



ANALISIS METODE DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT DALAM TAYANGAN YANG BERJUDUL “ALASAN MENGAPA DOA KITA TIDAK DIJABAH OLEH ALLAH” TERHADAP PERSEPSI VIEWERS

Shabna Dafita^{1✉}, Imang Maulana², Muhammad N. Abdurrazaq³

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: shabnadafita@gmail.com^{1✉}, imang@iai-alzaytun.ac.id², kholish@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini mengkaji metode dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam YouTube Channel Adi Hidayat Official dan respon mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI Al-AZIS terhadap video “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi terhadap YouTube Channel Adi Hidayat Official dan mahasiswa KPI Angkatan 8. Peneliti melakukan wawancara dengan subscriber atau pengikut channel YouTube Ustadz Adi Hidayat. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i KPI Angkatan 8. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yakni sampel dipilih berdasarkan pertimbangan observasi awal. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam tayangan video berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah" adalah Metode Dakwah Bil Hikmah, Metode Dakwah Mauizhah Hasanah, dan Metode Dakwah Kontemporer. Respon mahasiswa KPI Angkatan 8 terhadap video berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah" adalah positif (berupa sikap) pada mahasiswa yang memiliki cukup wawasan dan pemahaman tentang metode dakwah yang ada di video Ustadz Adi Hidayat. Terdapat perubahan perasaan setelah menonton tayangan (afeksi), namun tampak belum sistematisnya mahasiswa dalam mempersiapkan perubahan perilaku (konasi).

Kata Kunci: *Metode Dakwah, Analisis, Persepsi, YouTube*

Abstract

This study examines Ustadz Adi Hidayat's da'wah methods on the YouTube Channel Adi Hidayat Official and the response of KPI students from the 8th cohort at IAI Al-AZIS to the video "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah" (Reasons Why Our Prayers Are Not Answered by Allah). The research employs a qualitative approach, observing the Adi Hidayat Official YouTube channel and KPI students from the 8th cohort. Interviews were conducted with subscribers or followers of Ustadz Adi Hidayat's YouTube channel. The population for this study consists of KPI students from the 8th cohort. The sampling method used is purposive sampling, selecting samples based on initial observational considerations. Data were collected through observation, interviews, and documentation techniques. The study's findings indicate that the da'wah methods used by Ustadz Adi Hidayat in the video titled "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah" are the Bil Hikmah Method, Mauizhah Hasanah Method, and Contemporary Da'wah Method. The response of KPI students from the 8th cohort to the video was positive (attitude) among students who had sufficient knowledge and understanding of the da'wah methods presented in Ustadz Adi Hidayat's video. There was an emotional change (affection) after watching the video, but students did not show systematic preparation for behavior change (conation).

Keywords: *Da'wah Methods, Analysis, Perception, YouTube*

PENDAHULUAN

Di era milenial, media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku manusia. Selain sebagai sarana berbagi pesan dan informasi, media sosial telah menjadi ruang untuk budaya baru dan katalisator revolusi budaya. Penggunaannya mencakup penyampaian dan perolehan informasi, berita, serta tren terkini. Dengan kemajuan media sosial, masyarakat menjadi lebih sadar teknologi namun kurang memperhatikan etika dan akhlak. Media sosial tidak hanya menyediakan konten positif dan bermanfaat, tetapi juga tidak membatasi usia atau lokasi pengguna, asalkan mereka memiliki akses ke internet dan perangkat elektronik. Akibatnya, semua kelompok usia, dari anak-anak hingga orang dewasa, dapat dengan mudah mengakses media sosial di mana saja.

Informasi yang disampaikan dalam media sosial juga beragam, hal inilah yang menjadi salah satu sumber masalah, jika pemanfaatan media sosial tidak kita pilih terlebih dahulu, informasi yang terkadang tidak kita butuhkan bahkan bersifat negatif bisa muncul melalui beranda maupun timeline media sosial kita. Oleh karena itu, dakwah hadir memasuki masyarakat melalui media sosial yang saat ini banyak digandrungi masyarakat dengan tujuan mengajak untuk lebih memanfaatkan media sosial sebagai suatu wadah saling mengingatkan dalam kebaikan, menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat, dan menyampaikan informasi lainnya yang bersifat positif (Rahayu, 2018).

