitasnya tersedia, sementara konsumsi konten digital mereka terus meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif, wawancara mendalam dengan lima pengurus aktif Karang Taruna RW.03, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber dan teknik serta *member check*. Teori persepsi Jalaluddin Rakhmat digunakan sebagai kerangka analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemuda cenderung positif. Pada aspek kognitif, informan memahami taubat bukan sekadar memohon ampunan, melainkan



proses kembali kepada Allah SWT dan memperbaiki diri. Pada aspek afektif, sebagian besar informan merasa tersentuh, malu, dan terdorong untuk introspeksi diri, sedangkan satu informan menilai pengaruh emosional video bergantung pada kesiapan masing-masing individu. Pada aspek konatif, sebagian besar informan menyatakan niat untuk memperbaiki ibadah, menjaga ucapan, menghindari pergaulan bebas, dan memilih konten yang lebih bermanfaat, meskipun perubahan tersebut sebagian besar masih berada pada tahap niat. Pada dimensi akhlak, pesan dakwah memperkuat kesadaran akhlak kepada Allah, kepada diri sendiri, dan dalam bermedia sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa channel Jeda Nulis merupakan media dakwah digital yang efektif bagi pemuda, tetapi sebaiknya diposisikan sebagai pelengkap, bukan pengganti, pembinaan keagamaan secara tatap muka.

Kata Kunci: Persepsi, Pesan Dakwah, YouTube, Taubat, Pemuda

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia memperoleh informasi, termasuk informasi keagamaan. Jika sebelumnya pesan agama terutama disampaikan melalui mimbar masjid, majelis taklim, dan pengajian tatap muka, kini pesan yang sama dapat diakses kapan saja melalui gawai. YouTube menjadi salah satu platform yang paling banyak dimanfaatkan untuk tujuan tersebut. Sejak didirikan pada Februari 2005 dan kemudian diintegrasikan ke dalam ekosistem layanan Google, YouTube berkembang menjadi ruang digital tempat pengguna mengunggah, menonton, dan membagikan video secara gratis kepada khalayak luas (Marti dkk., 2023). Karakter audiovisual dan durasi video yang tidak dibatasi menjadikan YouTube wadah yang sesuai untuk menyampaikan pesan yang membutuhkan penjelasan mendalam (Akbar, 2018).

Video dakwah merupakan media komunikasi yang menyampaikan pesan keagamaan dengan merangsang indera penglihatan dan pendengaran sekaligus. Kemajuan internet dan perangkat seluler mendorong transformasi cara dakwah disampaikan kepada masyarakat sehingga pesan keislaman dapat menjangkau lintas wilayah dengan lebih cepat (Kasir & Awali, 2024). Namun, ruang digital juga menghadirkan tantangan, antara lain maraknya hoaks, fitnah, ujaran kebencian, paham radikal, dan pornografi yang bersaing memperebutkan perhatian pengguna, khususnya generasi muda.

Salah satu pendakwah yang berhasil menjangkau anak muda melalui YouTube adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui channel Jeda Nulis. Gaya komunikasinya yang santai, dialogis, dan tidak menghakimi menarik perhatian segmen pemuda yang selama ini cenderung menilai ceramah keagamaan formal, kaku, dan membosankan (Abdullah, 2021; Anwar dkk., 2024). Salah satu kontennya berjudul "Agar Benar-Benar Taubat" dengan Habib Jindan bin Novel sebagai narasumber. Video ini mengangkat tema taubat dengan pendekatan yang humanis dan empatik serta mengaitkan ajaran taubat dengan realitas psikologis dan sosial anak muda, seperti rasa bersalah, kelalaian, dan pencarian jati diri. Pada saat penelitian dilakukan, video tersebut telah ditonton sebanyak 292.606 kali, disukai sekitar 14 ribu pengguna, dan memperoleh sekitar 520 komentar yang sebagian besar bernada positif.

