



Persepsi Mahasiswa KPI Angkatan 2020 Tentang Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Media Channel Youtube Adi Hidayat Official

Perceptions of KPI Class of 2020 Students Regarding Ustadz Adi Hidayat's Da'wah Through the Adi Hidayat Official Youtube Media Channel

Jamil^{1*}, Muhammad Yasin², Muhammad Syahrudin³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Email : sakapeungjh@gmail.com¹, muhammad.yasin@unismuh.ac.id², ajisyahar.fa@gmail.com³

Article Info

Article history :

Received : 22-08-2024

Revised : 27-08-2024

Accepted : 29-08-2024

Published : 31-08-2024

Abstract

This research aims to determine the perceptions of KPI students class of 2020 regarding the preaching of Ustadz Adi Hidayat through the Adi Hidayat Official YouTube channel. Then, to find out what are the supporting and inhibiting factors for KPI students class of 2020 in understanding Ustadz Adi Hidayat's preaching through the Adi Hidayat Official YouTube channel. This research is qualitative research, namely research that uses qualitative descriptive data analysis techniques, namely data that is collected, selected then interpreted and conclusions drawn. Data collection techniques in this research used observation, interviews and documentation methods. This research is located at the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Muhammadiyah University of Makassar Jl. Sultan. Alauddin No. 259. Makassar City, South Sulawesi Province. This research will take place during August-October 2023. The results of this research were that 10 KPI students perceived that they had a good understanding of the concept of da'wah conveyed by Ustadz Adi Hidayat via YouTube videos. Apart from the delivery method being clear and interesting, the preaching delivered is relevant to current issues. Ustadz Adi Hidayat succeeded in reaching and influencing many KPI students, this shows that digital media such as YouTube can be an effective means of conveying da'wah messages to the younger generation. The supporting factor is the YouTube application itself, because its features are easy to understand, making it easier for all groups to access this application. The inhibiting factors are mostly due to limited internet quota and each individual's free time.

Keywords : Adi Hidayat, Da'wah, Perception, YouTube

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa KPI angkatan 2020 tentang dakwah ustadz Adi Hidayat melalui media channel youtube Adi Hidayat Official. Kemudian untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat mahasiswa KPI angkatan 2020 dalam memahami dakwah ustadz Adi Hidayat melalui media channel youtube Adi Hidayat Official. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yakni sebuah penelitian yang menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yakni data yang terkumpul, dipilih kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan. Alauddin No.259. Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini berlangsung selama bulan Agustus-Oktober 2023. Adapun hasil penelitian ini adalah sebanyak 10 orang persepsi mahasiswa KPI memiliki



pemahaman yang baik tentang konsep dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat melalui video Youtube. Selain metode penyampaiannya yang jelas dan menarik dakwah yang disampaikan relevan dengan isu-isu kekinian. Ustadz Adi Hidayat berhasil menjangkau dan mempengaruhi banyak mahasiswa KPI, hal ini menunjukkan bahwa media digital seperti Youtube dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi muda. Adapun faktor pendukung adalah dari aplikasi Youtube itu sendiri, karena fiturnya mudah dipahami sehingga memudahkan semua kalangan untuk mengakses aplikasi ini. Adapun faktor penghambat sebagian besar karena keterbatasan kuota internet dan waktu luang dari setiap pribadi.

Kata Kunci : Adi Hidayat, Dakwah, Persepsi, Youtube

PENDAHULUAN

Menjalani proses kehidupan sekarang ini, hampir setiap manusia menjadi sangat berkembang, apalagi di era teknologi yang serba canggih. Seiring dengan perkembangan zaman pula, dengan situasi dan kondisi manusia dihadapkan harus saling berinteraksi dengan manusia lainnya, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Proses interaksi antar sesama manusia ini disebut dengan komunikasi. Secara luas, komunikasi merupakan “pokok” atau “inti” dari kehidupan manusia, karena dengan komunikasi yang efektif dapat memudahkan kita untuk meningkatkan relasi dengan orang lain dalam hubungan personal, kelompok, organisasi, komunitas, maupun Masyarakat (Alo Liliweri, 2015).