Dalam kehidupan sehari-hari, kata "persepsi" sering digunakan. Apa sebenarnya arti persepsi itu? Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas informasi yang diterima dari lingkungan. Stimulus yang diterima, seperti informasi, peristiwa, atau objek, diproses oleh otak melalui penginderaan. Persepsi terdiri dari dua jenis: persepsi eksternal, yang berasal dari rangsangan luar, dan persepsi internal, yang berasal dari rangsangan dalam diri individu (Soraya, 2018).

Dakwah berasal dari bahasa Arab "da'a" yang berarti seruan, ajakan, atau doa. Secara etimologis, dakwah berarti memanggil, menyeru, atau membela tindakan atau perkataan untuk menarik perhatian atau memohon sesuatu. Dakwah adalah proses penyampaian pesan tertentu dengan tujuan mengajak atau mendorong seseorang untuk mengikuti pesan tersebut atau mewujudkan cita-cita tertentu. Pihak yang mengundang disebut da'i, dan yang diundang disebut mad'u.

Dakwah adalah suatu rangkaian kegiatan yang melibatkan orang-orang tertentu sehingga membentuk suatu sistem yang saling berhubungan secara sistemik dan secara fungsional untuk tujuan dakwah. Unsur-unsur dakwah yang dimaksud merupakan unsur-unsur pokok dalam pelaksanaan yang minimal harus ada. Unsur pokok dakwah adalah: da'i, mad'u, materi, media dan metode (Zahra, Sarbini, & Shodiqin, 2016).

Seorang da'i dapat berdakwah dengan dua cara yaitu lisan atau perkataan (da'wah bil lisan) serta kedua perbuatan (da'wah bil hal). Dakwah bil lisan merupakan seruan syariat agama Islam (kebaikan) yang dilakukan menggunakan cara perkataan, contohnya adalah

seperti nasihat, ceramah dan lain sebagainya Sementara dakwah bil hal merupakan dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i dengan cara memberikan contoh perilaku baik pada jamaah atau umat. Mustahdi dan Mustakim, menjelaskan bahwa seorang da'i juga harus memperhatikan beberapa ketentuan dalam melakukan berdakwah, sehingga seruan dakwahnya dapat berhasil. Seorang da'i diharuskan untuk memenuhi 4 syarat yang meliputi Islam, baligh, berakal serta mendalami ajaran agama Islam.

Dakwah harus dilakukan dengan hikmah, yaitu dengan perkataan dengan tegas, jelas, dan bijaksana. Dakwah harus dilakukan dengan bimbingan yang baik mauizatul hasanah, yaitu menggunakan metode persuasif yang berisi pengajaran atau penyampaian pertanyaan dakwah harus dilakukan dengan memberikan teladan yang baik atau uswatun khasanah. Dakwah dilakukan dengan metode mujaladah, yaitu musyawarah secara dinamis, santun, dan menghargai pendapat orang lain (Khansa, 2021).

Materi dakwah adalah isi pesan yang akan disampaikan oleh da'i selama berdakwah. Materi dakwah bisa bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dalam setiap dakwahnya, para khatib dianjurkan untuk menyertakan ayat-ayat Al-Qur'an serta hadis-hadis shahih agar pesan dakwah bernilai dan dapat dipercaya. Sedangkan metode dakwah adalah metode atau jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan dakwah. Metode dakwah bersifat dinamis dan kontekstual, tergantung objek yang dihadapi. Dalam Al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125 telah dijelaskan bahwa ada beberapa metode dakwah yang dapat digunakan, yaitu metode Bil Hikmah dan Mauidzah Hasanah (Virlana, 2019).

Salah satu unsur dakwah yang sangat mempengaruhi keberhasilan dakwah adalah media dakwah dan merupakan alat perantara yang digunakan oleh para khatib untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada penerima dakwah atau mad'u. Seiring berkembangnya zaman, dakwah juga semakin mengalami perkembangan, salah satunya yaitu dalam hal media dakwah. Di era teknologi saat ini, cara yang paling ampuh dan efektif menyebarkan dakwah adalah melalui pemanfaatan teknologi internet. Jumlah penggunanya yang mencapai puluhan bahkan ratusan juta menjadikan internet sebagai budaya baru di banyak negara. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna internet meningkat dengan kecepatan yang semakin pesat.

Seiring berjalannya waktu, internet juga semakin berkembang. Saat ini banyak sekali situs dan aplikasi yang dapat digunakan sebagai penunjang dakwah. Mengingat saat ini sebagian besar masyarakat sudah akrab dengan teknologi dan hampir semua lapisan masyarakat sudah menggunakan internet dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, dakwah masa kini akan sangat efektif jika menggunakan media internet.

