

**PERSEPSI MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
TERHADAP DAKWAH USTADZ FUADH NAIM  
MELALUI MEDIA *INSTAGRAM* DAN *YOUTUBE***



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**OLEH**

**ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
NIM. 1730100010**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PERSEPSI MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
TERHADAP DAKWAH USTADZ FUADH NAIM  
MELALUI MEDIA *INSTAGRAM* DAN *YOUTUBE***



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**OLEH**

**ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
NIM. 1730100010**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**PERSEPSI MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
TERHADAP DAKWAH USTADZ FUADH NAIM  
MELALUI MEDIA *INSTAGRAM* DAN *YOUTUBE***



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh**

**ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
NIM. 1730100010**

**PEMBIMBING I**

**Drs. H. Agus Salm Lubis, M.Ag  
NIP.196308211993031003**

**PEMBIMBING II**

**Dr. Agus Habibi Ritonga, S.Sos.I., M.A  
NIP.198404032015031004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi  
an. **Alfi Syahreni Marwiyah Hrp**  
Lampiran : 6 (enam) Exampilar

Padangsidimpuan, 19 Juli 2024  
Kepada Yth  
Dekan FDIK  
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary  
Padangsidimpuan  
Di:

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Alfi Syahreni Marwiyah Hrp** yang berjudul: **"Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim Melalui Media Instagram dan YouTube"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

**Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag**  
NIP. 19630821 199303 1003

PEMBIMBING II

**Dr. Anas Habibi Ritonga, S.Sos.I., M.A**  
NIP. 19840403 201503 1004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
**NIM** : 17 301 00010  
**Fak/Prodi** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Judul Skripsi** : Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidimpuan terhadap Dakwah Ustadz Fuadh  
Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 kode etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 19 Juli 2024  
Pembuat Pernyataan



**Alfi Syahreni Marwiyah Hrp**  
**NIM: 17 301 00010**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
NIM : 17 301 00010  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada Tanggal 19 Juli 2024  
Yang menyatakan,

**Alfi Syahreni Marwiyah Hrp**  
**NIM. 17 301 00010**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

Nomor : 634/Un.28/F.4c/PP.00.9/02/2025

**NAMA** : ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP  
**NIM** : 17 301 00010  
**Program Studi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Judul Skripsi** : Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidimpuan terhadap Dakwah Ustadz Fuadh  
Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*

Telah dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas

Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar

**Sarjana Sosial (S.Sos)**

Padangsidimpuan, 3 Februari 2025

Dekan



*Dr. Magdelana, M. Ag*

NIP. 197403192000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

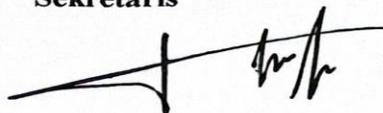
**Nama** : Alfi Syahreni Marwiyah Hrp  
**NIM** : 1730100010  
**Program Studi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Fakultas** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidimpuan Terhadap Dakwah Ustadz  
Fuadh Naim Melalui Media *Instagram* dan *Youtube*

**Ketua**



**Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag**  
NIP.196308211993031003

**Sekretaris**

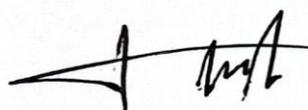


**Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I**  
NIP. 199112242019031008

**Anggota**



**Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag**  
NIP.196308211993031003



**Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I**  
NIP. 199112242019031008



**Dr. Anas Habibi Ritonga, S.Sos.I., M.A**  
NIP. 198404032015031004



**Fauzi Rizal, MA**  
NIP. 19735021999031003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Jumat, 19 Juli 2024  
**Pukul** : 11.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 80 (A)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,64  
**Predikat** : Pujian

## ABSTRAK

**NIM** : 1730100010  
**Nama** : Alfi Syahreni Marwiyah Hrp  
**Judul Skripsi** : **Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena para remaja zaman sekarang yang dipengaruhi oleh budaya *Korean Wave*, dan salah satu da'i yang konsen terhadap pengaruh budaya *Korean Wave* adalah Ustadz Fuadh Naim. Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim, serta bagaimana persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang dakwah melalui media *Instagram* dan *YouTube*; a. Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim, b. Metode dakwah Ustadz Fuadh Naim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim, dan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang dakwah melalui media *Instagram* dan *YouTube*; a. Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim, b. Metode dakwah Ustadz Fuadh Naim. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif *dengan jenis penelitian* penelitian lapangan atau *Field Research* dan menggunakan pendekatan *kualitatif*. Hasil yang diperoleh di lapangan menyatakan bahwa dakwah Ustadz Fuadh Naim melalui *Instagram* dan *YouTube* sangat efektif dan mampu membuat seseorang hijrah. Hal ini dapat dilihat dari persepsi mahasiswa tentang materi dan metode dakwah Ustadz Fuadh Naim serta aktivitas mahasiswa setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim. Persepsi mahasiswa menyatakan bahwa gaya bahasa yang digunakan Ustadz Fuadh Naim dalam berdakwah menggunakan bahasa gaul dan beberapa bahasa Korea yang sering diucapkan oleh anak muda pecinta *Korean Wave*, materinya mudah dipahami, menarik dan tidak membosankan karena ada unsur budaya *K-Wave* yang disukai remaja masa kini, gaya penyampaian dakwahnya ketika kajian menggunakan teknik *stand up comedy*, mempunyai panggilan khusus yaitu *sajangnim*, gaya berpakaianya *casual* ala Korea mengikuti gaya berpakaian anak muda zaman sekarang agar dapat berbaur dengan mad'unya, serta membentuk sebuah komunitas bernama XK-Wavers.

**Kata Kunci** : **Persepsi, Dakwah, *Instagram*, *YouTube***

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. yang telah menuntun umatnya ke jalan yang benar.

Skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*”** ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Peneliti sadar betul bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, karena banyak hambatan yang dihadapi penulis, terutama diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor

bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama Bapak Dr. Anhar, M.A. dan Wakil Rektor Kemahasiswaan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan Bapak Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I.
4. Dosen Pembimbing I Bapak Drs H. Agus Salim Lubis, M.Ag. dan dosen Pembimbing II Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A. yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada peneliti dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Bapak Mukti Ali Siregar, S.Ag. beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Kepala perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, S.A.g, M.Hum. dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

7. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
9. Ungkapan terimakasih paling istimewa kepada teman yang telah menjadi sahabat serta saudara yang selalu menyokong saya dalam menyelesaikan skripsi ini (Humairo Hasibuan, Emma Maya Sari Hasibuan, Yurike Pratiwi, Syah Fitri Yani Lubis, Rahmina Harahap, Ulfa Yulia Pasaribu, Putri Wulan Sakinah, Nur Aisyah Fazariah Harahap, Yuni Annisa Putri Lubis, Sarkiyah Sarach Lubis, Fitri Handayani Harahap). Terima kasih telah mendukung, menyemangati, serta berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi saya ini.
10. Terima kasih kepada kakak senior yang telah memotivasi saya dan juga sebagai awal saya dalam membuat judul skripsi saya ini (Kak Wita Soraya Sihotang, Kak Wita Marlina Sihotang, dan Kak Yulia Ningsih Pasaribu).
11. Terima kasih kepada rekan seangkatan dan seperjuangan saya teman-teman prodi KPI yang telah menjadi bagian dari proses penyelesaian skripsi saya ini.
12. Tidak lupa ungkapan terimakasih sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri yang terus bangkit dan tidak patah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih karena tidak menyerah walaupun berjalan lebih lambat dari yang lain.

13. Ungkapan terimakasih yang paling istimewa kepada Ayahanda (Sarmadan) dan Ibunda (Rosdiana Manurung), serta adik-adik saya (Muhammad Arsyad Harahap dan Muhammad Haris Fadillah Harahap) untuk doa dan cintanya yang tidak pernah putus.

Pada akhirnya kepada Allah swt. jualah peneliti serahkan segalanya, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan,

Mei 2024

Penulis

**ALFI SYAHRENI MARWIYAH HRP**

**NIM. 17 301 00010**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENULIS SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	11
C. Batasan Istilah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	16
1. Persepsi .....	16
a. Pengertian Persepsi .....	16
b. Proses Terjadinya Persepsi .....	17
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	19
d. Bentuk-Bentuk Persepsi .....	21
2. Dakwah .....	22
a. Pengertian Dakwah .....	22
b. Pesan Dakwah .....	25
c. Metode Dakwah .....	26
d. Media Dakwah .....	31
3. Instagram dan Youtube .....	32
B. Teori yang Digunakan.....	34
C. Penelitian Terdahulu .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
1. Lokasi Penelitian .....	39
2. Waktu Penelitian .....	39
B. Jenis dan Metode Penelitian .....	39
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian .....	40
D. Sumber Data .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41

1. Observasi .....	42
2. Wawancara .....	42
3. Studi Dokumentasi .....	43
F. Teknik Penjaminan Keabsahan Data .....	44
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	44

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Temuan Umum .....	46
1. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan .....	46
2. Visi, Misi, Tujuan dan Profil Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	51
3. Profil Ustadz Fuadh Naim .....	61
B. Temuan Khusus .....	68
1. Aktivitas Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmadd Addary Padangsidempuan setelah Mengikuti Dakwah Ustadz Fuadh Naim .....	68
2. Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Dakwah Melalui Media <i>Instagram</i> dan <i>YouTube</i> .....	77
C. Analisis Hasil Penelitian .....	84
D. Keterbatasan Penelitian .....	86

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	87
B. Saran-Saran .....	88

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **BIODATA**

#### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah yaitu mengajak atau menyeru untuk berbuat kebaikan dan menghentikan kejahatan, mengubah manusia dari satu keadaan menjadi lebih baik dalam segala bidang.<sup>1</sup> Pengertian dakwah dalam Islam adalah mengajak manusia dengan hikmah untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.<sup>2</sup> Sudah menjadi kewajiban umat Islam untuk melaksanakan dakwah agar agama dapat berkembang dengan baik dan sempurna sehingga lebih banyak orang yang dapat mengikutinya.