Fenomena tersebut relevan dengan kondisi pemuda di RW.03 Kelurahan Sepanjang Jaya, Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi. Sebagai wilayah perkotaan, lingkungan ini memiliki akses internet yang baik, dan pemudanya akrab dengan YouTube, TikTok, Instagram, serta WhatsApp. Di sisi lain, partisipasi pemuda dalam kegiatan keagamaan tatap muka tergolong rendah. Ketua RT setempat menuturkan bahwa pengajian khusus remaja setiap malam Sabtu kini vakum, padahal



lingkungan telah menyediakan wifi gratis, konsumsi, dan pengajian tanpa biaya. Sebagian pemuda menilai pengajian di mimbar terlalu serius dan kurang sesuai dengan gaya komunikasi anak muda, sementara gawai lebih banyak digunakan untuk hiburan dan bermain gim.

Penelitian terdahulu telah mengkaji dakwah Habib Husein Ja'far di YouTube dari sisi pesan dakwah dan respons warganet (Abdullah, 2021), strategi komunikasi dakwah moderasi beragama (Anwar dkk., 2024), serta peran video dakwah dalam meningkatkan kesadaran keagamaan remaja (Marti dkk., 2023). Namun, kajian-kajian tersebut umumnya bertumpu pada analisis isi atau komentar warganet dan belum menelusuri secara mendalam bagaimana sekelompok pemuda dalam satu lingkungan sosial memahami, merasakan, dan menindaklanjuti sebuah pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menggunakan kerangka persepsi Jalaluddin Rakhmat. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis persepsi pemuda Karang Taruna RW.03 terhadap pesan dakwah dalam video “Agar Benar-Benar Taubat” pada aspek kognitif, afektif, dan konatif, serta (2) menganalisis persepsi mereka terhadap pesan dakwah tersebut pada aspek akhlak.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi

Rakhmat (2007) memandang persepsi sebagai proses ketika individu menerima stimulus melalui alat indera, kemudian menafsirkan dan mengolahnya sehingga stimulus tersebut menjadi bermakna. Karena setiap orang memiliki perasaan, kemampuan berpikir, dan pengalaman yang berbeda, stimulus yang sama dapat dipersepsikan secara berbeda. Persepsi dipengaruhi oleh faktor fungsional atau personal, seperti kebutuhan, pengalaman, sikap, perhatian, dan kepribadian, serta faktor struktural atau situasional, seperti latar belakang keluarga, informasi yang diterima, kondisi sosial, dan sifat stimulus itu sendiri, misalnya intensitas, kontras, dan gerakan (Rakhmat, 2007; Fuady dkk., 2017).

Persepsi terhadap suatu pesan dapat ditelusuri melalui tiga aspek (Rakhmat, 2007). Aspek kognitif berkaitan dengan pengetahuan, pemahaman, keyakinan, dan cara berpikir terhadap objek yang diamati; semakin dalam pengetahuan seseorang terhadap suatu hal, semakin dalam pula persepsi yang terbentuk (Walgito, 2004). Aspek afektif berkaitan dengan perasaan, emosi, dan sikap yang muncul setelah pesan diterima. Adapun aspek konatif berkaitan dengan kecenderungan bertindak, yaitu dorongan untuk memperbaiki diri, mengurangi perilaku buruk, atau lebih berhati-hati dalam bertindak setelah pesan dipahami dan dirasakan. Ketiga aspek ini menjadi kerangka analisis utama dalam penelitian ini.

Pemuda

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan mendefinisikan pemuda sebagai warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan dan berusia 16 sampai 30 tahun (Republik Indonesia, 2009). Dalam perspektif psikologi perkembangan, Erikson memandang masa muda sebagai tahap pencarian identitas diri. Dorongan kuat untuk menemukan jati diri dapat memunculkan perilaku menyimpang, tetapi sekaligus membuka peluang pembentukan karakter yang matang (Rusuli, 2022). Karakter ini menjadikan pemuda sebagai kelompok sasaran dakwah yang strategis sekaligus rentan.



Dakwah, Pesan Dakwah, dan Dakwah Digital

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti memanggil, mengajak, atau menyeru. Secara istilah, dakwah adalah ajakan kepada manusia untuk menempuh jalan yang diridai Allah SWT (Nur, 2011). Kegiatan dakwah melibatkan dai sebagai pihak yang menyampaikan ajaran Islam dan mad'u sebagai pihak yang menjadi sasaran dakwah (Choirin, 2023). Pesan dakwah adalah isi atau materi dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, dan pandangan ulama, yang disesuaikan dengan kondisi objektif mad'u (Jafar, 2010). Materi tersebut mencakup akidah, syariah, muamalah, dan akhlak. Akhlak tidak hanya menyangkut hubungan dengan sesama manusia, tetapi juga hubungan dengan Allah SWT dan dengan diri sendiri.