Aplikasi yang sangat sering dan mudah digunakan untuk menyampaikan dakwah adalah penggunaan media YouTube. YouTube adalah salah satu media yang paling banyak dilihat oleh pengguna internet. Menurut Vice President of Engineering YouTube, Cristos Goodrow, mengatakan pada tahun 2017 bahwa jumlah waktu orang yang menonton video di platform YouTube mengalami peningkatan, mencapai total satu miliar jam per hari

dengan lebih dari satu miliar pengguna. Hampir sepertiga dari seluruh pengguna internet mengakses setiap hari, menghabiskan jam mengakses YouTube dan menghasilkan miliaran penayangan. Karena jumlah penggunanya yang besar, YouTube menjadi salah satu media yang paling baik digunakan sebagai media di era modern.

Metode dakwah merujuk pada strategi yang digunakan oleh khatib atau pendakwah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Pendekatan dakwah saat ini menyesuaikan dengan kemajuan teknologi dan dinamika sosial modern. Metode ini dirancang untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam masyarakat yang semakin terhubung dan kompleks. Penggunaan media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, memungkinkan penyebaran ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas.

Oleh karenanya banyak ustadz-ustadz dan penceramah-penceramah saat ini menggunakan media YouTube sebagai media berdakwah. Contohnya Ustadz Adi Hidayat penceramah kondang ini telah mempunyai channel YouTube sendiri (Zayyana, 2020). Dalam sambutannya Ustadz Adi Hidayat menyampaikan penjelasan yang lebih sederhana dan video disajikan dalam konten yang singkat dan padat, disesuaikan dengan gaya konsumsi konten digital saat ini. Video pendek yang berisi pesan singkat dapat menjangkau penonton dengan rentang perhatian yang terbatas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam permasalahan ini guna memperoleh informasi yang jelas dan didukung bukti ilmiah. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian: "Analisis Metode Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Tayangan yang berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Belum Dijabah Oleh Allah" terhadap Persepsi Viewers".

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengkaji fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya mengenai analisis metode dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam tayangan "Alasan Mengapa Doa Kita Belum Dijabah oleh Allah" dari perspektif penonton. Penelitian dilaksanakan di IAI AL-AZIS, Ma'had Al-Zaytun, Desa Mekarjaya, Kecamatan Gantar, Kabupaten Indramayu, Provinsi Jawa Barat, dan channel YouTube Ustadz Adi Hidayat Official.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI AL-AZIS sebanyak 40 orang. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa aktif angkatan 2020 yang menonton konten dakwah Ustadz Adi Hidayat, khususnya tayangan "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah". Sampel yang memenuhi kriteria berjumlah 6 orang. Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari sumber melalui wawancara semi terstruktur dan observasi lapangan, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, artikel, jurnal, dan sumber resmi terkait.

Prosedur pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di YouTube dan siswa KPI Kelas 8, wawancara semi terstruktur untuk memperoleh informasi mendalam dari responden, dan dokumentasi dengan

mengumpulkan informasi dari catatan, dokumen, buku, jurnal, dan sumber lain terkait Ustadz Adi Hidayat. Data dianalisis menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan mengorganisasikan dan menyaring data yang relevan, penyajian data dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk naratif, matriks, grafik, dan alat bantu visual lainnya, serta penarikan kesimpulan dilakukan dengan mencari pola dan makna dari data yang dikumpulkan untuk menghasilkan kesimpulan yang valid (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tentang Ustadz Adi Hidayat

Ustadz Adi Hidayat, Lc, M.A., lahir pada 11 September 1984 di Pandeglang, Banten. Beliau dikenal sebagai ustadz yang populer di kalangan netizen Muslim. Ustadz Adi aktif memberikan ceramah agama di berbagai tempat, termasuk di luar negeri seperti Jepang dan Korea Selatan. Kemampuannya menyampaikan materi keislaman dengan cara yang mudah dipahami serta kecerdasannya dalam menghafal ayat-ayat Al-Qur'an membuatnya sangat diminati. Beliau sering menggunakan papan tulis dan spidol dalam ceramahnya dan dikenal di kalangan milenial melalui Kajian Musyawarah yang juga dihadiri oleh artis-artis terkenal.

Gambaran Umum Tentang Channel YouTube Ustadz Adi Hidayat



Gambar 1 Profil YouTube Ustadz Adi Hidayat

Channel YouTube "Adi Hidayat Official" bergabung pada 28 Februari 2019 dan memiliki 4,68 juta subscribers hingga Februari 2024. Dengan lebih dari 2000 video yang diunggah dan lebih dari 406 juta penayangan, channel ini bertujuan memberikan pencerahan kepada pemirsa YouTube dan membantu proses berhijrah. Salah satu kontennya yang populer adalah "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah Oleh Allah" yang diunggah pada 16 Juni 2023 dan telah ditonton sebanyak 77.537 kali.