Sebagaimana dijelaskan dalam Surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, yang menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>3</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah telah memerintahkan diantara umat Islam ada sekelompok orang yang selalu bergerak di bidang dakwah, yang selalu memperingatkan ketika ada gejala perpecahan dan pelanggaran ajaran agama. Ajakan dan serukan orang untuk berbuat baik, serukan kebaikan dan jauhi kejahatan.

---

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, M.Ag., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hlm. 6

<sup>2</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hlm. 13

<sup>3</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Cipta Media, 2007), hlm. 63

Untuk berdakwah, seorang da'i harus memilih topik yang menarik dan relevan dengan jama'ahnya dan juga harus memahami isi materi. Kemampuan memilih dan mengolah kata dan gaya bahasa dapat mempengaruhi berhasil tidaknya suatu dakwah. Dalam proses penyampaianya, setiap orang mempunyai kemampuan masing-masing ketika berdakwah yang tidak selalu harus berdiri di depan mimbar.<sup>4</sup>

Tujuan dakwah itu dapat dikatakan sama dengan tujuan diturunkannya agama Islam bagi manusia, yaitu untuk membuat manusia memiliki kualitas akidah, ibadah, serta akhlak yang tinggi. Selain itu, aktivitas dakwah juga bertujuan untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia secara individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan.<sup>5</sup>

Dakwah memiliki tantangan yang sangat besar di era globalisasi saat ini, apalagi ketika berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, ditambah hal ini juga membawa manfaat yang besar dalam perkembangan dakwah Islam. Dakwah melalui media merupakan kajian terhadap salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah yang merupakan alat mediasi untuk memahami makna dan materi yang disajikan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Asriyanti Rosmalina dan Fawaz Altop Zulfikar, "Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah di Media Sosial Instagram", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 10, No. 2, Desember 2019, hlm. 137 <https://www.syekhnrjati.ac.id> diakses pada tanggal 20 April 2022 di Padangsidempuan

<sup>5</sup> Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Primaduta, 1983), hlm. 2

<sup>6</sup> May Nanda Edo Prasetya, skripsi, "Persepsi Mahasiswa KPI Tentang Dakwah Melalui Media YouTube DR. Khalid Basalamah, MA.", (Lampung: UIN Raden Intan, 2017), hlm. 7 <http://repository.radenintan.ac.id> diakses pada tanggal 17 Januari 2022 di Padangsidempuan

Kegiatan dakwah saat ini tidak hanya dapat dilakukan secara biasa saja, tetapi dapat dilakukan melalui berbagai media. Tidak hanya melalui media cetak dan elektronik, kini dakwah dapat dilakukan melalui internet. Saat ini, banyak da'i yang mengubah metode dakwahnya dengan menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Salah satunya adalah media *Instagram* dan juga *YouTube*. *Instagram* dan *YouTube* merupakan media yang sangat efektif digunakan untuk berdakwah karena tidak hanya menampilkan audio tetapi juga suara dan gambar, sehingga masyarakat dapat mendengar dan melihat langsung ustadz membagikannya.<sup>7</sup>

Dengan adanya halaman *Instagram* dan *YouTube*, ini memudahkan pengguna untuk mencari video ceramah. Saat ini, *Instagram* maupun *YouTube* memiliki ribuan, bahkan jutaan, pengguna dari berbagai negara. *YouTube* menempati posisi teratas untuk berbagi video paling populer.<sup>8</sup> Media sosial *YouTube* memiliki *tagline* '*Broadcast yourself*' dimana pengunjung dapat menikmati video dengan topik dan kategori yang berbeda, salah satunya tema Islam dalam kategori dakwah.

Salah satu *content creator* yang terdapat di *YouTube* adalah akun Fuadh Naim. Akun tersebut mempublikasi beberapa video yang bertemakan Islami, khususnya pada episode Pernah Tenggelam. Tayangan pada akun *YouTube* Fuadh Naim pada episode Pernah Tenggelam ini hadir sebagai salah satu konten yang bertujuan untuk menguatkan kembali nilai-nilai Islami manusia yang telah berlebi-

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 7

<sup>8</sup> Laksamana Media, *YouTube dan Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video* (Jakarta: MediaKom, 2009), hlm. 83

han dalam mengikuti dunia per-Kpop-an.<sup>9</sup>

Ustadz Fuadh Naim merupakan da'i, penulis dan *content creator* yang lahir di Makassar pada tanggal 5 maret 1991. Awal mula ia mengenal *hallyu* atau yang lebih dikenal dengan *korean wave* yaitu saat melihat sebuah drama korea yang berjudul "*Full House*" yang tayang di Televisi. Dari sanalah beliau mulai penasaran dengan hal-hal yang berbau korea. Ia mulai belajar bahasa Korea secara otodidak, membeli CD drama korea, mengecat rambut hingga pernah sampai ikut sebuah komunitas *dance cover* tapi gagal. Setelah dewasa beliau mulai menemukan jalan kembali kepada jalan yang benar lewat pengajian rutin ngaji kitab dan belajar akidah, karena dulu belum ada ustadz yang dakwah mengenai *K-Pop*.<sup>10</sup>

Ustadz Fuadh Naim sebelumnya merupakan seorang *Filmmaker*. Hal inilah menjadi awal mula beliau hijrah dari dunia *korean wave*, karena yang menjadi objek film ustadz Fuadh Naim adalah kajian-kajian dan pengajian. Secara tidak langsung selama mengambil video-video kajian beliau mendengarkan apa yang disampaikan dalam kajian tersebut hingga lebih tertarik dalam mempelajari agama karena sering terulang selama proses *editing*.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Nishfa Wardani, skripsi, "*Pesan Dakwah dalam Konten Pernah Tenggelam pada Channel Youtube Fuadh Naim*", (Medan: UIN Sumatera Utara, 2021), hlm. 4 <http://repository.uinsu.ac.id> diakses pada tanggal 20 Januari 2022 di Padangsidempuan

<sup>10</sup> Senita Indah Maulani, skripsi, "*Strategi Komunikasi Persuasif Fuadh Naim dalam Berdakwah di Kalangan Komunitas K-Wavers pada Program X-School Melalui Zoom*", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), hlm. 54 <http://repository.uinjkt.ac.id> diakses pada tanggal 15 Januari 2022 di Padangsidempuan

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 55

Pada tahun 2017, ustadz Fuadh Naim bergabung dengan komunitas YukngajiID, yaitu sebuah komunitas hijrah bagi para anak muda, khususnya yang menyukai *korean wave* dan hiburan lainnya. Pada awal bergabung, ia menjadi trainer atau lebih dikenal sebagai jamaah, hingga akhirnya, pada saat ini ia menjadi salah satu pengisi kajian-kajian komunitas YukngajiID. Ustadz Fuadh Naim, sudah mengisi banyak kajian di cabang-cabang YukNgajiID di berbagai kota, seperti Bandung, Bogor, Jogja dan lain sebagainya.<sup>12</sup>

Fuadh Naim merupakan seorang *Influencer* dakwah yang mana dalam menyampaikan sebuah pesan dan materi dakwah jarang sekali dibahas, yaitu topik seputar *Korean Wave* atau *Hallyu*. Melalui pesan yang disampaikan Fuadh Naim memiliki strategi komunikasi yang sesuai dengan mad'unya, yaitu para remaja penggemar dari budaya *Korean Wave*.<sup>13</sup>

Setelah belajar mengaji dan menjadi *trainer* dalam komunitas YukNgaji, ia memahami banyak sekali budaya negatif yang ada di dalam *Korean Wave* seperti kampanye LGBT, pergaulan bebas, menormalisasikan atau memaklumi barang haram menjadi halal, standar kebahagiaan di dunia dan juga penyimpangan akidah.<sup>14</sup> Hal ini yang membuat dirinya termotivasi untuk melakukan beberapa kegiatan dakwah yang berkaitan dengan *Korean Wave*, sesuai dengan karakteristik mad'unya adalah remaja penggemar *Korean Wave*.

---

<sup>12</sup> Listia Yuniar Naqiah dan Hendi Rustandi, “Komunikasi Empati Dakwah Ustadz Fuadh Naim (Analisis Isi Pada Channel Dakwah Ustadz Fuadh Naim)”, JISSC-DIKSI, Vol. 1, No. 2, (2022), hlm. 88 <http://journal.iaipibandung.ac.id> diakses pada tanggal 17 Januari 2022 di Padangsidimpuan

<sup>13</sup> Senita Indah Maulani, *Op. Cit.*, hlm. 3

<sup>14</sup> Fuadh Naim, “#PernahTenggelam”, (Jakarta: AlFatih Press, 2019), Cet. 1, hlm. 114-

Ustadz Fuadh Naim adalah penggemar *K-Pop* atau *Korean Wave*, yang biasa disebut *k-waver*, Ustadz Fuadh Naim menjadi penggemar K-pop mulai tahun 2007 sampai tahun 2016. Seiring waktu dalam mempelajari Islam, ia memahami bahwa ada budaya negatif datang ke *Hallyu* (*Korean Wave*) dan berhenti mencintainya. Setelah mengetahui bahwa Muslim terbawa arus Budaya *Hallyu*, inilah yang memotivasinya melakukan beberapa kegiatan dakwah yang berhubungan dengan *Hallyu*.<sup>15</sup>

Ustadz Fuadh Naim sebagai da'i menyampaikan materi dakwah atau pesan dakwah yang jarang dibahas oleh ustadz lain yaitu *Korean wave* (*Hallyu*). Dengan materi dakwah ini, Ustadz Fuadh Naim melakukan pendekatan dakwah terhadap para penikmat *Korean Wave* (*Hallyu*) yang biasa disebut dengan *kwavers*, khususnya adalah komunitas *Kwaves* muslim muda di Indonesia, penikmat dan pecinta *Korean Wave*.<sup>16</sup>

Dakwah Ustadz Fuadh Naim banyak disukai oleh kalangan anak muda karena isi materinya berkaitan dengan *Korean Wave* yaitu budaya yang sekarang banyak digemari kalangan anak muda terutama para wanita. Penyampaian materi yang lebih santai dan mudah dipahami, memiliki referensi yang kuat baik dari Al-Qur'an dan hadis, dan cara membawakan materi dakwah yang cukup mahir, sehingga inilah yang membedakan Ustadz Fuadh Naim dengan ustadz yang lain.