Dakwah digital merupakan perkembangan dakwah tradisional yang memanfaatkan platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan *podcast* sehingga menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda. Keberhasilannya ditentukan oleh tiga hal, yaitu kualitas konten yang menarik, edukatif, dan relevan; kredibilitas komunikator yang dipercaya dan mampu membaur dengan anak muda; serta pemilihan platform yang akrab dan mudah diakses oleh khalayak sasaran (Kasir & Awali, 2024).

Taubat

Kata taubat berasal dari bahasa Arab *taba-yatubu-taubatan* yang berarti kembali atau berbalik arah. Dalam konteks keislaman, taubat adalah proses kembalinya seorang hamba kepada Allah SWT setelah terjerumus dalam perbuatan dosa (Arifinsyah dkk., 2022). Menurut Al-Ghazali, taubat yang sah atas dosa yang berkaitan dengan hak Allah mensyaratkan penyesalan yang tulus, berhenti dari perbuatan dosa, dan niat untuk tidak mengulangnya; jika dosa berkaitan dengan hak sesama manusia, ditambah kewajiban mengembalikan hak atau meminta maaf kepada pihak yang dizalimi. Ibnu Qayyim Al-Jauziyah merumuskan syarat yang serupa, yaitu penyesalan mendalam, segera meninggalkan dosa, dan tekad kuat untuk tidak mengulangnya (Nurbani, 2019). Kedudukan taubat ditegaskan dalam QS. At-Tahrim ayat 8 yang menyeru orang-orang beriman untuk bertaubat dengan *taubatan nasuha*, dengan harapan Allah menghapus kesalahan-kesalahan mereka (Sulidar, 2023).

Dalam penelitian ini, syarat-syarat taubat tersebut dipandang sejajar dengan tiga aspek persepsi. Pemahaman tentang dosa dan luasnya ampunan Allah berada pada ranah kognitif, penyesalan berada pada ranah afektif, sedangkan tekad meninggalkan dosa dan memperbaiki diri berada pada ranah konatif. Kesejajaran ini digunakan untuk membaca sejauh mana pesan dakwah tentang taubat diterima oleh informan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus, yaitu penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek dalam konteks alamiah dan menyajikannya dalam bentuk kata-kata (Jumiyati dkk., 2022). Penelitian dilaksanakan di lingkungan Karang Taruna RW.03 Kelurahan Sepanjang Jaya, Jl. Siliwangi, Kampung Rawa Panjang, Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi, sedangkan studi pustaka dilakukan di Perpustakaan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penelitian berlangsung pada bulan



Maret hingga Juli 2026. Objek penelitian adalah persepsi pemuda terhadap pesan dakwah dalam video “Agar Benar-Benar Taubat” di channel YouTube Jeda Nulis.

Informan penelitian berjumlah lima orang pengurus aktif Karang Taruna RW.03 yang dipilih karena keterlibatan aktif mereka dalam organisasi dan telah menonton video secara utuh. Sebelum wawancara, informan menonton video bersama dan berdiskusi untuk memantik tanggapan mereka. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pedoman wawancara terstruktur, observasi non-partisipatif terhadap penggunaan teknologi digital oleh pemuda dalam kehidupan sehari-hari, serta wawancara pendukung dengan Ketua RT setempat. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal, dokumen wilayah, dan data publik channel Jeda Nulis. Aspek yang dikaji beserta pertanyaan pokok wawancara disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Aspek Kajian dan Pertanyaan Pokok Wawancara

Aspek	Fokus Pengamatan	Pertanyaan Pokok
Kognitif	Pengetahuan, pemahaman, dan pemaknaan pesan	Setelah menonton video, pesan apa yang paling sampai kepada kamu?
Afektif	Perasaan, emosi, dan sikap	Bagaimana perasaan kamu setelah menonton video tersebut?
Konatif	Niat, dorongan, dan kecenderungan tindakan	Apakah muncul keinginan untuk memperbaiki diri atau meninggalkan kebiasaan buruk?
Akhlak kepada Allah	Kesadaran taubat dan ibadah	Apakah video ini membuat kamu lebih sadar tentang pentingnya taubat dan mendekatkan diri kepada Allah?
Akhlak kepada diri sendiri	Introspeksi dan pengendalian diri	Menurut kamu, nilai akhlak apa yang paling terlihat dalam video tersebut?
Akhlak bermedia sosial	Selektivitas konten yang dikonsumsi	Apakah kamu jadi lebih memilih atau tertarik pada konten positif di media sosial?