Metode Dakwah Yang Digunakan Ustadz Adi Hidayat dalam Penyampaian Dakwahnya Melalui Konten Youtube yang Berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah"

Pada video ceramah ustadz Adi Hidayat di YouTube-nya sendiri yaitu Adi Hidayat official dengan judul “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah Oleh Allah”, yang berdurasi 5 menit 48 detik ini membahas tentang doa kita yang tidak diijabah oleh Allah. Dalam video ini ustadz Adi Hidayat menjelaskan alasan mengapa doa kita yang tidak diijabah oleh Allah dan memberi saran agar kita merubah cara kita berdoa yang benar dan InsyaAllah bisa cepat terkabul dan di terapkan di kehidupan kita sehari-hari. Dari konten dakwah yang terdapat pada channel tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat metode dakwah bil hikmah, dengan metode dakwah mauizhah hasanah dan juga dengan metode dakwah mujadalah.

Terdapat metode dakwah bil hikmah, metode dakwah bil hikmah yaitu media dakwah yang dapat dilakukan secara tatap muka melalui suatu kata-kata, seperti ceramah, bimbingan, pidato, khutbah, dan lain sebagainya (Tuti, Fitriah, & Indrika, 2021). Adapun peralatan yang dipakai untuk berdakwah melalui saluran lisan diantaranya radio, TV, dan sebagainya. Metode dakwah yang pertama yang digunakan ustadz Adi Hidayat adalah metode bil-lisan dimana ustadz Adi berdakwah secara langsung dimana da'i menyampaikan ajarannya kepada *mad'u*. Topik ceramah yang akan dibahas sesuai dengan yang dibutuhkan oleh *mad'u*. Ustadz Adi Hidayat menyebutkan topik ceramah ini dengan cara duduk dan berdiri di depan menghadap ke audien dengan memegang microphone di tangan.

Terdapat metode dakwah *mauizhah hasanah*, metode ini dilakukan menggunakan bahasa-bahasa yang baik, lembut yang dapat menyentuh hati *mad'u* dan tidak menyudutkan satu dengan yang lain, tidak membeberkan kesalahan orang lain. Sebelum menyuruh melakukan sesuatu, da'i harus lebih dahulu mengerjakan sesuatu tersebut. Dengan demikian, perilaku yang baik merupakan salah satu perwujudan dari dakwah bi al-hikmah dan lalu diterapkan dalam dakwah *bi al-mau'idzah hasanah*. Jadi, dakwah bi al-hikmah dan dakwah bi al-mau'idzah hasanah memiliki hubungan yang erat. Da'i yang berperilaku baik akan selalu diamati, dihormati, dan disegani serta dijadikan contoh yang terpuji bagi masyarakat. Di video ini ustadz Adi memberikan materi yang tepat serta dilandasi perilaku yang baik yang dapat dijadikan tauladan bagi jama'ah majelis yang dipimpinnya.

Dan juga metode dakwah kontemporer, dakwah kontemporer merujuk pada pendekatan dakwah yang mengadopsi perkembangan teknologi. Dakwah yang memanfaatkan teknologi elektronik seperti TV, internet, dan perangkat teknologi modern lainnya, memberikan manfaat yang lebih luas kepada audien yang menyaksikan dakwah melalui media sosial seperti, YouTube, Facebook, dan Instagram. Dalam metode ini, ustadz Adi Hidayat menggunakan platform YouTube untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan pemahaman agama kepada audiennya. Dalam dakwah kontemporer ustadz Adi Hidayat, dia mengikuti berbagai metode yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan trend media sosial. Beberapa contoh metode dakwah kontemporer yang sering digunakan oleh ustadz Adi Hidayat diantaranya di YouTube dan Instagram.

1. Dakwah Bil Hikmah dalam YouTube Channel Adi Hidayat Official

Al Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah, materi yang dijelaskan tidak memberatkan orang yang dituju, tidak membebani jiwa yang hendak. Dengan kata lain, dakwah al-hikmah adalah dakwah yang memperhatikan konteks sasaran dakwah, mengajak sesuai dengan kadar kemampuan *mad'u* yang pada gilirannya bisa membimbing mereka ke jalan yang diridhoi Allah, dengan tanpa harus mengorbankan dan menafikan setting sosial budaya *mad'u* (Laila, 2020).