---

<sup>15</sup> Senita Indah Maulani, *Op. Cit.*, hlm. 55

<sup>16</sup> Shofia Nurwahidah, skripsi, "*Dai Komunitas Remaja dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dan Agama*", Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada Komunitas *K-Wavers*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020), hlm. 1-2 <http://repository.uinjkt.ac.id> diakses pada tanggal 15 Januari 2022 di Padangsidempuan

Pada dasarnya, *Instagram* dan juga *YouTube* adalah salah satu situs favorit berbagai kelompok, terutama di kalangan pelajar. Banyak mahasiswa yang menggunakan *Instagram* dan *YouTube* sebagai salah satu media pembelajarannya. Seperti halnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidempuan, kebanyakan dari mereka menggunakan *YouTube* sebagai sarana untuk mencari video tentang dakwah, kemudian mereka belajar bagaimana menggunakan materi, gaya bahasa dan menyampaikan pesan yang baik agar dapat diterima oleh mad'u, dan menggunakan *Instagram* sebagai media informasi jadwal atau acara dakwah yang akan diadakan. Karena pada umumnya mahasiswa yang akan mencapai tingkat akhir akan langsung praktik di masyarakat. Mahasiswa adalah mereka yang kuliah di perguruan tinggi.<sup>17</sup>

Selanjutnya, fenomena yang terjadi saat ini banyak masuk budaya asing ke Indonesia, sehingga budaya tersebut diterapkan oleh masyarakat sampai akhirnya menjadi budaya baru bagi kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut memicu timbulnya budaya *pop* sebagai perwujudan meluasnya ruang lingkup budaya dan aktivitas informasi lainnya. Budaya *pop* merupakan budaya yang dibuat secara tidak langsung, diambil dan diadopsi secara besar-besaran oleh masyarakat sehingga dikhawatirkan dapat menghilangkan budaya asli Negara Indonesia.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Cetakan ke-4* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 863

<sup>18</sup> Diana Annisa Fitri, skripsi, *Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa PAI*, (Lampung: UNILA, 2019), hlm. 6 <https://repository.radenintan.ac.id> diakses pada tanggal 12 April 2022 di Padangsidempuan

Fenomena populernya K-Pop dikaji oleh beberapa sarjana seperti Ariel Heryanto, Kyong Yoon, dan Yu Lim Lee, dkk. Kyong Yoon menunjukkan bahwa penggemar K-Pop menjadikan K-Pop sebagai alternatif musik yang dipilih selain musik Barat. Penggemar K-Pop ini menjadikan media sosial sebagai tempat mereka saling terhubung sesama penggemar K-Pop. Ariel Heryanto dalam buku *Identitas dan Kenikmatan* menyebutkan bahwa anak muda Muslim terutama perempuan mempunyai *hybrid identity*, sembari menggunakan jilbab sebagai simbol Islam akan tetapi tetap mengidolakan artis K-Pop.<sup>19</sup>

Remaja berada pada masa lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton film Korea daripada membaca buku yang bernuansa Islami. Banyaknya kegiatan yang dilakukan remaja baik anak kuliah apalagi kaum rebahan dalam bersosial media khususnya remaja milenial sekarang, membuat mereka merasa lelah dan jenuh. Supaya terhindar dari kejenuhan tersebut, banyak dari kalangan remaja saat ini menghabiskan waktu dengan menyaksikan film-film dari beragam jenis di kamar, seperti humor, romantis, *action*, dan yang menyeramkan. Selain film-film, remaja juga sangat tertarik menonton drama, apalagi Drama Korea.

Berkembangnya industri pada Korea banyak membuka peluang untuk mengembangkan budaya dengan melalui jenis musik, pakaian, makanan serta film-film yang bertujuan untuk dikenalkan kepada negara lainnya. Pekan budaya Korea setiap tahunnya pun sering diadakan di berbagai daerah

---

<sup>19</sup> Romario, "K-Pop Islamisme Populer Anak Muda Muslim", Jurnal Dakwah, Vol. 23, No. 2 Tahun 2022, hlm. 13-14 <https://ejournal.uin-suka.ac.id> diakses pada tanggal 20 April 2022 di Padangsidempuan

Indonesia.<sup>20</sup> Tidak sampai disitu saja, remaja milenial pun banyak yang terobsesi dengan berbagai penampilan seperti pakaian, aksesoris, musik, bahasa, cara hidup, bahkan *skincare* agar terlihat seperti orang Korea dan dianggap kekinian.

*Korean wave* merupakan istilah untuk menyebut fenomena tersebarnya budaya pop modern Korea di berbagai negara khususnya di Indonesia. K-Pop merupakan salah satu produk dari *Korean wave* yang saat ini menjadi tren di masyarakat.<sup>21</sup> *Korean pop (K-Pop)* menjadi sangat populer di masyarakat, khususnya pada kalangan remaja. Berbagai macam K-Pop seperti BTS, TXT, Enhypen dan lainnya populer di masyarakat.

Hadirnya K-Pop membawa budaya baru untuk masyarakat Indonesia. Budaya yang dihadirkan oleh K-Pop memberikan pengaruh pada masyarakat Indonesia, diantaranya dalam hal berpakaian, makanan, produk kecantikan, bahkan hingga berdampak pada perilaku yang menyerupai dengan idol grup K-Pop.<sup>22</sup> Perubahan perilaku menjadi bahaya dari hadirnya budaya baru K-Pop di Indonesia. Hal ini disebabkan pada rasa kekaguman yang berlebih atau sehingga dapat mempengaruhi sikap seseorang.

Hal ini sudah dijelaskan dalam Alquran Surah Al-a'raf ayat 31:

---

<sup>20</sup> Yanti Permata Sari, Rosmawati, Elni Yakub, “Perilaku Kecanduan Menonton Drama Korea dan Nilai Karakter Siswa SMK Labor Binaan”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FKIP UNRI Pekanbaru, Volume 5, Edisi 2 Juli-Desember (2018), hlm. 3 <https://jom.unri.ac.id> diakses pada tanggal 23 April 2022 di Padangsidimpuan

<sup>21</sup> Beatrix E D Sendow, Michael Mamentu, dan F R D Rengkung, “Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan di Indonesia”, Jurnal Politico, Volume 7(4) (2019), hlm. 9 <https://ejournal.unsrat.ac.id> diakses pada tanggal 23 April 2022 di Padangsidimpuan

<sup>22</sup> Auriza Safitri, skripsi, “Pengaruh Korean Pop terhadap Perubahan Nilai Spiritual pada Penggemar Komunitas ARMY Banda Aceh”, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Darussalam, 2020), hlm.8 <https://repository.ar.raniry.ac.id> diakses pada tanggal pada tanggal 17 Januari 2022

﴿يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَ مِنْ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.<sup>23</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, menunjukkan bahwasanya Islam beranggapan bahwa segala sesuatu yang berlebih tidak diperbolehkan atau tidak dianjurkan dalam Islam. Berbagai budaya baru yang dikemas dalam musik K-Pop dapat merubah perilaku seseorang. Bahkan terdapat doktrin yang berbahaya terhadap pemikiran remaja yang dikemas dalam musik maupun film. Sehingga cendekiawan muslim sering kali memberikan dakwah terkait dengan bahaya K-Pop dan kebudayaan yang mengancam karakter umat Islam.<sup>24</sup>

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti ingin melihat permasalahan tersebut lebih rinci lagi, oleh karena itu peneliti mengangkat sebuah karya ilmiah dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*”**.

<sup>23</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hlm. 154

<sup>24</sup> Auriza Safitri, *Op. Cit.*, hlm.6

## B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah tanggapan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan terhadap materi dan metode dakwah Ustadz Fuadh Naim melalui media *Instagram* dan *YouTube*.

## C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan penelitian ini, maka perlu diuraikan istilah-istilah yang ada dalam judul skripsi ini yaitu:

### 1. Persepsi

Menurut Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang di-  
peroleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan.<sup>25</sup>

### 2. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalankan pendidikan di salah satu perguruan tinggi.<sup>26</sup>

Mahasiswa yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan tahun 2019 – 2022.

---

<sup>25</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 51

<sup>26</sup> Damar Adi Hartaji, skripsi, “*Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*”, (Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, 2012), hlm.5 <https://gunadarma.ac.id> diakses pada tanggal pada tanggal 17 Januari 2022

### 3. Dakwah

Dakwah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam. “Proses” menunjukkan kegiatan yang terus-menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan kualitas yang positif: dari buruk menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik. Peningkatan iman termanifestasi dalam peningkatan pemahaman, kesadaran, dan perbuatan.<sup>27</sup>

Dakwah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah dakwah yang dilakukan Ustadz Fuadh Naim melalui *Instagram* maupun *YouTube*.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim?
2. Bagaimana persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tentang dakwah melalui media *Instagram* dan *YouTube*?
  - a. Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim.