Sumber: Diadaptasi dari Rakhmat (2007) dan pedoman wawancara penelitian (2026)

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Tahap reduksi dilakukan melalui pemeriksaan kelengkapan transkrip (*editing*), pengelompokan data ke dalam kerangka aspek kajian (*organizing*), dan pemberian kode untuk mengidentifikasi pola serta tema (*coding*). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen, serta *member check*, yaitu mengonfirmasi tafsiran peneliti kepada informan. Peneliti juga meningkatkan kredibilitas melalui ketekunan pengamatan dan diskusi dengan teman sejawat (Jumiyati dkk., 2022).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi dan Objek Penelitian

Karang Taruna RW.03 Kelurahan Sepanjang Jaya merupakan organisasi kepemudaan yang menjadi wadah kegiatan sosial dan kemasyarakatan pemuda setempat dengan visi “menjadikan pemuda yang kreatif dengan mengedepankan nilai spiritual karakter budaya bangsa”. Lokasinya yang strategis di kawasan perkotaan memudahkan pemuda mengakses berbagai fasilitas, termasuk internet. Hasil observasi menunjukkan bahwa pemuda lebih banyak menghabiskan waktu di ruang digital dibandingkan mengikuti kegiatan keagamaan secara langsung, sejalan dengan keterangan Ketua RT mengenai vakumnya pengajian remaja.

Channel YouTube Jeda Nulis dikelola oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan bergabung di YouTube sejak 4 Mei 2018. Dalam deskripsi channel-nya, ia menjelaskan bahwa video dibuat untuk menyampaikan Islam yang “adem” karena generasi milenial lebih meminati penyampaian melalui video. Habib Husein Ja'far menempuh pendidikan di Yayasan Pesantren Islam (YAPI) Bangil, Pasuruan, kemudian menyelesaikan studi sarjana Akidah dan Filsafat Islam serta magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Latar belakang tersebut membentuk gaya dakwahnya yang memadukan pendekatan tekstual dan kontekstual dengan bahasa yang santai dan logika yang sederhana.

Karakteristik Informan

Tabel 2. Karakteristik Informan Penelitian

Kode	Nama Informan	Usia	Jabatan di Karang Taruna RW.03
I-1	Syarifah Salsa Nur	23 tahun	Bendahara
I-2	Rafli Arya Saputra	22 tahun	Ketua
I-3	Abdul Jabbar Al Maliki	20 tahun	Bidang Keagamaan
I-4	Bima Sakti	20 tahun	Sekretaris
I-5	Yudi Setyawan	18 tahun	Bidang Dokumentasi

Sumber: Data primer penelitian (2026)

Seluruh informan berusia 18–23 tahun sehingga termasuk kategori pemuda menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009. Kelima informan menyatakan bahwa YouTube lebih sering mereka akses untuk memperoleh informasi dibandingkan menghadiri kajian langsung. Syarifah menilai dakwah melalui YouTube cukup efektif karena lebih mudah dijangkau oleh pemuda.

Persepsi Pemuda terhadap Pesan Dakwah pada Aspek Kognitif

Pada aspek kognitif, seluruh informan menangkap pesan inti video, yaitu ajakan untuk segera bertaubat, memperbaiki diri, dan tidak terus-menerus mengulangi kesalahan yang sama. Meskipun demikian, setiap informan menekankan bagian pesan yang berbeda. Syarifah menangkap pesan tentang luasnya rahmat Allah:



“Kita juga sangat tersentuh karena dalam video disertai dalil... ternyata manusia jangan sampai putus asa sama rahmat Allah. Di video itu dijelaskan kalau setiap orang pasti pernah punya kesalahan dan dosa, tapi Allah masih kasih kesempatan buat berubah dan memperbaiki diri” (Syarifah, wawancara, 7 Mei 2026)

Rafli menangkap pesan tentang pentingnya pergaulan yang baik dan taubat yang dibarengi usaha nyata. Pesan tersebut ia kaitkan langsung dengan kebiasaannya sendiri:

“Bikin saya jadi mikir tentang diri sendiri, terutama soal bagaimana selama ini saya kadang masih suka nyablak ngomong, bikin perasaan orang sekitar sakit mungkin tanpa yang saya sadari, kaya meledek teman” (Rafli, wawancara, 7 Mei 2026)

Abdul memaknai pesan video sebagai pengingat untuk sadar diri sebelum terlambat karena manusia tidak tahu sampai kapan ia hidup. Bima menangkap pesan tentang pentingnya memperbaiki hubungan dengan Allah dan menjauhi maksiat, termasuk pacaran yang ia akui lazim di kalangan pemuda kota. Pemahaman ini terbentuk melalui kisah dari masa Rasulullah SAW terkait perbuatan zina yang disampaikan dalam video. Adapun Yudi menangkap pesan agar tidak terlalu santai terhadap dosa, sekaligus memberikan penilaian kritis terhadap medium dakwah itu sendiri:

“Baik sih menurut gue, karena sekarang anak muda kan lebih sering buka YouTube atau media sosial dibanding datang ke kajian langsung. Tapi pengaruhnya beda-beda juga ke tiap orang, tergantung orangnya mau nerima atau nggak” (Yudi, wawancara, 7 Mei 2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa para informan tidak menerima pesan secara pasif, tetapi aktif mengaitkannya dengan pengalaman pribadi masing-masing. Pemahaman mereka melampaui makna taubat sebagai ucapan memohon ampun dan menjangkau makna taubat sebagai perubahan sikap. Faktor yang memudahkan pemahaman tersebut adalah bahasa yang ringan, materi yang disertai dalil dan kisah, serta contoh yang dekat dengan keseharian pemuda.

Persepsi Pemuda terhadap Pesan Dakwah pada Aspek Afektif

Pada aspek afektif, sebagian besar informan menunjukkan respons emosional yang kuat. Syarifah, yang berlatar belakang lulusan pondok pesantren, merasakan jarak antara kondisi dirinya saat ini dan kehidupannya di pondok:

“Karena saya lulusan pondok ya, gimana saya merasa jauh dari akherat walaupun saya lulusan pondok... Saya jadi ngerasa kalau taubat itu penting banget, bukan cuma buat orang yang dosanya besar aja, tapi untuk semua orang supaya hidupnya bisa jadi lebih baik” (Syarifah, wawancara, 7 Mei 2026)

Rafli merasa tersentuh karena isi pembahasan dekat dengan kehidupan sehari-hari dan menyadarkannya bahwa ia mungkin pernah menyakiti perasaan teman melalui candaan. Abdul menggambarkan video tersebut sebagai “tamparan” yang membuatnya malu kepada diri sendiri, tetapi sekaligus merasa tenang karena diingatkan bahwa Allah selalu membuka pintu taubat. Bima merasa tersadar dan banyak merenung karena isi video terasa seperti gambaran dirinya sendiri.

Berbeda dengan keempat informan lainnya, Yudi menilai video tersebut tidak memberikan pengaruh emosional yang besar baginya:



“Sadar, tapi nggak yang langsung bikin berubah total juga... karena dari sebelumnya juga saya udah lumayan sering nonton konten yang positif... Menurut saya sih balik lagi ke diri masing-masing, karena nonton video doang kalau kitanya nggak ada niat berubah ya bakal gitu-gitu aja” (Yudi, wawancara, 7 Mei 2026)

Perbedaan respons ini memperlihatkan bahwa pesan yang sama dirasakan secara berbeda sesuai latar belakang masing-masing informan. Syarifah merasakan kekhawatiran yang berorientasi spiritual, yaitu hubungan dirinya dengan Allah. Rafli merasakan empati sosial yang berorientasi pada perasaan orang lain, sejalan dengan perannya sebagai ketua yang setiap hari berinteraksi dengan pengurus. Abdul dan Bima merasakan penyesalan atas masa lalu, sedangkan Yudi menempatkan video sebagai pengingat biasa karena telah terbiasa mengonsumsi konten positif.