Dengan komunikasi, perilaku dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat mudah dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan tersebut. Pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti radio, televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar Perjalanan kehidupan manusia sebenarnya menunjukkan bahwa kita semua

terlibat dan sibuk dalam berbagai kegiatan sehari-hari melalui komunikasi dalam berbagai bentuk, cara, dan prosedur yang sukses atau gagal (Alo Liliweri, 2015). Oleh karena itu, kefasihan dari proses di mana informasi disampaikan dan diterima sangatlah penting untuk mencegah terjadinya *miscommunication* ataupun pengiriman informasi yang memakan waktu yang cukup lama. Berdasarkan uraian tersebut, media komunikasi lahir dan terus dikembangkan seiring dengan perkembangan teknologi digital yang bertujuan untuk mempermudah proses komunikasi.

Komunikasi memerlukan proses komponen yang memengaruhi bagaimana sebuah informasi diproses dan berjalan, proses ini akan diskemakan sebagai model “*of communication systems a mathematical function*” sebagaimana proses transmisi dalam radio atau televisi (Rulli Nasrullah, 2015). Dalam proses ini, komponen utama adalah sumber informasi, bisa berbentuk manusia, atau alat yang memproduksi pesan atau urutan kalimat yang dikomunikasikan. Komponen kedua adalah *transmitter* atau media yang mentransmisikan pesan. Transmisi inilah yang mengubah pesan dari sumber menjadi sinyal sehingga bisa disebarkan melalui medium



komunikasi. Komponen ketiga pula adalah *channel* yang merupakan medium dalam perjalanan pesan. Sinyal yang dipancarkan itu melewati medium sehingga pesan yang diproduksi oleh *transmitter* bisa diterima oleh *mad'u (audiens)*. Proses komunikasi antarindividu dan kelompok terjadi secara interaktif melalui jaringan internet (*international networking*) di media *online* yang kemudian melahirkan masyarakat maya (*cyberspace community*), yang warganya setiap hari bertambah tidak kurang dari 5.000 orang (Deddy Mulyana, dkk., 2011).

Seiring dengan perkembangan media komunikasi yang semakin pesat yang keberadaannya tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sehingga dengan media proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat dan bisa menjangkau ke berbagai kalangan. Media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain serta memungkinkan manusia lebih mudah untuk berinteraksi secara *real time* kapanpun dan dimanapun berada dan tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Menurut riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada 2014 yang melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial jauh lebih banyak dibandingkan mengakses media tradisional (Rulli Nasrullah, 2015).

Dalam arti luas, media sosial merupakan salah satu bentuk *platform online* dimana para pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber dari *Wordpress, Sharepoint, Youtube, Facebook* dan lain-lain. Media sosial terpecah kepada banyak bagian, antaranya adalah media jejaring sosial (*sosial networking*), jurnal *online (blog)*, media berbagi (*media sharing*), penanda sosial (*sosial bookmarking*), media konten bersama atau *Wiki* (Rulli Nasrullah, 2015). Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitas penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media ini adalah *Youtube, Flickr, Photo bucket*, atau *Snapfish*. Kehadiran *youtube* memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan audio-visual yang bersaing dengan program di televisi tersebut. Tidak hanya itu, waktu yang disediakan, sumber yang tanpa batas, serta bisa diakses kapan dan di mana saja, menyebabkan kehadiran internet dan media-media di dalamnya menjadi lebih mendominasi. *Youtube* adalah situs *web video sharing* (berbagi video) dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di *youtube* adalah klip musik (video klip), film, TV, kuliah agama, serta video buatan para penggunanya sendiri (Alo Liliweri, 2015).

Youtube dimanfaatkan penggunanya sebagai media untuk melihat berbagai konten dan *channel video*. Seperti yang dapat kita peroleh sekarang *youtube* memfasilitasi penggunaannya untuk menyampaikan berbagai informasi serta bisa di akses oleh semua orang dan dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video. Sementara itu, dakwah juga memiliki target *audience* atau masyarakat umum untuk menjadi target *youtube* khususnya mahasiswa

Media *youtube* sering digunakan mahasiswa sebagai sarana dakwah. Selain itu pengguna *youtube* juga dapat mengakses video-video dakwah, serta syariat Islam yang dapat dikomunikasikan dengan benar. Melalui media *youtube* mahasiswa dapat mengulangi pelajaran yang telah didapatkan di kampus sebagai video pembelajaran ataupun tutorial. Menurut Suryaman,



youtube memiliki kelebihan bagi mahasiswa sebagai media pembelajaran yaitu, informatif, potensial, praktis, lengkap dan interaktif (Muhammad Arifin, dkk., 2022).