---

<sup>27</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media, 2019), hlm. 17

- b. Metode dakwah Ustadz Fuadh Naim.

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim.
2. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang dakwah melalui media *Instagram* dan *YouTube*:
  - a. Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim.
  - b. Metode dakwah Ustadz Fuadh Naim.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan kepada siapa saja yang membacanya. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat Teoritis
  1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi, terutama tentang kajian media komunikasi melalui media internet.
  2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam perkembangan wawasan, terutama wawasan tentang bagaimana persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui media sosial.

3. Penelitian ini diharapkan memberikan kemudahan serta bantuan berupa suatu acuan penelitian bagi peneliti lainnya yang nantinya bisa untuk dijadikan pedoman dalam melakukan sebuah penelitian.
- b. Secara praktis
1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memanfaatkan media teoritis dengan baik agar khalayak dapat memperdalam kajian dakwah dan komunikasi.
  2. Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan para da'i yang belum menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah, khususnya melalui media *Instagram* maupun *YouTube*.
  3. Untuk memenuhi tugas-tugas dengan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk menjelaskan pembahasan penelitian ini akan disusun pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus peneli-  
tian, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka yang terdiri dari kajian teori, teori yang digunakan, dan penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis/subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penjamin keabsahan data, dan teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari temuan umum, yaitu Gambaran Umum FDIK UIN SYAHADA Padangsidempuan dan temuan khusus, yaitu laporan hasil wawancara dengan mahasiswa KPI FDIK UIN SYAHADA Padangsidempuan mengenai persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam FDIK UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan terhadap dakwah Ustadz Fuadh Naim melalui media *Instagram* dan *YouTube*.

Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Persepsi

###### a. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses individu memilih, mengatur, dan menafsirkan apa yang mereka bayangkan tentang dunia di sekitar mereka.<sup>28</sup> Persepsi diartikan sebagai proses memahami atau memaknai informasi tentang suatu stimulus. Gairah berasal dari pendeteksian objek, kejadian atau hubungan antar gejala dan kemudian diproses oleh otak.<sup>29</sup> Dalam buku Pengantar Psikologi Umum, persepsi adalah kemampuan untuk membedakan, mengklasifikasikan, dan memfokuskan.<sup>30</sup>

Menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin, persepsi adalah penggunaan berbagai indera, penglihatan, sentuhan, penciuman dan rasa untuk memahami proses objek atau peristiwa di lingkungan. Persepsi juga merupakan proses menyimpulkan dan menafsirkan informasi dan memberi makna pada indera untuk memungkinkan manusia memperoleh pengetahuan baru, pengalaman, peris-

---

<sup>28</sup> Alo Liliweri M.S, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna, Ed. 1, Cetakan ke-1*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 153

<sup>29</sup> Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), hlm. 67

<sup>30</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), hlm. 39

tiwa, dan hubungan.<sup>31</sup>

Achmad Mubarak mengatakan bahwa persepsi adalah proses memberi makna sensasi yang memungkinkan manusia memperoleh pengetahuan baru, pengamatan global disertai dengan kesadaran, dan tidak ada perbedaan antara objek dan subjek.<sup>32</sup>

Beberapa pendapat di atas menunjukkan bahwa persepsi dapat dipahami sebagai tanggapan atau pesan yang diterima seseorang setelah mengamati suatu objek.

#### **b. Proses Terjadinya Persepsi**

Persepsi terjadi melalui suatu proses yang dimulai ketika pemahaman menangkap impuls. Sebagian besar impuls yang menyerang pemahaman disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses menyertai informasi tertentu yang diterima oleh pikiran dan mengabaikan informasi lainnya disebut *selective attention* (perhatian selektif) atau *selective perception* (persepsi selektif). *Selective attention* dipengaruhi oleh karakteristik persepsi seseorang atau sesuatu, terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan, dan keaslian. Perhatian selektif dipicu oleh sesuatu atau seseorang yang mungkin di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan aksen asing.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Faizah Muchsin, *Psikologi Dakwah, Cet. 3*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 151

<sup>32</sup> Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), hlm. 109

<sup>33</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 61

Persepsi adalah suatu proses yang mendahului penerimaan rangsangan oleh indera, kemudian rangsangan itu diteruskan dan proses selanjutnya adalah proses persepsi.<sup>34</sup>

Terdapat tiga komponen dalam proses persepsi, yaitu:

- a) Seleksi, yaitu proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar.
- b) Interpretasi adalah proses menyusun informasi sehingga masuk akal bagi seseorang. Interpretasi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kekhawatiran.
- c) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk perilaku sebagai respon. Dengan demikian, proses persepsi meliputi pemilihan, interpretasi, dan penyelesaian informasi yang masuk.<sup>35</sup>

Persepsi terjadi ketika informasi datang dari luar individu melalui panca indera, seperti: mata, telinga, lidah, dan kulit. Kemudian stimulus diterima dan kemudian diinterpretasikan, barulah proses kognitif saja yang dilakukan oleh individu. Setiap individu memiliki pengalaman dan latar belakang yang berbeda mengenai stimulus yang diterimanya, sehingga hasil persepsinya juga berbeda-beda.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: BPFE, 1990), hlm. 57

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 54

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 55

Jika seseorang menganggap dirinya sebagai objek persepsi, maka ini disebut persepsi diri (*self-perception*). Karena persepsi merupakan aktivitas sintetik, maka segala sesuatu yang ada dalam diri individu berperan dalam persepsi tersebut.<sup>37</sup>

### c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Kesalahpahaman bervariasi karena dipengaruhi oleh faktor pribadi, situasional, fungsional, dan struktural yang berbeda. Di antara faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi adalah perhatian, konsep fungsional, dan konsep struktural.<sup>38</sup> Persepsi setiap individu pasti berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Cara memandang situasi saat ini tidak dapat dipisahkan dari pengalaman indrawi sebelumnya. Jika pengalaman sebelumnya sering terjadi, respons masih menjadi kebiasaan yang sehat secara ilmiah berdasarkan respons persepsi yang ditunjukkannya. Mungkin sembilan puluh persen dari pengalaman indrawi sehari-hari dianggap kebiasaan berdasarkan pengalaman masa lalu yang berulang.<sup>39</sup>

Jadi, apa yang dirasakan pada waktu tertentu tidak hanya bergantung pada stimulus itu sendiri, tetapi juga pada konteks di mana stimulus itu ada. Seperti pengalaman indrawi sebelumnya, perasaan, bias, keinginan, sikap, dan tujuan saat ini.

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 55

<sup>38</sup> Achmad Mubarak, *Op.Cit.*, hlm. 111

<sup>39</sup> Dimiyati Mahmud, *Op.Cit.*, hlm. 41

Ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu: (1) orang yang memberi persepsi, (2) sasaran (orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi), (3) situasi (keadaan pada saat persepsi dilakukan).<sup>40</sup>

Adapun menurut para ahli ada 3 faktor penting yang mempengaruhi persepsi, yaitu pengetahuan (*knowledge*), harapan (*expectation*) dan penilaian (*evaluation*).<sup>41</sup>

Adapun faktor lain yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

a) Faktor perhatian

Perhatian adalah proses mental di mana suatu rangsangan atau serangkaian rangsangan menjadi menonjol dalam kesadaran ketika rangsangan lain menghilang.<sup>42</sup>

Perhatian bisa datang dari luar (eksternal), bisa juga datang dari dalam diri orang yang bersangkutan (dalam). Faktor eksternal yang dapat menarik perhatian biasanya karena memiliki karakteristik yang menonjol dari rangsangan lain, misalnya karena bergerak sementara yang lain bergerak, stasioner, atau karena memiliki unsur kontras, kebaruan, atau pengulangan.<sup>43</sup>

b) Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi meliputi kebutuhan, persiapan mental, iklim emosional, dan konteks budaya.

---

<sup>40</sup> Wibowo, *Op.Cit.*, hlm. 60

<sup>41</sup> Davidoff Linda, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm. 248

<sup>42</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004),

hlm. 51

<sup>43</sup> Achmad Mubarak, *Op.Cit.*, hlm. 110

Menurut Krech dan Crutch Field yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, tujuan dari keempat faktor di atas yang memengaruhi persepsi adalah:

- 1) Kebutuhan: merupakan salah satu dorongan psikologis yang mendorong orang untuk melakukan tindakan, seperti rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.
- 2) Kesiapan mental: kemampuan untuk beradaptasi atau beradaptasi secara sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan sosial yang sukses.
- 3) Suasana emosional: secara hipnotis diciptakan tiga jenis suasana emosional, yaitu suasana bahagia, suasana kritis dan suasana gelisah.
- 4) Latar belakang budaya: merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.<sup>44</sup>

#### **d. Bentuk-Bentuk Persepsi**

Bentuk-bentuk persepsi itu adalah: persepsi melalui pendengaran, persepsi melalui penciuman, persepsi melalui perasa, dan persepsi melalui kulit atau perasa.<sup>45</sup> Adapun menurut Irwanto yaitu:

- a) Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan semua pengetahuan (tahu atau tidak) dan tanggapan lanjutan terhadap

---

<sup>44</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit.*, hlm. 56

<sup>45</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offest, 2010), hlm. 124

upaya untuk menggunakannya. Ini akan berlanjut dengan aktivitas atau penerimaan dan dukungan dari objek yang dirasakan.