Persepsi Pemuda terhadap Pesan Dakwah pada Aspek Konatif

Pada aspek konatif, sebagian besar informan menyatakan keinginan untuk berubah, meskipun bentuk perubahan yang direncanakan berbeda-beda. Syarifah menyebut kebiasaan yang ingin ia perbaiki secara spesifik:

“Lebih sadar sama kebiasaan-kebiasaan yang sebenarnya nggak baik kalau terus dilakukan: suka menunda waktu sholat, gampang emosi dan masih suka tidak jaga ucapan. Walaupun perubahan itu nggak langsung, tapi setidaknya ada niat dalam diri buat pelan-pelan” (Syarifah, wawancara, 7 Mei 2026)

Rafli ingin mengurangi kebiasaan melihat konten negatif di media sosial dan memperbaiki perilakunya ketika berinteraksi dengan orang lain. Bima ingin lebih mengontrol diri dan mengurangi pergaulan bebas dengan lawan jenis yang ia akui pernah dijalannya. Abdul menyatakan keinginan mengurangi kebiasaan yang kurang bermanfaat dan lebih menghargai waktu, tetapi secara jujur mengakui keraguannya:

“Niat sepertinya ada, tapi nggak tau sesuai karena kadang udah niat tapi besoknya lupa, tapi bener saya pengen untuk mengurangi kebiasaan yang kurang bermanfaat” (Abdul, wawancara, 7 Mei 2026)

Yudi mengakui adanya pengaruh, tetapi nilainya kecil karena ia sudah terbiasa mengonsumsi konten bermanfaat sebelumnya. Secara keseluruhan, respons konatif informan masih didominasi tahap niat dan kesadaran. Bukti perubahan perilaku yang konsisten memerlukan pengamatan dalam jangka yang lebih panjang. Ringkasan persepsi informan pada ketiga aspek disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Persepsi Informan pada Aspek Kognitif, Afektif, dan Konatif

Informan	Kognitif	Afektif	Konatif
Syarifah	Jangan berputus asa dari rahmat Allah; setiap orang punya dosa dan kesempatan berubah	Merasa jauh dari akhirat walaupun lulusan pondok	Memperbaiki shalat, mengendalikan emosi, dan menjaga ucapan secara bertahap



Informan	Kognitif	Afektif	Konatif
Rafli	Pentingnya pergaulan yang baik; taubat harus dibarengi usaha	Tersentuh; sadar pernah menyakiti teman lewat candaan	Mengurangi konten negatif dan menjaga perilaku saat berinteraksi
Abdul	Sadar diri sebelum terlambat	Malu kepada diri sendiri, tetapi tenang karena pintu taubat terbuka	Mengurangi kebiasaan tidak bermanfaat; masih ragu akan konsistensinya
Bima	Memperbaiki hubungan dengan Allah dan menjauhi maksiat	Tersadar; video terasa sebagai gambaran diri	Mengontrol diri dan mengurangi pergaulan bebas
Yudi	Jangan santai terhadap dosa; pengaruh tergantung individu	Sadar, tetapi tidak tersentuh secara mendalam	Pengaruh kecil karena sudah terbiasa dengan konten positif

Sumber: Data primer diolah (2026)

Persepsi Pemuda terhadap Pesan Dakwah pada Aspek Akhlak

Akhlak kepada Allah. Sebagian besar informan menyatakan bahwa video tersebut menumbuhkan kesadaran untuk mendekatkan diri kepada Allah. Syarifah menyatakan bahwa taubat bukan hanya diucapkan, tetapi harus dibarengi usaha untuk berubah, dan ia menjadi lebih terdorong menjaga ibadah yang kadang masih lalai. Abdul merasa masih memiliki kesempatan menjadi pribadi yang lebih baik karena Allah selalu membuka pintu taubat. Bima menyatakan bahwa setiap manusia pasti memiliki kesalahan dan tetap dapat berubah selama ada niat yang baik. Rafli mengaitkan akhlak kepada Allah dengan menjaga lisan agar hidup lebih tenang dan terarah, sedangkan Yudi kembali menekankan pentingnya niat dari diri masing-masing.

Akhlak kepada diri sendiri. Nilai yang paling menonjol menurut informan adalah introspeksi diri dan kerendahan hati. Rafli menilai manusia tidak boleh merasa paling baik, sedangkan Bima menangkap pesan untuk tidak merendahkan pelaku maksiat. Abdul menekankan pentingnya belajar bersabar, sementara Yudi menyatakan bahwa perubahan membutuhkan proses dan tidak dapat terjadi secara instan.