Youtube dinilai sebagai media sosial yang paling populer sehingga memberi *oppertunity* dari dunia edukasi karena pelaku dunia edukasi dituntut inovatif, kreatif membuat media-media pembelajaran, memberi *interesting* bagi peserta didik dalam hal ini mahasiswa, dimana *youtube* ini digunakan sebagai media dakwah. Didalamnya ada *platform sharing video*, memungkinkan secara mandiri mahasiswa membagikan informasi dan mencari pengetahuan baik praktik maupun teori

Media *youtube* tetap menjadi pilihan utama, karena *youtube* memberikan pengaruh signifikan dalam memperkenalkan dan memberi pengaruh positif terhadap menyampaikan informasi (Farida Nur Rahma, 2020). Maka dari itu sangat diperlukan kemaksimalan media sosial sebagai alat berdakwah baik itu dikalangan masyarakat umum maupun mahasiswa.

Dakwah adalah mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi yang lebih baik dalam segala bidang (Moh. Ali Aziz, 2004). Kewajiban kita sebagai umat muslim adalah menyampikan pesan-pesan dakwah agar agama dapat berkembang secara baik dan lebih luas sehingga banyak orang memeluk agama Islam.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan merekalah orang-orang yang beruntung”.(Kemenag RI, 2016).

Dalam ayat ini Allah memerintahkan kita untuk umat Islam agar diantara mereka ada sekelompok orang yang selalu bergerak dalam bidang dakwah yang selalu memperingati apabila sudah nampak gejala perpecahan dan pelanggaran terhadap ajaran agama. Dengan cara mengajak dan menyeru manusia untuk melakukan kebajikan serta menyeru kepada yang makruf dan menjauhi yang mungkar.

Kita sebagai umat manusia diwajibkan berdakwah, akan tetapi dalam berdawah kita harus juga memperhatikan tatanan serta cara terbaik dalam sebuah ladang dakwah baik pada tempat, waktu, dan objek. Tidak sembarang *da'i* dapat menyampaikan pelajaran, namun harus diiringi dengan cara yang bagus dan indah.

Sebelum menyampaikan dakwah seorang *da'i* harus memilih tema yang menarik dan harus sesuai dengan keadaan *mad'u* nya serta memahami isi materinya, namun itu saja tidak cukup untuk menjadikan dakwah diterima oleh *mad'u*, seorang *da'i* juga harus mengemas pesan dakwahnya agar mudah diterima *mad'u*. Kemampuan memilih dan mengolah kata serta gaya bahasa sehingga dapat mempengaruhi berhasil atau tidaknya sebuah pesan dakwah yang disampaikan.



Dakwah memiliki tantangan yang berat di era kekinian saat ini. Apalagi beriring dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan. Disamping itu, media juga dapat memberikan pengaruh yang sangat besar dalam menyampaikan dakwah Islam. Berdakwah melalui media merupakan kajian salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah. Di mana media adalah suatu alat perantara untuk pemahaman makna dan materi yang ingin disampaikan (<https://www.e-jurnal.com>, 2013).

Pada hari ini, banyak sekali *da'i* yang memodifikasi metode dakwahnya dengan menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Salah satunya yaitu Ustadz Adi Hidayat melalui media *youtube* yaitu melalui *channel* pribadinya yakni Adi Hidayat *Official* yang sangat memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam, video ceramah-ceramahnya banyak di bagikan kembali ke media sosial, bukan hanya *youtube* tetapi juga *instagram* dan lain-lain.

Pada dasarnya, *youtube* merupakan situs *web* yang sangat digemari berbagai kalangan, terutama dilingkungan mahasiswa. Mahasiswa adalah seorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan di salah satu perguruan tinggi (Hartaji, 2021). Banyak sekali mahasiswa sekarang menggunakan media *youtube* untuk menjadikan salah satu media pembelajaran, seperti pada mahasiswa angkatan 2020 di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, kebanyakan dari mereka mencari video-video ceramah untuk mempelajari bagaimana gaya bahasa dan cara menyampaikan dakwah dengan benar sehingga mudah dipahami oleh *mad'u*nya. Karena mahasiswa semester akhir di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam melakukan praktek secara langsung ke lingkungan masyarakat.