- b) Persepsi negatif yaitu persepsi yang menggambarkan semua pengetahuan (tahu atau tidak) dan reaksi disonan terhadap objek yang dirasakan. Itu akan dikejar dengan pasif atau penyangkalan dan ketenangan terhadap objek yang dirasakan.<sup>46</sup>

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa baik persepsi positif maupun negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang ketika melakukan tindakan. Terjadinya persepsi positif atau persepsi negatif tergantung pada bagaimana individu tersebut menggambarkan semua pengetahuannya tentang suatu objek yang dipersepsikannya.<sup>47</sup>

## 2. Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya yaitu menyeru, mengajak, memanggil.<sup>48</sup>

Adapun pengertian dakwah secara terminologi dapat dilihat menurut pendapat beberapa ahli antara lain:

---

<sup>46</sup> Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), hlm. 71

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 71

<sup>48</sup> Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, Cet. 1, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 16

- a) Abdul Karim Zaidan mengatakan bahwa yang dimaksud dengan dakwah adalah seruan kepada jalan Allah atau jalan Islam, agama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW.<sup>49</sup>
- b) Muhammad Natsir mengatakan bahwa dakwah adalah tugas para *da'i* untuk meneruskan risalah setelah Nabi Muhammad.<sup>50</sup>
- c) Nurchalish Madjid, menyatakan bahwa dakwah yang telah berkembang di masyarakat mengedepankan *nahi munkar*, yaitu tekanan-tekanan untuk melawan atau perjuangan reaktif dan kurang *amar ma'ruf*-nya, yang mengajak kepada kebaikan, solidaritas, suatu cita-cita dalam bentuk perjuangan aktif.<sup>51</sup>
- d) Farid Ma'ruf Noor mengatakan bahwa dakwah adalah suatu perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung tinggi undang-undang ilahi dalam seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat sehingga Islam berperan menjadi ajaran yang mendasari, menjiwai, dan mewarnai seluruh sikap dan tingkah laku dalam hidup dan kehidupannya.<sup>52</sup>
- e) Zakiah Darajat mengatakan bahwa dakwah dalam arti yang luas, mencakup kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah orang yang menjadi sasaran dakwah. Bahkan dapat dikatakan bahwa *da'i* tidak lain adalah psikiater yang dapat membantu

---

<sup>49</sup> Abdul Karim Zaidan, *Ushul al-Da'wah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), hlm. 1

<sup>50</sup> Muhammad Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Surakarta: Ramadhani, 1987), hlm. 6

<sup>51</sup> Nurchalish Madjid, *Cendekiawan dan Religius Masyarakat*, (Jakarta: Paramadina, 1999), hlm. 97

<sup>52</sup> Farid Ma'ruf Noor, *Dinamika dan Akhlak Da'wah*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1981), hlm.

manusia mencapai kedamaian batin, kedamaian dalam hidup dan kebahagiaan atau kesehatan mental pada umumnya.<sup>53</sup>

Berdasarkan dari berbagai pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah upaya mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan dan mengikuti jalan petunjuk, serta melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* demi mencapai kesuksesan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Selain itu, kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang berkesinambungan dengan tujuan dakwah. Dari waktu ke waktu, kegiatan dakwah selalu mengalami perubahan tergantung pada kondisi dan situasinya.<sup>54</sup>

Di zaman yang serba canggih ini, banyak da'i yang menggunakan internet sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah. *Internet* berasal dari singkatan *International Connection Networking*. *International* artinya mendunia atau mendunia. *Connection* berarti hubungan komunikasi dan *Networking* berarti jaringan. Dengan demikian, Internet adalah jaringan komunikasi yang tersembunyi di seluruh dunia.

Dengan internet, penyebaran dakwah Islam dapat dilakukan ke seluruh dunia, tanpa batas wilayah atau budaya dan tentu saja dalam waktu singkat. Nurchalish Madjid mengatakan penggunaan internet memegang peranan penting agar umat Islam tidak perlu

---

<sup>53</sup> Zakiah Darajat, *Pendidikan Agama, dalam Pembinaan Mental*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1982), hlm. 29

<sup>54</sup> Eneng Purwanti, "Manajemen Dakwah dan Aplikasinya bagi Pengembangan Organisasi Dakwah," *Jurnal Edukasi*, 1 (2010), hlm. 6 <https://scholar.google.com> diakses pada tanggal 18 Januari 2022 di Padangsidempuan

menghindari internet karena jika internet tidak digunakan dengan baik maka umat Islam sendiri akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga memberikan informasi dan data sehingga memudahkan orang untuk bekerja.<sup>55</sup>

### **b. Pesan Dakwah**

Dalam ilmu komunikasi, pesan dakwah adalah *message*, merupakan simbol sastra bahasa Arab. Pesan dakwah disebut juga dengan *maudlu al-da'wah*. Istilah pesan dakwah dianggap lebih cocok untuk memaknai isi dakwah baik berupa kata-kata, gambar, lukisan dan seperti yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan merubah sikap dan perilaku subjek dakwah.<sup>56</sup>

Menurut Endang Saifuddin Anshari, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klasifikasi yang diajukan para ulama dalam memetakan Islam dan membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut.

- a) Akidah: yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *qadla* dan *qadar*.
- b) Syariah: yang meliputi ibadah dalam arti khas (*thaharah*, shalat, *as-shaum*, zakat dan haji) dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun al-khas*/hukum perdata dan *al-qanun al-am*/hukum publik).

---

<sup>55</sup> Nurchalis Madjid, *Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan*, (Jakarta: Republika, 1995), hlm. 8

<sup>56</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hlm. 318

- c) Akhlak: yang meliputi akhlak kepada *al-Khaliq* dan *makluq*, yaitu (manusia dan non manusia).<sup>57</sup>

Ulama lain juga membagi pokok ajaran Islam dengan mengambil intisari dari surat *al-Fatihah*. Nabi SAW menyebut surat *al-Fatihah* dengan *Umm al-kitab* (induk Al-Quran).<sup>58</sup>

### c. Metode Dakwah

Untuk mengimplementasikan strategi dakwah yang telah ditetapkan, diperlukan suatu metode. Strategi mengacu pada rencana untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah sarana yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah, diantaranya:

- a) Al-Bayanuni mengemukakan definisi metode dakwah (*asa-lil al-da'ah*) yaitu cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah.
- b) Said bin Ali al-Qahthani membuat definisi metode dakwah yaitu, “*Uslub*” (metode) dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.
- c) Hampir sama dengan pernyataan Said bin Ali al-Qahthani, Abd al-Karim Zaidan mengatakan definisi metode dakwah adalah ilmu

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm. 332

<sup>58</sup> *Ibid.*, hlm. 333

tentang bagaimana melangsungkan penyampaian pesan-pesan dakwah dan mengatasi hambatan-hambatannya.<sup>59</sup>

Firman Allah swt. QS. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Seungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>60</sup>

Berdasarkan ayat di atas, maka dapat diambil pemahaman bahwa

metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yakni sebagai berikut:<sup>61</sup>

#### 1) Metode *bil-Hikmah*

Kata *hikmah* seringkali diartikan dengan pengertian bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang hati yang bersih, dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan. Para ahli dalam mendefinisikan *hikmah* ini bermacam-macam antara lain:

- a) Menurut Prof. Dr. Toha Yahya Umar, M.A, menyatakan bahwa *hikmah* berarti meletakkan sesuatu pada tempatnya dengan berpikir, berusaha menyusun dan mengatur dengan cara yang

<sup>59</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), hlm. 306

<sup>60</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, hlm. 281

<sup>61</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali pers, 2012), hlm. 246

sesuai keadaan zaman dengan tidak bertentangan dengan larangan Tuhan.<sup>62</sup>

b) Syeikh Jamakhsari dalam kitabnya *Al Kasyaf* yang dikutip oleh Wahidin Saputra mengatakan bahwa definisi *al-Hikmah* adalah perkataan yang pasti dan benar. Ia adalah dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan atau kesamaran.<sup>63</sup>

Dari beberapa pengertian di atas, dapat dipahami bahwa *al-Hikmah* adalah merupakan kemampuan dan ketepatan da'i dalam memilih, memilah dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif *mad'u*. *Al-hikmah* merupakan kemampuan da'i dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam secara realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif. Oleh karena itu *al-Hikmah* sebagai sebuah sistem yang menya-

tukan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah.<sup>64</sup>

## 2) Metode *al-Mau'idza al-Hasanah*

Secara linguistik, *mauizhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'izhah* dan *hasanah*. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-'idzatan* yang berarti nasehat, petunjuk, pendidikan dan peringatan, sedangkan *hasanah* sebagai lawan dari *fansayyi'ah* berarti kebaikan melawan kejahatan.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hlm. 245

<sup>63</sup> *Ibid.*, hlm. 246-247

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 247

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 251

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian secara istilah, antara lain:

- a. Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi yang dikutip oleh H. Hasanuddin mengatakan, “*al-Mau'izhah al-Hasanah*” adalah (perkataan-perkataan) yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberi mereka nasihat dan ingin memberi manfaat kepada mereka atau dengan Al-Quran.
- b. Abdul Hamid al-Bilali mengatakan, *al-Mauizhah al-Hasanah* adalah salah satu *manhaj* (metode) dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan nasehat atau bimbingan yang baik agar mau berbuat baik.<sup>66</sup>

Jadi, jika ditarik kesimpulan dari *mau'izhatul hasanah* maka akan mengandung makna kata yang masuk ke hati dengan cinta dan kasih sayang dan ke perasaan dengan penuh kelembutan, tanpa membeberkan kesalahan seseorang, karena kelemahlembutan nasihat seringkali bisa meluluhkan hati orang yang keras dan menjinakkan hati yang liar, lebih mudah menciptakan kebaikan daripada larangan dan intimidasi.<sup>67</sup>

### 3) Metode *al-Mujadalah*

Secara etimologis (bahasa) kata *mujadalah* berasal dari kata “*jadala*” yang berarti memutar atau membungkus. Jika *Alif* ditambahkan pada huruf *Jim* setelah *wazan Faa ala*, maka “*jaa dala*”