Sebagai metode dakwah, al hikmah diartikan bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang, hati yang bersih, dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan. Menurut Ibnu Qoyim, sebagaimana dikutip Munir, bahwa pengertian hikmah yang paling tepat adalah seperti yang dikatakan oleh Mujahid dan Malik yang mendefinisikan bahwa hikmah adalah pengetahuan tentang kebenaran dan pengalamannya, ketepatan dalam perkataan dan pengamalannya. Hal ini tidak bisa dicapai kecuali dengan memahami Al-Qur'an, dan mendalami syariat-syariat Islam serta hakikat iman. Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa al-hikmah adalah merupakan kemampuan dan ketepatan da'i dalam memilih dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif *mad'u* (Laila, 2020).

Dalam setiap pembahasan yang dilakukan oleh ustadz Adi Hidayat di YouTube Channelnya yaitu Adi Hidayat Official, beliau selalu melakukan dakwah nya dengan bijaksana dan apapun pembahasannya beliau selalu merujuk pada Al-Qur'an dan hadits yang mana merupakan dua sumber utama pengetahuan dan juga hukum-hukum dalam Islam. Hal tersebut membuktikan bahwa ustadz Adi Hidayat merupakan ulama yang memiliki kapabilitas yang baik dan juga mumpuni sebagai seorang pendakwah atau ulama. Karena beliau sudah hafal Al-Qur'an beserta artinya dan juga hafal beberapa hadits.

Seperti yang terdapat dalam video potongan kajian beliau yang berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabab oleh Allah" yang membahas tentang doa. Dalam konten tersebut beliau mengatakan bahwa terhambatnya doa kita itu terjadi karena 3 hal yaitu:

- a. Jangan lah kita menggunakan pakaian yang haram atau pakaian yang Allah tidak suka.
- b. Jangan makan makanan yang bersumber haram.
- c. Perangkat kehidupannya haram.

Dakwah bil hikmah, dakwah dengan kebijaksanaan, mengikuti jalan yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW dan harus dianut oleh para pengkhotbah dan pembela kebenaran. Itu melibatkan pengetahuan, kesabaran, kesadaran, relevansi ucapan dengan audiens, konsistensi antara kata-kata dan tindakan, akhlak mulia, dan keteladanan, tidak pernah menyimpang dari jalan yang benar dan kebenaran. Tanda-tanda dakwah bil hikmah yang jelas sejalan dengan tuntunan Al-Qur'an dan sirah para Nabi. Meskipun tersedianya alat komunikasi modern, dakwah bil hikmah tetap menjadi metode yang paling banyak digunakan oleh para da'i hingga saat ini. Secara umum pesan dakwah yang disampaikan dalam ceramah bersifat ringan, normatif, dan tidak memancing perdebatan. Dialog dilakukan sebagai otoritas ilmu agama dengan masyarakat.

2. Dakwah Mauizhah Hasanah dalam YouTube Channel Adi Hidayat Official

Kata *mau'izhah* adalah perubahan kata dari akar kata dasar *wa-a-zha* yang artinya memberi nasehat, memberi peringatan, kepada seseorang dengan menjelaskan akibat-akibat dari sesuatu. Sedangkan yang dimaksud dengan *da'wah bi al-mau'izhah al-hasannah* menurut Sayyid Quthub adalah dakwah yang mampu meresap ke dalam hati dengan halus dan merasuk kedalam perasaan dengan lemah lembut. Tidak bersikap menghardik, memarahi dan mengancam dalam hal-hal yang tidak perlu, tidak membuka aib atas kesalahan-kesalahan mereka yang diseru. Oleh karena itu sikap lemah lembut dalam menyampaikan ajaran Islam kepada mereka, pada umumnya mendatangkan petunjuk bagi hati yang sesat dan menjinakkan hati yang benci serta mendatangkan kebaikan. Selain itu beliau juga mengartikan *mau'izhah* dengan nasehat dan pengajaran yang diberikan kepada masyarakat umum yang bersifat menggembirakan dengan mengemukakan kebaikan Islam (Rahmawati, 2016).

Di YouTube Channel Adi Hidayat Official, dakwah yang dilakukan oleh ustadz Adi Hidayat adalah dengan metode dakwah mauizhah hasanah yaitu dengan berkata yang baik, dengan lemah lembut, bahasa nya enak didengar sehingga bisa menyentuh hati *mad'u* yang mendengarkan atau para subscriber YouTube channel tersebut. Itulah yang diterapkan dalam konten dakwahnya. Dalam menyampaikan dakwah dengan menggunakan bahasa atau kalimat-kalimat yang baik dan lemah lembut, dapat membuat dakwah yang dilakukan mudah diterima oleh *mad'u* bahkan bisa sampai menyentuh hati *mad'u* yang membuat dakwah tersebut berhasil.