Universitas Muhammadiyah Makassar terletak di Jl, Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar) yang berdiri sejak 19 Juni 1963. Fakultas Agama Islam merupakan salah satu di antara dari tujuh fakultas di Unismuh Makassar. Fakultas Agama Islam mempunyai 6 jurusan, salah satunya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dari data yang diperoleh peneliti, jumlah mahasiswa KPI yang mendaftar pada angkatan 2020 adalah sebanyak 113 orang, yang terbagi 45 orang putra dan 68 putri (Data di ambil tanggal 14 Juni 2023). Penulis melakukan penelitian terhadap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada angkatan 2020 dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam terhadap permasalahan tersebut dan dituangkan dalam skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa KPI Angkatan 2020 Tentang Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Media Channel Youtube Adi Hidayat Official”**.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian ini membutuhkan data-data melalui wawancara dan observasi. Penelitian kualitatif merupakan



proses pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sumber kunci *instrument*. Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif (Albi Anggito dan Johan Setiawan, 2018). Dalam pendekatan kualitatif ini peneliti menggunakan metode dan mengkaji dan meneliti secara langsung hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian, bukan dengan melihat data melalui statistik maupun perhitungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biografi Ustadz Adi Hidayat

Dr.(HC) Adi Hidayat Lc., M.A. atau biasa dikenal dengan Ustadz Adi Hidayat (UAH) lahir di Pandeglang, Banten, pada 11 September 1984 ([http://www.akhyar.tv/profil-ustadz-adi-hidayat/diakses pada 2 Februari 2024](http://www.akhyar.tv/profil-ustadz-adi-hidayat/diakses%20pada%202%20Februari%202024)). Beliau lahir dari pasangan Warso Supena (Ayah) dan Hj. Rafiah Akhyar (Ibu) ([http://www.Biografiku.com/profil-dan-biografi/ustadz-adi-hidayat-lc-ma/diakses pada 2 Februari 2024](http://www.Biografiku.com/profil-dan-biografi/ustadz-adi-hidayat-lc-ma/diakses%20pada%202%20Februari%202024)). Putra ke empat dari lima bersaudara (Adi Hidayat, 2012). Beliau memiliki saudara yaitu: Ima Rakhmawati, Neng Inayanti, Ita Haryati, dan Ade Rahmat. Beliau mengawali pendidikannya di TK Pertiwi Pandeglang pada tahun 1989 dan lulus dengan predikat siswa terbaik. Beliau melanjutkan Pendidikan Dasar di SDN 3 Pandeglang di jenjang kelas 4 hingga kelas 6. Di dua sekolah ini, beliau kembali mendapatkan predikat siswa terbaik, hingga beliau dimasukkan dalam kelas unggulan yang menghimpun seluruh siswa terbaik tingkat dasar di wilayah Pandeglang. Dalam program tersebut beliau juga menjadi siswa teladan dengan peringkat pertama. Selama proses Pendidikan dasar ini, ustadz Adi Hidayat juga disekolahkan di Madrasah Salafiyah Sanusiyyah Pandeglang. Pagi sekolah umum, siang hingga sore sekolah agama. Di Madrasah ini beliau juga menjadi siswa berprestasi dan selalu menjadi ceramah cilik disetiap sesi wisudah santri ([http://www.Biografiku.com/profil-dan-biografi/ustadz-adi-hidayat-lc-ma/diakses pada 4 Mei 2024](http://www.Biografiku.com/profil-dan-biografi/ustadz-adi-hidayat-lc-ma/diakses%20pada%4%20Mei%202024)).

Pada tahun 1997, beliau melanjutkan Pendidikan Tsanawiyah hingga Aliyah (Sederajat SMP-SMA) di Ponpes Darul Arqam Muhammadiyah Garut. Di Ponpes ini beliau mendapatkan bekal dasar utama dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan, baik ilmu umum maupun ilmu agama. Guru utama beliau, Buya KH. Miskun As-Syatibi adalah orang yang paling berpengaruh dalam menghadirkan kecintaan beliau terhadap Al-qur'an dan pengalaman pengetahuan. Selama masa Pendidikan ini beliau telah meraih banyak penghargaan baik di tingkat pondok, Kabupaten Garut, bahkan Provinsi Jawa Barat ([http://www.akhyar.tv/profil-ustadz-adi-hidayat/diakses pada 2 Februari 2024](http://www.akhyar.tv/profil-ustadz-adi-hidayat/diakses%20pada%202%20Februari%202024)).