Akhlak dalam bermedia sosial. Empat informan menyatakan menjadi lebih tertarik pada konten yang bermanfaat. Syarifah dan Rafli sama-sama menyadari bahwa konten yang sering dilihat dapat memengaruhi cara berpikir dan perilaku sehari-hari. Abdul lebih memilih konten yang memberi pencerahan dan motivasi, sedangkan Bima mengaku baru kali ini merasakan ucapan penceramah begitu mengena. Yudi tidak mengalami perubahan berarti karena telah lebih dahulu terbiasa dengan konten positif. Ringkasan temuan aspek akhlak disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Persepsi Informan pada Aspek Akhlak

Dimensi Akhlak	Temuan Utama	Informan
Kepada Allah	Kesadaran bahwa pintu taubat selalu terbuka; dorongan menjaga ibadah, khususnya shalat	Syarifah, Abdul, Bima, Rafli



Dimensi Akhlak	Temuan Utama	Informan
Kepada diri sendiri	Introspeksi, kerendahan hati, kesabaran, dan kesadaran bahwa perubahan membutuhkan proses	Seluruh informan
Bermedia sosial	Lebih selektif dan cenderung memilih konten edukatif, motivatif, dan keagamaan	Syarifah, Rafli, Abdul, Bima

Sumber: Data primer diolah (2026)

Pembahasan

Temuan penelitian ini sejalan dengan pandangan Rakhmat (2007) bahwa persepsi merupakan proses aktif ketika stimulus diterima, ditafsirkan, dan diberi makna sesuai dengan pengalaman individu. Video “Agar Benar-Benar Taubat” berfungsi sebagai stimulus yang sama, tetapi menghasilkan pemaknaan yang beragam. Keragaman tersebut dapat dijelaskan melalui faktor fungsional. Latar belakang pesantren membuat Syarifah lebih peka terhadap kondisi spiritualnya, peran sebagai ketua membuat Rafli lebih peka terhadap relasi sosial, dan kebiasaan Yudi mengonsumsi konten positif membuat pesan tersebut terasa kurang baru baginya.

Respons informan juga mencerminkan tahapan taubat yang dirumuskan Al-Ghazali dan Ibnu Qayyim (Nurbani, 2019). Penyesalan tampak pada pengakuan Syarifah yang merasa jauh dari akhirat serta rasa malu Abdul atas masa lalunya. Keinginan meninggalkan dosa tampak pada niat Bima mengurangi pergaulan bebas, sedangkan tekad untuk tidak mengulangi tampak pada rencana Syarifah memperbaiki kebiasaan secara bertahap. Menariknya, kesadaran Rafli untuk tidak lagi menyakiti teman melalui candaan menyentuh dimensi taubat yang berkaitan dengan hak sesama manusia. Hal ini menunjukkan bahwa pesan taubat tidak hanya dimaknai secara vertikal kepada Allah, tetapi juga secara horizontal dalam relasi sosial.

Keberhasilan pesan dakwah dalam menjangkau informan dapat dijelaskan melalui tiga faktor keberhasilan dakwah digital menurut Kasir dan Awali (2024). Pertama, kualitas konten tercermin dari materi yang disertai dalil dan kisah tetapi disampaikan dengan bahasa yang ringan. Kedua, kredibilitas komunikator tampak dari sosok Habib Husein Ja’far dan Habib Jindan bin Novel yang dikenal lembut, santai, dan tidak menghakimi. Ketiga, pemilihan platform YouTube sesuai dengan kebiasaan informan yang lebih sering mengakses YouTube dibandingkan menghadiri kajian langsung. Temuan ini menguatkan hasil Marti dkk. (2023) dan Abdullah (2021) mengenai respons positif audiens muda terhadap dakwah di YouTube, sekaligus memperluasnya dengan memperlihatkan variasi penerimaan pada tingkat individu.