Hal tersebut sesuai dengan konten dakwah yang berjudul "Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah" yang membahas terkait terhambatnya doa kita kepada Allah yang sering terjadi ketika kita sering meminta kepada Allah disaat berdoa namun doa-doa kita belum juga dikabulkan. Beliau mengajak kita untuk menyadari di kehidupan kita sehari-hari kita menggunakan sandang, pangan, dan papan yang halal atau haram karena itu bisa menghambat doa-doa kita kepada Allah, maka dari itu beliau menyarankan kita semua untuk selalu menggunakan hal-hal yang kita butuhkan dari bersumber yang halal karena hal tersebut telah disebutkan sesuai dengan dalil Al-Qur'an dan hadits.

3. Dakwah kontemporer dalam YouTube channel ustadz Adi Hidayat Official

Dakwah kontemporer merujuk pada pendekatan dakwah yang mengadopsi perkembangan teknologi. Dakwah ini lebih cocok untuk lingkungan perkotaan dan masyarakat dengan latar belakang pendidikan menengah atas. Kontras dengan dakwah konvensional, yang menyesuaikan diri dengan budaya lokal, dakwah kontemporer mengikuti perkembangan teknologi. Dakwah melalui mimbar, misalnya, hanya sampai kepada mereka yang hadir dalam acara tersebut. Sementara itu, dakwah yang memanfaatkan teknologi elektronik seperti TV, internet, dan perangkat teknologi modern lainnya, memberikan manfaat yang lebih luas. Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an. Dari perbandingan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah kontemporer yang memanfaatkan teknologi modern memiliki manfaat yang lebih besar daripada dakwah konvensional yang harus beradaptasi dengan kondisi budaya di setiap daerah (Fazri, 2020).

Dalam metode ini, ustadz Adi Hidayat menggunakan platform YouTube untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan pemahaman agama kepada audiennya. Dalam dakwah kontemporer ustadz Adi Hidayat, dia mengikuti berbagai metode yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan trend media sosial. Beberapa contoh metode dakwah kontemporer yang sering digunakan oleh ustadz Adi Hidayat diantaranya di YouTube dan Instagram.

Respon mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI Al-AZIS dalam Metode Dakwah Ustadz Adi Hidayat di YouTube Adi Hidayat Official dalam video “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak diijabah oleh Allah”

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI AL-AZIS, yang menjadi informan dalam studi ini, telah memiliki wawasan mengenai metode dakwah. Metode dakwah yang digunakan oleh ustadz Adi Hidayat dalam konten video berjudul “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah” telah dipahami oleh sebagian informan. Mereka menjawab pertanyaan peneliti sesuai dengan komponen sikap, termasuk opini perilaku, kognisi (sikap terkait wawasan atau pemahaman), afeksi (sikap terkait perasaan), dan konasi (sikap terkait kecenderungan berbuat), sesuai dengan teori *Stimulus-Organism-Response* yang dikemukakan oleh Houland.

Sebagian informan telah menunjukkan pemahaman yang baik mengenai metode dakwah ustadz Adi Hidayat. Hal ini tercermin dari kesadaran mereka dalam memanfaatkan YouTube tidak hanya sebagai ruang pribadi, tetapi juga untuk aktivitas bermanfaat, seperti menonton konten dakwah. Reaksi dan jawaban mereka terkait metode dakwah ustadz Adi Hidayat di media sosial YouTube juga menunjukkan tanggapan yang positif.

Pemilihan YouTube sebagai media dakwah bukan tanpa alasan. Berdasarkan laporan *We Are Social*, tercatat jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Ini membuat Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia. YouTube memiliki iklan yang digunakan perempuan mencapai 46,9% sedangkan yang berjenis laki-laki sekitar 53,1%. Pengguna YouTube rentang usia berada diantara 16 hingga 64 tahun dengan persentase YouTube mencapai 94%. Dengan demikian, hal ini berarti bahwa internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi millennial untuk komunikasi dan aktualisasi diri (Siahaan, Tambunan, & Chontina, 2022). Hasil temuan dari komponen-komponen berdasarkan Teori Stimulus Organism Response yang didapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Sikap, opini, perilaku, kognisi (sikap yang berkenaan dengan wawasan atau pemahaman)