Di awal tahun 2011 beliau aktif mengajar Bahasa arab di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Dua tahun kemudian beliau berpindah ke Bekasi dan Mendirikan Quantum Akhyar Institut, Yayasan yang bergerak di bidang studi Islam dan pengembangan dakwah. Sejak awal mengisi kajian-kajian, Ustadz Adi Hidayat tidak pernah dengan sengaja menjadikan dirinya eksis di kalangan warga net maupun media sosial, bahkan beliapun mengatakan bahwa beliau jarang memainkan *Youtube*, *Facebook*, dan media sosial lainnya. Hal tersebut bermula dari



salah satu Jemaah yang merekam beliau saat mengisi kajian. Karena merasa kajiannya bagus, maka beliau meminta izin untuk di unggah dan banyak respon baik dari masyarakat.

Akhirnya pada November 2016 beliau dengan kedua sahabatnya Heri Sukari dan Roy Winarto mendirikan Akhyar TV sebagai media dakwah utama tujuannya agar menjadi saluran resmi dan media penyiaran Islami juga agar materi dakwah beliau lebih utuh dan menyeluruh. Video ceramahnya pun kini dapat dijumpai dan banyak diunggah di berbagai media sosial mulai dari *Instagram, Facebook dan Youtube*. Kini akun *channel Youtube* resmi adalah Ustadz Adi Hidayat Official. Beliau juga aktif menjadi narasumber keagamaan baik ta'lim, seminar, tabligh akbar dan sebagainya. Beliau juga rajin menulis karya dalam Bahasa arab maupun Indonesia (<http://www.Biografiku.com/profil-dan-biografi/ustadz-adi-hidayat-lc-ma/diakses> pada 4 Mei 2024).

Peneliti telah melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui media channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official. Adapun yang menjadi populasi disini adalah mahasiswa program studi KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) Angkatan 2020.

Dapat disimpulkan bahwa menurut Risnilasari Jamaluddin persepsi terhadap dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat sangat baik, karena melihat dari jumlah *subscriber* dan *viewers* dari akun Youtubanya sangat banyak sehingga inilah yang menjadi acuan bahwa dakwah yang disampaikan banyak diminati, selain daripada itu cara penyampaian pesan dakwahnya singkat padat dan jelas sehingga mudah dipahami.

Dari penjelasan narasumber di atas, disimpulkan bahwa menurut Jamil Hasyim T, setelah melihat dan mendengarkan konten yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat itu mempengaruhinya dalam menerima ilmu dakwah dan mengubah cara pandanginya dalam berkehidupan karena menurutnya persepsi tentang konten dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat selalu mengarah pada hal-hal yang baik.

Dari hasil wawancara di atas, peneliti menemukan berbagai sudut pandang dan persepsi tentang dakwah ustadz Adi Hidayat di media Youtube, menurutnya selain penyampaian diksi dakwahnya yang singkat dan jelas penggunaan akan gaya bahasa sangat mempengaruhi *audiens* karena mempunyai daya tarik tersendiri dalam menyampaikan dakwah melalui media Youtube apalagi media ini sangat mudah di akses oleh semua kalangan.

Dari penjelasan narasumber di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa persepsi narasumber terhadap ustadz Adi Hidayat adalah seorang ulama yang tingkat penguasaan ilmu Al-Qur'an yang sangat luar biasa, kekuatan hafalan, metode menghafal dan metode penyampaian dakwahnya melalui hafalan posisi ayat dan arti ayat Al-Qur'an menjadi karakter tersendiri ustadz Adi Hidayat yang tidak banyak dimiliki oleh ulama lain, selain cara pembawaan dakwahnya yang mudah menyentuh hati, keluasan ilmu yang dimilikinya menjadi salah satu



daya tarik tersendiri sehingga narasumber belajar banyak ilmu agama Islam yang disajikan di akun Youtubanya.