---

<sup>66</sup> *Ibid.*, hlm. 251

<sup>67</sup> *Ibid.*, hlm. 251

dapat diartikan berdebat dan “*mujadalah*” berarti perdebatan. Kata “*jadala*” bisa berarti menarik tali dan mengikatnya untuk memperkuat sesuatu. Orang yang berargumen seperti meyakinkan pihak lain dengan ucapannya dengan memperkuat pendapatnya dengan argumen yang disajikan.<sup>68</sup>

Dari aspek terminologi (istilah) terdapat beberapa pemahaman *al-Mujadalah (al-Hiwar)*. *Al-Mujadalah (al-Hiwar)* bermakna upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan di antara keduanya. Menurut Sayyid Muhammad Thantawi (seorang Imam Besar Masjid Al-Azhar), *al-Mujadalah* ialah, suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat.<sup>69</sup>

Menurut tafsir an-Nafasi dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah Wahidin Saputra, kata ini berarti: Berargumentasi dengan baik, yaitu berbicara dengan sebaik-baiknya dalam bermujadalah, antara lain dengan kata-kata yang lembut, bukan dengan kata-kata yang kasar atau menggunakan sesuatu (ucapan) yang dapat membangkitkan hati, menyadarkan jiwa dan mencerahkan pikiran, itu adalah penolakan bagi mereka yang enggan untuk berdebat dalam agama.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> *Ibid.*, hlm. 253

<sup>69</sup> Muhammad Sayyid Thantawy, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muhammad\\_Sayyid\\_Thantawy](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Sayyid_Thantawy) diakses pada tanggal 4 Maret 2022 di Padangsidempuan

<sup>70</sup> Wahidin Saputra, *Op.Cit*, hlm. 248

Dari penafsiran di atas dapat disimpulkan bahwa *al-Mujadalah* adalah tukar pikiran yang dilakukan secara ilmiah oleh dua pihak, tanpa menimbulkan permusuhan agar pihak lain menerima pendapat yang dikemukakan dengan memberikan gagasan dan bukti yang kuat. Saling menghargai dan menghormati pendapat satu sama lain, berpegang teguh pada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain, dan dengan tulus menerima hukuman atas kebenaran tersebut.

#### **d. Media Dakwah**

Media dakwah merupakan sarana, tempat dan alat yang digunakan sebagai saluran dalam proses dakwah. Keberadaan sarana, tempat dan alat sangat diperlukan dalam menunjang keberhasilan dakwah.<sup>71</sup> Kata media berasal Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara.

Proses dakwah tanpa media tetap dapat mencapai tujuan semaksimal mungkin dan media dakwah memiliki peran atau kedudukan sebagai penyokong dalam mencapai tujuan tersebut.<sup>72</sup> Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu:

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat

---

<sup>71</sup> Umdatul Hasanah, *Ilmu dan Filsafat Dakwah*, (Serang Banten: Fseipress, 2013), hlm.

<sup>72</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm. 101

- berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.
  - c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
  - d. Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengar, penglihatan, atau keduanya seperti televisi, film, OHP, internet, dan sebagainya.
  - e. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.<sup>73</sup>

### **3. Instagram dan YouTube**

*Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, merekam video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk *Instagram* itu sendiri. *Instagram* pertama kali diluncurkan pada tahun 2010. *Instagram* berasal dari kata *instan* seperti kamera polaroid, dan kata *gram* berasal dari kata *telegram* yang cara kerjanya mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. *Instagram* juga

---

<sup>73</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 3

dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid dalam tampilannya.<sup>74</sup>

Kelabihan *Instagram* sebagai media dakwah:

1. Dengan adanya dakwah di Instagram dapat dengan mudah menyebarkan konten-konten yang dibuat para Da'i.
2. Video-video singkatnya dapat dengan mudah dipahami apa maksud dan isinya.
3. Lebih mudah diakses dimanapun dan kapanpun.
4. Sangat cocok digunakan di masa sekarang.<sup>75</sup>

Kekurangan *Instagram* sebagai media dakwah:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat dan adanya perspektif orang yang berbeda-beda.
2. Adanya keterhambatan jika ada pertanyaan yang ingin disampaikan.
3. Borosnya kuota internet atau banyaknya data seluler yang akan dihabiskan jika kita menggunakan Instagram.<sup>76</sup>

*YouTube* adalah sebuah situs web berbagi video dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi video secara gratis.

*YouTube* pertama kali diluncurkan pada tahun 2005.<sup>77</sup> Umumnya video-video di *YouTube* adalah klip musik (*video clip*), film, TV, serta video

---

<sup>74</sup>Alfiah Nurrohmah, skripsi, “Efektivitas *Instagram* Sebagai Media Dakwah”, Studi Pada *Followers* akun *Instagram* @xkwavers, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2020), hlm. 30 <http://digilib.uin-suka.ac.id> diakses pada tanggal 10 Februari 2022 di Padangsidempuan

<sup>75</sup> <http://kpi.iain.kediri.ac.id/instagram-sebagai-media-dakwah-di-kalangan-milenial/> diakses pada tanggal 15 Desember 2022 di Padangsidempuan

<sup>76</sup> *Ibid*

<sup>77</sup> Yogi Ridho Firdaus, skripsi, “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media *YouTube* (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), hlm 67 <http://e-repositort.perpus.uinsalatiga.ac.id> diakses pada tanggal 17 Januari 2022 di Padangsidempuan

buatan para pengguna. Format yang digunakan adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki *plugin Flash Player*.<sup>78</sup>

Kelebihan *YouTube* sebagai media dakwah:

1. Menambah wawasan Islam dan pengetahuan lainnya mudah diaksesnya.
2. Fleksibel, tidak ada ketentuan waktu yang harus diperhatikan seperti dakwah secara tatap muka.
3. *Mad'u* bisa melihat berbagai macam konten dakwah yang diinginkan dengan mengetik di kolom pencarian maka akan keluar video yang dicari.<sup>79</sup>

Kekurangan *YouTube* sebagai media dakwah:

1. Tidak bisa berinteraksi langsung dengan *da'i* sehingga tidak ada *feedback*. Hanya satu arah saja.
2. Seorang *da'i* tidak bisa mengetahui karakteristik dari *mad'u*-nya.<sup>80</sup>

## **B. Teori yang Digunakan**

Teori yang peneliti gunakan adalah teori *Uses and gratifications*. *Uses and gratifications* pertama sekali diperkenalkan oleh Hebert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Pada awal 1940-an dan 1950-an, para peneliti meneliti alasan mengapa khalayak terlibat dalam berbagai jenis

---

<sup>78</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.

<sup>79</sup> Yogi Ridho Firdaus, *Op.Cit.*, hlm. 69

<sup>80</sup> *Ibid*

perilaku komunikasi. Munculnya teori ini juga merupakan kritik terhadap teori peluru atau teori jarum suntik dari Wilbur Schramm. Dalam teori peluru ini, media dikatakan sangat kreatif dan kuat, sedangkan publik bersifat pasif sehingga memudahkan media untuk menjangkau dan menembus sasaran (khalayak).<sup>81</sup>

Teori ini lebih mendekati pada pendekatan manusiawi di dalam meneliti media. Artinya, khalayak itu memegang otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz yakin bahwa tidak hanya ada satu cara bagi khalayak untuk menggunakan media.<sup>82</sup> Penelitian teori ini tidak lagi mengasumsikan bahwa komunikasi tidak berpengaruh pada khalayak. Inti dari teori ini adalah bahwa masyarakat pada dasarnya menggunakan media massa untuk motif-motif tertentu.<sup>83</sup> Sasarannya adalah khalayak yang aktif, yang menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>84</sup>

Asumsi teori penggunaan dan kepuasan telah dikemukakan oleh para penemu pendekatan ini yaitu Katz, Blumer, dan Gurevitch. Mereka menyatakan bahwa ada empat asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan:<sup>85</sup>

---

<sup>81</sup> Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 106-107

<sup>82</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 192

<sup>83</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 207

<sup>84</sup> Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Op.Cit.*, hlm. 108

<sup>85</sup> Richard West and Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 104

- a. Khalayak aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan.
- b. Konten media hanya dapat dinilai oleh khalayak.
- c. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terletak pada anggota khalayak. Media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi permintaan.
- d. Orang-orang memiliki kesadaran diri akan penggunaan, preferensi, dan motif media mereka untuk dapat memberikan gambaran yang akurat tentang penggunaan tersebut kepada para peneliti.

### **C. Penelitian Terdahulu**

1. Yogi Ridho Firdaus, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga Tahun 2018, meneliti dengan judul "Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media *YouTube*". Hasil penelitiannya menemukan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga menganggap konten video ceramah dalam media *YouTube* sangat mempermudah mereka dan juga efisien.

Hal tersebut dikarenakan mahasiswa mampu mencari materi dakwah apa saja yang diinginkan melalui konten video ceramah yang ada dalam media *YouTube*.

Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas dakwah melalui media *YouTube*. Perbedaan dengan penelitian peneliti, subjek penelitian Yogi adalah konten video

ceramah dalam media *YouTube*, sedangkan subjek penelitian peneliti adalah dakwah Ustadz Fuadh Naim.

2. Shofia Nurwahidah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2020, meneliti dengan judul “Dai Komunitas Remaja Dalam Menghadapi Budaya *Korean Wave* Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dan Agama”. Hasil penelitiannya menemukan bahwa isi pesan dari dakwah yang disampaikan Ustadz Fuadh Naim adalah bagaimana budaya negatif dari budaya *Korean Wave* yang harus diperhatikan oleh komunitas remaja *k-wavers*. Melalui pendekatan komunikasi antarbudaya dan agama beberapa unsur budaya menjadi cara pandang yang harus disaring, khususnya sebagai seorang Muslim.