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa ada responden yang memiliki wawasan dan pemahaman yang cukup untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan ustadz Adi Hidayat. Saat diwawancara responden memiliki opini yang cukup luas untuk memberikan jawabannya terkait pernyataan tersebut. Respon positif ini sesuai dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh responden mengetahui tentang ustadz Adi Hidayat dan cara dakwahnya. Suatu langkah yang luar

biasa ketika generasi muda memanfaatkan media YouTube untuk menyebarkan agama Islam selain untuk hiburan. Hal ini berarti banyak generasi muda, khususnya yang kuliah di Perguruan Tinggi khusus mempelajari agama, menyadari bahwa ustadz dan ulama bukanlah satu-satunya pihak yang harus bertanggung jawab dalam dakwah. Anak muda dengan beragam poin plusnya yaitu semangat dan pemikiran kreatif diharapkan mampu mengemas dakwah digital menjadi lebih menarik, diharapkan mampu menambah daya tarik dakwah digital. Dengan melakukan hal ini, diyakini akan semakin banyak orang yang termotivasi untuk belajar lebih banyak tentang Islam.

Menurut M. Munir dalam (Azis, 2023) metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Terdapat beberapa faktor yang penting diperhatikan dalam memilih metode dakwah yang paling tepat termasuk dalam hal pemilihan media dakwah untuk digunakan menyampaikan pesan dakwah, di antaranya: apa tujuan dari berdakwah dengan metode ini, siapa sasaran dakwah, bagaimana situasi dan kondisi baik pendakwah maupun mitra dakwah, media apa yang digunakan dan fasilitas apa yang disediakan, dan seberapa tinggi kemampuan pendakwah (orang yang melakukan dakwah) dalam memahami keilmuan dakwahnya maupun penguasaan materi. Pada praktiknya, beberapa mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI AL-AZIS yang menjadi informan masih belum sistematis untuk mempersiapkan itu semua. Hanya beberapa informan seperti Lia yang bisa dikatakan memiliki wawasan atau pemahaman yang cukup baik terkait komponen ini Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan sebagai berikut.

"Alhamdulillah Lia memiliki sedikit pengetahuan tentang metode dakwah menurut Lia metode yang dipakai ustadz Adi di video tersebut yaitu metode dakwah *bil-hikmah, mauidzatul hasanah* dan kontemporer, karena bil hikmah itu sendiri artinya sesuai dengan sasaran dakwah yang mengajak *mad'u*-nya dengan sesuai kemampuan si *mad'u* ini, untuk mauidzatul hasanah adalah dakwah yang disampaikan bisa sampai ke hati dan yang terakhir dakwah kontemporer itu adalah dakwah yang menggunakan teknologi elektronik seperti YouTube, Instagram, TikTok dan platform lainnya dan semua metode yang Lia jelaskan tadi ada di konten dakwahnya ustadz Adi ini".

Serangkaian langkah yang telah dilakukan menunjukkan beberapa hal penting dalam pembuatan materi atau konten dakwah, yaitu: pertama, pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian audiens yang dituju. Kedua, pesan harus menggunakan simbol atau tanda yang relevan dengan pengalaman bersama antara komunikator dan komunikan. Ketiga, pesan harus dapat membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menawarkan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Munir & Ilaihi, 2021). Dakwah di era modern tidak hanya terbatas pada dakwah lisan, tetapi juga memanfaatkan teknologi untuk mengimbangi kemajuan masyarakat. Inilah inti dari dakwah digital, yang melibatkan penggunaan teknologi, khususnya media sosial.

2. Afeksi (sikap yang berkenaan dengan perasaan)

Dalam proses komunikasi yang berkenaan dengan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” atau “*why*”. Dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Dalam proses perubahan sikap tampak dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau ditolak, komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi (Santoso, 2014).

Berdasarkan hasil wawancara, informan ditanya mengenai pengaruh tayangan konten dakwah ustadz Adi Hidayat terhadap sikap atau perilaku mereka. Dapat disimpulkan bahwa responden mengalami perubahan perasaan setelah menonton tayangan tersebut. Salah satu responden tampak termenung selama wawancara, menunjukkan bahwa ia baru menyadari sesuatu setelah menonton tayangan tersebut. Menurut teori *Stimulus-Organism-Response*, komunikasi adalah proses aksi-reaksi, yang berarti perubahan perilaku tergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berinteraksi dengan organisme (komunikasi) (Abidin, 2022).