Dalam penggunaan media sosial Youtube tentunya akan banyak faktor yang akan mempengaruhi kedepannya, salah satu di antaranya adalah faktor pendukung dan faktor penghambat. Setiap faktor tersebut akan memberikan dampak pada mahasiswa KPI Angkatan 2020 tersebut terutama yang memang memfokuskan belajar ilmu agama Islam melalui media channel Youtube. Tentu dengan adanya faktor itu akan menguji bagaimana tingkat keistiqomahan mahasiswa dalam mempelajari ilmu agama Islam melalui Youtube ustadz Adi Hidayat Official

a. Faktor Pendukung

Tentunya akan ada faktor pendukung yang akan membuat *audiens* atau narasumber bisa lebih mudah mengakses dan memahami konten dari *channel* Youtube Ustadz Adi Hidayat Official, di antaranya adalah:

1) Aplikasi Youtube

Salah satu faktor pendukung yang dirasakan oleh mahasiswa KPI Angkatan 2020 yaitu karena aplikasi media Youtube itu sendiri. Karena aplikasi ini cukup memadai, aplikasi yang lagi naik daunnya saat sekarang ini dan banyak diminati orang-orang. Mudah dalam penggunaannya sehingga walaupun pemula tapi bisa belajar dengan cepat, tidak ada fitur yang sulit digunakan, penyebaran informasi yang *update* dan cepat. Oleh karena itu *platform* Youtube memungkinkan mahasiswa untuk mengakses konten dakwah ustadz Adi Hidayat kapan saja dan dimana saja sesuai dengan waktu luang mereka.

2) Kredibilitas Ustadz Adi Hidayat

Kredibilitas dan reputasi ustadz Adi Hidayat sebagai seorang pendakwah yang dihormati dan diakui oleh Masyarakat Islam juga dapat menjadi faktor pendukung yang membuat mahasiswa tertarik untuk memahami dakwahnya. Selain kredibilitas yang mumpuni aspek produksi kualitas konten yang di sajikan melalui media channel Youtubanya menarik dan menginspirasi sehingga dapat membantu mahasiswa dalam memahami dakwah tersebut

Dari beberapa pernyataan narasumber di atas, peneliti menyimpulkan bahwa ada banyak faktor pendukung dalam memahami konten dakwah ustadz Adi Hidayat melalui media channel Youtube, yaitu faktor dari aplikasi Youtube itu sendiri dimana media ini selain mudah di akses cara penggunaannya sangat mudah di pahami baik untuk pemula apalagi orang lama. Selain faktor itu, faktor dari kredibilitas ustadz Adi Hidayat sendiri yang dimana keluasan wawasan keilmuan yang dimilikinya tidak diragukan lagi, selain metode penyampaiannya yang mudah dipahami, ia juga selalu membahas tentang problematika umat serta nasihat yang sesuai dengan keadaan sekarang. Serta penyajian konten-kontennya, visualisasi gambar, artikulasi cara penyampaian yang menjadi daya tarik tersendiri oleh ustadz Adi Hidayat yang sehingga mad'u selalu menunggu konten-



kontennya di media lain khususnya di *platform* Youtube. *Channel* Youtube beliau juga dapat dijadikan tempat referensi ilmu agama Islam bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, karena memang prodi KPI ini lebih menjuruh untuk berdakwah.

b. Faktor Penghambat

Tentunya tidak semua kegiatan ataupun aktivitas yang dilakukan akan berjalan mulus-mulus saja, pasti akan ada hambatan-hambatan yang akan dilalui terlebih dahulu untuk menggapai tujuan dan hasil yang baik. Begitu pula dalam menuntut ilmu agama Islam baik secara *offline* ataupun secara *online* ada begitubanyak cobaan atau rintangan yang akan menguji sampai dimana batas kemampuan kita untuk melewati ujian ini. Seperti halnya yang dirasakan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang mempelajari ilmu agama Islam dari ustadz Adi Hidayat melalui media *channel* Youtubanya tidak sedikit mengalami faktor penghambat mahasiswa KPI angkatan 2020 tersebut di antaranya:

1) Keterbatasan Kuota Internet

Sebagian besar mahasiswa KPI angkatan 2020 adalah mahasiswa rantau yang sebagian tinggal di kos-kosan ataupun di masjid yang tentunya tidak difasilitasi dengan akses kuota internet atau WiFi, sehingga untuk mengakses internet harus membeli kuota terlebih dahulu dan Youtube merupakan salah satu media sosial yang bisa menghabiskan banyak kuota internet. Inilah yang menjadi salah satu faktor penghambat mahasiswa KPI angkatan 2020 dalam menggali informasi ilmu agama Islam melalui media *channel* Youtube ustadz Adi Hidayat Official,