Ustadz Fuadh Naim menyampaikan beberapa budaya negatif dari unsur budaya *Korean Wave* diantaranya: Kampanye LGBT, pergaulan bebas, pemakluman barang haram, standar kebahagiaan hidup, penyimpangan aqidah, kebermanfaatan harta dan barang, dan hallyusinasi. Sedfaangkan budaya positif dari *Korean Wave* yang disampaikan Ustadz Fuadh Naim adalah tepat waktu, kerja keras dan bahasa yang digunakan untuk berdakwah.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang konten-konten dakwah Ustadz Fuadh Naim. Perbedaan dengan penelitian peneliti, penelitian Shofia

berfokus pada apa isi/konten dakwah dari ustadz yang diteliti sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian peneliti menggunakan pendapat mahasiswa sebagai objek penelitian.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena diketahui belum ada tercatat yang meneliti tentang persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan terhadap dakwah Ustadz Fuadh Naim melalui media *Instagram* dan *YouTube*.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan dari menyusun proposal penelitian sampai laporan penelitian. Penelitian ini dimulai bulan September 2022 sampai dengan selesai dengan jadwal sebagaimana terlampir.

#### **B. Jenis dan Metode Penelitian**

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya.<sup>86</sup> Menurut Hadari Nawawi, penelitian lapangan atau *Field Research* merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu-

---

<sup>86</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1981), hlm. 93

tu, baik di lembaga atau organisasi kemasyarakatan maupun lembaga pemerintahan.<sup>87</sup>

Dalam pelaksanaan penelitian ini, metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif berusaha memberikan dengan sistematis dan cermat fakta terpercaya dan sifat populasi tertentu.<sup>88</sup> Penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan dan menjelaskan objek dari segi apa adanya.

### C. Unit Analisis/Subjek Penelitian

Unit analisis atau subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati sebagai sasaran.<sup>89</sup> Untuk menentukan informan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya individu tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang ingin diketahui, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi situasi sosial yang diteliti.<sup>90</sup> Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 – 2022.

---

<sup>87</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993), hlm. 63

<sup>88</sup> Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 8

<sup>89</sup> Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1981), hlm.32

<sup>90</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 219

#### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh.<sup>91</sup>

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer dijadikan peneliti sebagai sumber data pokok yang menjadi subjek penelitian. Adapun sumber data primer yang peneliti gunakan adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019-2022 berjumlah 20 orang dari 108 mahasiswa.

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

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dan dikumpulkan dari penelitian sebelumnya. Adapun sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah mahasiswa prodi Bimbingan Konseling Islam, Manajemen Dakwah, dan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim supaya data yang didapatkan valid.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data di lapangan atau lokasi dilakukan dengan menggunakan

teknik pengumpulan data berupa:

---

<sup>91</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*, (Yogyakarta : Rineka Cipta, 2010), hlm. 172

## 1. Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan langsung pada objek penelitian dengan memperhatikan tingkah laku.<sup>92</sup> Observasi digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi atau data yang berhubungan dengan ruang, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan, observasi terdiri dari observasi partisipan (*participant observation*), dan observasi tidak partisipan (*non participant observation*).<sup>93</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, maka observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan yakni peneliti tidak ikut di dalam kehidupan orang yang diobservasi di lapangan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>94</sup> Metode interview atau wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan cara sistematis.<sup>95</sup>

Ada dua tipe wawancara dalam tataran yang luas:

---

<sup>92</sup> Slameto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1988), hlm. 93

<sup>93</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, hlm. 226

<sup>94</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Cet. 6*, (Jakarta: Prenada Media, 2018), hlm.

<sup>95</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm. 31

- a. Wawancara terstruktur yaitu pedoman pedoman wawancara yang disusun secara terperinci item demi item lengkap dengan alternatif jawabannya. Sehingga pewawancara cukup sekedar menyilang atau menceklis jawaban responden sebagaimana yang tertera dalam pedoman wawancara.
- b. Wawancara tidak terstruktur yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis-garis besar yang akan ditanyakan ketika di lapangan. Pewawancara dapat mengembangkan pertanyaan dimaksud demi untuk menggali data lebih dalam.<sup>96</sup>

Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yaitu dengan pertanyaan bebas namun tidak lari dari poin-poin yang ingin digali dalam penelitian, dan yang akan diwawancarai adalah mahasiswa KPI angkatan 2019-2022.

### 3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek peneliti, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan notulen rapat, catatan khusus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya.<sup>97</sup> Dokumentasi digunakan untuk melengkapi penelitian, baik

---

<sup>96</sup> Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 102

<sup>97</sup> Susiadi S, *Metodelogi Penelitian*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015), hlm. 21

berupa tertulis, film, gambar, foto, karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi untuk proses penelitian.

#### **F. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Adapun hal-hal yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah sebagai berikut:

1. Ketekunan pengamatan, bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan dan isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
2. Triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu. Untuk keperluan pemecahan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.<sup>98</sup>

#### **G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Tujuan analisis data ialah untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca serta dipahami. Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Editing Data, yaitu menyusun redaksi data suatu susunan kalimat yang sistematis.
2. Klasifikasi Data, yaitu menyeleksi data mengelompokkannya sesuai dengan topik-topik pembahasan.
3. Reduksi Data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari data yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan.

---

<sup>98</sup> Lexi, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 177-178

4. Deskripsi Data yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan sistematikan pembahasan.
5. Interpretasi Data, yaitu melakukan penafsiran terhadap data-data yang tidak diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan.<sup>99</sup>

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisa data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan dan analisa data kualitatif deskriptif dengan satu kerangka berpikir induktif.

---

<sup>99</sup> Amiru Hadi dan Haryono, *metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Setia Jaya, 2005), hlm. 129.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Umum

##### 1. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah salah satu dari empat fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan. Fakultas ini berasal dari Jurusan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan yang dibuka pada tanggal 21 Maret 1997 melalui keputusan Menteri Agama No. 300 Tahun 1997 dan No. 333 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan. Pada masa itu, Jurusan Dakwah hanya memiliki Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.<sup>100</sup>

Setelah berjalan kurang lebih 16 tahun, banyak kemajuan yang telah dicapai oleh STAIN Padangsidempuan. Pada saat itu, Dr. Ibrahim Siregar, MCL selaku Ketua dan seluruh civitas akademik mulai memperjuangkan peralihan status STAIN Padangsidempuan. Pada 2013, status STAIN Padangsidempuan resmi beralih berdasarkan Peraturan

---

<sup>100</sup> Angga Yunus Simbolon, skripsi, “*Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Padangsidempuan terhadap Berita Hoaks di Media Sosial*”, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2022), hlm. 42 <http://etd.uinsyahada.co.id> diakses pada tanggal 15 Oktober 2023 di Padangsidempuan

Presiden Republik Indonesia Nomor 52 tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan dan Peraturan Menteri Agama Nomor 91 Tahun 2013 tentang organisasi dan data kerja IAIN Padangsidempuan. Dengan peralihan status tersebut, maka jurusan Dakwah juga beralih status menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK). Setelah menjadi fakultas, program studi-pun harus ditambah. Kemudian pada tahun 2014, dibuka Program Studi Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Hingga saat ini, FDIK menaungi empat Program Studi, yakni: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).<sup>101</sup>

25 tahun sejak adanya Jurusan Dakwah hingga menjadi fakultas, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi telah banyak mengalami pergantian pemimpin mulai dari H. Zulfan Efendi Hasibuan, MA (Ketua Jurusan Dakwah periode 1997 - 2002 dan periode 2002 - 2006), kemudian digantikan oleh H. Ali Anas, MA (ketua Jurusan Dakwah periode 2006 - 2010). Selanjutnya digantikan oleh Fauziah Nasution, M.Ag (Ketua Jurusan Dakwah periode 2010 - 2013). pada tahun 2014, Jurusan Dakwah beralih status menjadi Fakultas, maka berdasarkan SK Menteri Agama RI

---

<sup>101</sup> Agus Salim Lubis, *Laporan Kegiatan Penyusunan Rencana Strategis Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan Tahun 2020-2024*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 1-2

Nomor 8 Tahun 2014, Ibu Fauziah Nasution, M.Ag menjadi Dekan Pertama Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk periode 2014 - 2017, Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos., M.Ag menjadi Wakil Dekan I Bidang Akademik selama dua tahun, kemudian digantikan oleh Dr. Sholeh Fikri, M.Ag, Drs. Kamaluddin, M.Ag sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Fauzi Rizal, S.Ag., M.A sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.<sup>102</sup> Selanjutnya posisi Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi diisi oleh Dr. Ali Sati, M.Ag pada periode 2017 – Mei 2022, Dr. Mohd. Rafiq, MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Saat ini yang menjadi Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah Dr. Hj. Magdalena, M.Ag, Dr. Anas Habibi Ritonga, MA sebagai Wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr, Sholeh Fikri, M.Ag sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Menurut data perkembangan UIN SYAHADA Padangsidimpuan, jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Tahun

---

<sup>102</sup> Angga Yunus Simbolon, *Op. Cit.*, hlm. 42-43

Akademik 2023/2024 yang di-input dalam bentuk siacad adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

## Data Jumlah Mahasiswa FDIK UIN SYAHADA

## Angkatan 2019-2023

No	Prodi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	No	Prodi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	KPI	2019	9	1	KPI	2020	23
2	BKI	2019	24	2	BKI	2020	51
3	PMI	2019	4	3	PMI	2020	11
4	MD	2019	2	4	MD	2020	22
Jumlah Mahasiswa		39		Jumlah Mahasiswa		107	

Sumber: Siacad Mahasiswa

No	Prodi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	No	Prodi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	KPI	2021	21	1	KPI	2022	26

2	BKI	2021	44	2	BKI	2022	53
3	PMI	2021	7	3	PMI	2022	14
4	MD	2021	21	4	MD	2022	27
Jumlah Mahasiswa		93		Jumlah Mahasiswa		93	

Sumber: Siakad Mahasiswa

No	Prodi	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	KPI	2023	43
2	BKI	2023	42
3	PMI	2023	10
4	MD	2023	32
Jumlah Mahasiswa		127	

Sumber: Siakad Mahasiswa

## 2. Visi, Misi, Tujuan dan Profil Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

### a. Visi

Unggul dalam pengembangan Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi berbasis *Information Communication Technologies* (ICT) dan kearifan lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk menghasilkan lulusan yang berwawasan keilmuan, keislaman dan keindonesiaan.<sup>103</sup>

### b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran Ilmu Dakwah dan komunikasi yang unggul dan *integratif-interkonektif* berbasis ICT dan Kearifan Lokal.
- 2) Mengembangkan penelitian di Bidang Ilmu Dakwah dan Komunikasi dengan pendekatan *interkonektif/multidisipliner* berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
- 3) Meningkatkan partisipasi pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan dakwah dan masyarakat Islam.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat.