Namun, penelitian ini juga menemukan batas pengaruh dakwah digital. Respons konatif informan sebagian besar masih berada pada tahap niat, dan Abdul secara terbuka mengakui bahwa niatnya kerap terlupakan keesokan harinya. Pandangan Yudi bahwa pengaruh video bergantung pada kesiapan masing-masing individu menegaskan hal yang sama. Dengan demikian, dakwah digital efektif untuk membangun pemahaman dan menyentuh perasaan, tetapi pembentukan perilaku yang konsisten membutuhkan dukungan lingkungan, keteladanan, dan pembinaan berkelanjutan. Proses penelitian ini, ketika informan menonton video bersama lalu berdiskusi, memperlihatkan satu peluang praktis: konten dakwah digital dapat menjadi materi pembuka untuk



menghidupkan kembali pengajian remaja dalam format yang lebih dekat dengan gaya komunikasi pemuda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pemuda Karang Taruna RW.03 terhadap pesan dakwah dalam video “Agar Benar-Benar Taubat” cenderung positif. Pada aspek kognitif, informan memahami taubat sebagai proses kembali kepada Allah dan memperbaiki diri, bukan sekadar memohon ampunan. Pada aspek afektif, sebagian besar informan merasa tersentuh, malu, dan terdorong untuk introspeksi diri, sedangkan satu informan menilai pengaruh emosional video bergantung pada kesiapan individu. Pada aspek konatif, sebagian besar informan berniat memperbaiki ibadah, menjaga ucapan, mengurangi pergaulan bebas, dan menghindari konten negatif, meskipun perubahan tersebut masih didominasi tahap niat.
2. Pada aspek akhlak, pesan dakwah memperkuat kesadaran akhlak kepada Allah melalui keyakinan bahwa pintu taubat selalu terbuka, akhlak kepada diri sendiri melalui introspeksi dan kerendahan hati, serta akhlak dalam bermedia sosial melalui sikap yang lebih selektif dalam memilih konten.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, pengelola channel Jeda Nulis disarankan mempertahankan gaya dakwah yang komunikatif dan humanis serta memperluas tema yang dekat dengan kehidupan pemuda, seperti etika bermedia sosial, pergaulan, kesehatan mental, dan akhlak kepada orang tua. Karang Taruna RW.03 disarankan memanfaatkan konten dakwah digital sebagai materi kegiatan menonton dan berdiskusi bersama untuk menghidupkan kembali pengajian remaja. Para dai disarankan memadukan dakwah digital dengan pembinaan langsung di masjid, majelis taklim, dan komunitas pemuda agar pesan tidak hanya dipahami, tetapi juga diamalkan. Penelitian ini terbatas pada lima informan dan satu konten video, sehingga penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan yang lebih beragam, membandingkan berbagai platform seperti TikTok dan Instagram, serta mengamati perubahan perilaku dalam jangka yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2021). *Analisis pesan dakwah terhadap respon netizen Habib Ja'far Husein dalam channel YouTube Jeda Nulis* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Akbar, A. (2018). Efektifitas YouTube sebagai media penyebaran informasi (studi pada Serambi on TV). *Jurnal Komunikasi*, 16(2).
- Anwar, A., dkk. (2024). Pemanfaatan new media dalam dakwah moderasi beragama: Analisis strategi komunikasi Habib Ja'far Al-Hadar di YouTube. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 14(2).
- Arifinsyah, dkk. (2022). Taubat dalam pandangan Islam dan Kristen. *Studia Sosia Religia*, 5(1).
- Choirin, M. (2023). *Sejarah dakwah: Capaian, pendekatan dan karakteristik*. Wawasan Ilmu.
- Fuady, I., dkk. (2017). Analisis faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Untirta terhadap keberadaan perda syariah di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1).
- Jafar, I. (2010). Tujuan dakwah dalam perspektif Al-Qur'an: Mempertajam fokus dan orientasi dakwah ilahi. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 34(2), 285–302.



- Jumiyati, S., dkk. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Global Eksekutif Teknologi.
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran video dakwah di YouTube dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 102–108.
- Nur, D. M. (2011). Dakwah: Teori, definisi dan macamnya. *Wardah*, 2(2).
- Nurbani, M. (2019). Urgensi pembahasan taubat dalam perspektif hadis. *Holistic al-Hadis*, 5(1).
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan*.
- Rusuli, I. (2022). Psikososial remaja: Sebuah sintesa teori Erik Erikson dengan konsep Islam. *Jurnal As-Salam*, 6(1), 75–89.
- Sulidar. (2023). Energi taubat dalam perspektif Alquran dan As-Sunnah. *Al-Kaffah*, 11, 307–321.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi umum*. Andi Offset.