2) Faktor dalam diri sendiri

Selain faktor keterbatasan kuota internet tadi, ada juga faktor penghambat yang tidak kalah rumit yakni faktor dari dalam diri kita sendiri, karena walaupun kita memiliki kuota yang banyak waktu yang luang tetapi rasa godaan malas itu datang, pasti segala aktivitas yang akan kita lakukan bisa tertunda, apalagi dalam menuntut ilmu agama Islam tentu cobaannya begitu besar, begitu juga yang dirasakan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam hal mempelajari ilmu agama Islam melalui *channel* Youtube ustadz Adi Hidayat yang terkadang ada rasa malas yang hadir dari diri setiap kita masing-masing.

KESIMPULAN

Dari hasil *observasi*, wawancara dan pengumpulan data maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

Mayoritas persepsi mahasiswa KPI Angkatan 2020 memiliki pemahaman yang baik tentang konsep dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat melalui video Youtube. Mereka menganggap dakwah tersebut relevan dengan isu-isu kekinian dan mampu menyampaikan pesan-



pesan agama secara jelas dan menarik. Mereka menganggap dakwah tersebut memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran agama dan memberikan motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Melalui media channel Youtube Adi Hidayat Official, Ustadz Adi Hidayat berhasil menjangkau dan mempengaruhi banyak mahasiswa KPI Angkatan 2020. Hal ini menunjukkan bahwa media digital seperti Youtube dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi muda.

Faktor pendukung mahasiswa KPI Angkatan 2020 ini adalah dari aplikasi Youtube itu sendiri, karena fiturnya mudah dipahami sehingga memudahkan semua kalangan untuk mengakses aplikasi ini, baik itu orang awam sekalipun. Adapun faktor penghambat mahasiswa KPI Angkatan 2020 sebagian besar karena keterbatasan kuota internet untuk mengakses aplikasi Youtube ini, selain itu ada pula faktor dari pribadi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an dan Terjemahnya. Kementrian Agama RI.2016.Cet. 4; Jl. Sekretaris Indah No. 33, Bandung.
- Ahmad, Muthi'. 2019. *Fenomena Medsos*. t.t. Guepedia.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 1; Jawa Barat: Jejak.
- Arifin, Muhammad. 2022. *Media Pembelajaran Berbasis ICT*, Cet. 1; Medan: Umsupress.
- Aziz, Moh. Ali.2004. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chandra, Edy. 2017. *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*. Universitas Tarumanagara Jakarta. Vol.1.
- eprint.uny.ac.id Diakses Pada Tanggal 19 Juni 2023 pukul 23:39.
- Hartaji, Damar A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.Pustaka Setia.
- <https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-media-pembelajaran.html>
- Irwanto.2002. *Psikologi Umum*, Jakarta: PT. Prehallindo.
- Khairuni, Nisa. 2016. *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak*. Banda Aceh.
- Kurniawan, Heru. 2021. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Mahmud, Damayati.1990. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: BPEE.
- Masruroh, Lina. 2020. *Komunikasi Persuasif dalam Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Mubarok, Achmad.1997. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Firdaus.



- Mulyana, Deddy, dkk. 2011. *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution, Ismail. 2021. *Studi Ilmu Dakwah Kontemporer*. Cet. 1; Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya.
- Rahma, Farida Nur. 2020. *Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19*. Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center.
- Rahmat, Jalaluddin. 2011. *“Psikologi Komunikasi”*. Bandung: Rosdakarya.
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Cet. 1; Surabaya: CV. Jaka Media Publishing.
- Saputra, Wahidin. 2012 *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sobur, Alex. 2013. *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Thaib, Erwin Jusuf. 2021. *Problematika Dakwah di Media Sosial*. Cet. 1; Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Thalha, Alhamid dan Budur Anifia, 2019. *Resume Instrumen Pengumpulan Data (Sekolah Tinggi Agama Islam, Sorong)*.
- Walidain, Birul GP ANSOR. 2021. *Dalam Pengembangan Karakter Kebangsaan*, (Gue Pedia).
- Wibowo, Hamid Sakti. 2021. *SEO Youtube Untuk Youtuber Pemula*. Cet. 1; Semarang: Tiramedia.
- Wibowo, 2013. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.