Pada praktiknya, beberapa mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI AL-AZIS yang menjadi informan masih belum sistematis untuk mempersiapkan itu semua. Hanya beberapa informan seperti Lia yang bisa dikatakan memiliki pemahaman cukup baik terkait konsep ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan sebagai berikut:

“Tentu, saya sadar mengapa ada beberapa doa saya yang belum terkabul oleh Allah akibat perbuatan saya yang kurang terpuji. Setelah menonton tayangan ustadz Adi Hidayat yang ini saya akan mempraktekan hal-hal yang disampaikan oleh UAH”.

3. Konasi (sikap yang berkenaan dengan kecenderungan berbuat)

Teori S-O-R adalah salah satu aliran yang mewarnai teori-teori yang terdapat dalam komunikasi massa, aliran ini beranggapan bahwa media massa memiliki efek langsung yang dapat mempengaruhi individu sebagai audience penonton atau pendengar (Santoso, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian bisa disimpulkan bahwa sikap kecenderungan berbuat (konasi) dalam teori Stimulus Organism Response menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya, teori ini akan terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme (komunikasi). Pendekatan Stimulus Organism Response dapat membantu peneliti untuk mengeksplorasi mahasiswa dalam memberikan pendapat/tanggapan terhadap pertanyaan yang diberikan kepada mahasiswi. Pada praktiknya, beberapa mahasiswa KPI Angkatan 8 IAI AL-AZIS yang menjadi informan masih belum sistematis untuk mempersiapkan itu semua. Hanya beberapa informan seperti Nur yang bisa dikatakan memiliki pemahaman cukup baik terkait konsep ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan sebagai berikut:

“Iya aku akan memperhatikan penampilan aku baik dari berpakaian, maupun berhijab, karena itu adalah salah satu hal yang buat bisa terkabulnya doa-doa kita, dan aku

juga akan memperhatikan hal-hal yang aku lakukan itu harus bersumber dari hal yang halal barulah insyaAllah doa kita akan dikabulkan Allah”.

Meski merupakan *personal things*, alangkah lebih baik jika sebagai generasi muda khususnya mahasiswa terlebih yang sedang memperdalam studi di bidang ilmu agama sebut saja Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dapat berlaku bijak memposisikan dirinya di tengah-tengah masyarakat dalam tataran dunia digital. Dengan demikian amanat sang pencipta dalam Al-Qur'an untuk bertebaran di muka bumi menyebarkan kebaikan (syiar Islam) tidak hanya hiasan tinta diatas kertas semata. Dengan melakukan action nyata, sekecil apapun effort yang dilakukan, pasti akan berbuah manis dan memberikan dampak yang signifikan dalam membantu agama Allah.

Dapat disimpulkan juga pengaruhnya terhadap pemirsa tentang tindakan tertentu sebagai hasil dari tayangan ini. Meskipun mereka saat ini tengah menyandang status sebagai mahasiswa.

KESIMPULAN

Metode dakwah yang digunakan oleh ustadz Adi Hidayat dalam tayangan video berjudul “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah” adalah Metode Dakwah Bil Hikmah, Metode Dakwah Mauizhah Hasanah, dan Metode Dakwah Kontemporer. Respon Mahasiswa KPI Angkatan 8 terhadap video berjudul “Alasan Mengapa Doa Kita Tidak Dijabah oleh Allah” adalah terdapat respon positif (berupa sikap) pada mahasiswa yang memiliki cukup wawasan dan pemahaman tentang metode dakwah yang ada di video ustadz Adi Hidayat yang berjudul “Alasan Mengapa Doa Kita Belum Dijabah oleh Allah” juga terdapat perubahan perasaan setelah menonton tayangan (afeksi) dan tampak belum sistematisnya mahasiswa dalam mempersiapkan perubahan perilaku (konasi).

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 01-13.
- Azis, M. U. (2023). Metode Dakwah Dalam Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT) di Bandar Sakti Kabupaten Lampung Tengah. *Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 01-68.
- Fazri, Z. (2020). Dakwah Dalam Perspektif Ilmu Dakwah Kontemporer. *Jurnal Hadis Dakwah*, 04-05.
- Khansa. (2021). Pengertian Dakwah: Ketentuan, Tujuan dan Jenis-Jenisnya. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/dakwah/>
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2021). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Rahayu, F. S. (2018, Januari 1). Media Sosial, Media Dakwah. Retrieved from Fakultas Psikologi dan ilmu sosial budaya: <https://fpsc.uui.ac.id/blog/2022/08/18/media-sosial-media->