---

<sup>103</sup> Tim Penyusun Buku Panduan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru, *Buku Panduan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2017*, (Padangsidempuan: 2017), hlm. 25

6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.<sup>104</sup>

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang kreatif, inovatif, integratif serta kompetitif dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi.
- 2) Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam bidang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi.
- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki akhlak *al-Karimah*, kreatif, dan memiliki *life skill* serta mampu berperan aktif dalam kegiatan dakwah Islam ditengah-tengah masyarakat.
- 4) Menghasilkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.<sup>105</sup>

d. Program Studi

1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

a) Visi

Unggul dalam pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam berbasis *Information Communication Technologies* (ICT) dan kearifan lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk menghasilkan tenaga profesional di bidang Penyiaran Islam (*Tabligh*).<sup>106</sup>

b) Misi

---

<sup>104</sup> *Ibid.*, hlm. 25-26

<sup>105</sup> *Ibid.*, hlm. 26

<sup>106</sup> *Ibid*

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran ilmu komunikasi dan *tabligh*/penyiaran Islam yang unggul dan *integratif-interkonektif* berbasis ICT dan kearifan lokal.
  - 2) Mengembangkan penelitian di bidang Komunikasi dan *tabligh*/pe-nyiaran Islam dengan pendekatan *interkonektif/multidispliner* berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
  - 3) Meningkatkan partisipasi pengabdian kepada masyarakat dalam rangka *tabligh*/penyiaran Islam.
  - 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
  - 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasya-rakat.
  - 6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.<sup>107</sup>
- c) Tujuan
- 1) Menghasilkan lulusan yang menguasai teori-teori dakwah (*tabligh*), komunikasi dan jurnalistik Islam serta mampu memanfaatkan media komunikasi sebagai media *tabligh*.

---

<sup>107</sup> *Ibid.*, hlm. 26-27

- 2) Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam bidang *Tabligh*.
- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki akhlak *al-Karimah*, kreatif, dan memiliki *life skill* serta mampu berperan aktif dalam kegiatan dakwah Islam ditengah-tengah masyarakat.
- 4) Menghasilkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.<sup>108</sup>

d) Profesi Lulusan

- 1) Da'i.
- 2) Praktisi Media.
- 3) Penyuluh Agama.
- 4) Jurnalis.
- 5) Tenaga Humas.
- 6) Birokrat/Aparatur Sipil Negara.<sup>109</sup>

2) Program Studi Bimbingan Konseling Islam (BKI)

a) Visi

Unggul dalam pengembangan imu bimbingan konseling Islam berbasis *Information Communication Technologies* (ICT) dan

---

<sup>108</sup> *Ibid.*, hlm. 27

<sup>109</sup> *Ibid.*, hlm. 27-28

kearifan lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk menghasilkan tenaga konselor Islami.<sup>110</sup>

b) Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran ilmu Bimbingan Konseling Islam yang unggul dan *integratif-interkonektif* berbasis ICT dan kearifan lokal.
- 2) Mengembangkan penelitian di bidang Bimbingan Konseling Islam dengan pendekatan *interkonektif/multidisipliner* berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang Bimbingan Konseling Islam dalam upaya membantu menyelesaikan persoalan individu, keluarga dan masyarakat.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasya-rakat.
- 6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> *Ibid.*, hlm. 28

## c) Tujuan

- 1) Menghasilkan Sarjana Dakwah dibidang Bimbingan Konseling Islam, yang menguasai ilmu-ilmu Bimbingan Konseling Islam berbentuk *irsyad* dan *isytiṣfa*, baik bersifat individual maupun kelompok.
- 2) Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam bidang ilmu bimbingan konseling Islam.
- 3) Menghasilkan Sarjana Dakwah dalam bidang Bimbingan Konseling Islam yang mampu memberikan solusi bagi persoalan kehidupan masyarakat dengan basis agama dan spiritualitas.
- 4) Menghasilkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.<sup>112</sup>

## d) Profesi Lulusan

- 1) Da'i.
- 2) Penyuluh Agama.
- 3) Konselor pada lembaga sosial (Rohaniawan Rumah Sakit dan Lembaga Pemasarakatan dan Lembaga Konsultasi Kesejahteraan Keluarga).

---

<sup>111</sup> *Ibid*

<sup>112</sup> *Ibid.*, hlm. 29

- 4) Tenaga Bina Mental di lembaga Kepolisian, dan TNI.
  - 5) Motivator pengembangan Sumber Daya Manusia.
  - 6) Birokrat/Aparatur Sipil Negara.<sup>113</sup>
- 3) Program Studi Manajemen Dakwah (MD)
- a) Visi

Unggul dalam pengembangan ilmu manajemen dakwah berbasis *Information Communication Technologies* (ICT) dan kearifan lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk menghasilkan manajer profesional yang Islami.<sup>114</sup>
  - b) Misi
    - 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran ilmu Manajemen Dakwah secara *integratif-interkonektif* berbasis ICT dan kearifan lokal.
    - 2) Mengembangkan penelitian publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam bidang manajemen dakwah dengan pendekatan *inter-konektif/multidisipliner*.

---

<sup>113</sup> *Ibid*

<sup>114</sup> *Ibid*

- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk peningkatan mutu manajerial lembaga-lembaga sosial keagamaan.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat.
- 6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.<sup>115</sup>

c) Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan di bidang manajemen dakwah dan berkarakter Islami.
- 2) Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam bidang manajemen dakwah.
- 3) Menghasilkan lulusan yang mampu berperan aktif dalam pengabdian kepada masyarakat untuk peningkatan mutu manajerial lembaga-lembaga sosial keagamaan dengan pendekatan manajemen profesional.
- 4) Menghasilkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak dalam

---

<sup>115</sup> *Ibid.*, hlm. 30

rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.<sup>116</sup>

d) Profesi Lulusan

- 1) Da'i.
- 2) Manajer lembaga/organisasi sosial keagamaan.
- 3) Tenaga Pendamping Haji.
- 4) Penyuluh Agama.
- 5) Analis pengembangan lembaga sosial keagamaan.
- 6) Administrator zakat, waqaf, infak dan shadaqah (Zawais).
- 7) Birokrat/Aparatur Sipil Negara.<sup>117</sup>

4) Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

a) Visi

Unggul dalam pengkajian ilmu pengembangan masyarakat Islam berbasis *Information Communication Technologies* (ICT) dan kearifan lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk menghasilkan tenaga professional di bidang Pengembangan Masyarakat Islam.<sup>118</sup>

b) Misi

---

<sup>116</sup> *Ibid*

<sup>117</sup> *Ibid.*, hlm. 31

<sup>118</sup> *Ibid*

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran ilmu Pengembangan Masyarakat Islam yang unggul dan *integratif-interkonektif* berbasis ICT dan kearifan lokal.
  - 2) Menyelenggarakan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas dan aplikatif dalam pengembangan masyarakat Islam.
  - 3) Meningkatkan partisipasi pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan masyarakat Islam .
  - 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
  - 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat.
  - 6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.<sup>119</sup>
- c) Tujuan
- 1) Menghasilkan lulusan yang berkualitas, religius, dan populis.
  - 2) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan akademik dan professional dalam pengembangan masyarakat.
  - 3) Menghasilkan lulusan yang ahli di bidang *social work*.<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> *Ibid.*, hlm. 31-32

<sup>120</sup> *Ibid.*, hlm. 32

d) Profesi Lulusan

- 1) Da'i.
- 2) Penyuluh Agama.
- 3) Pendamping sosial: perencana, penggerak dan advokasi sosial.
- 4) Motivator pengembangan Sumber Daya Manusia.
- 5) Pengamat Kebijakan sosial.
- 6) Birokrat/Aparatur Sipil Negara.<sup>121</sup>

### 3. Profil Ustadz Fuadh Naim

Fuadh Naim lahir di Makassar, 5 Maret 1991. Beliau merupakan seorang mantan pecinta *Korean Wave*. Beliau besar di Makassar, namun ketika beliau berusia 13 tahun dan sedang menempuh pendidikan di SMP, orang tuanya memutuskan untuk pindah ke Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kemudian beliau harus pindah lagi dan melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, jurusan Ilmu Komunikasi. Fuadh Naim juga sempat aktif dalam organisasi AVIKOM (Audio Visual Komunikasi) pada saat kuliah.<sup>122</sup> Kemudian beliau harus pindah ke Jakarta untuk mengemban kariernya sebagai *Influencer Dakwah* dengan sasaran *mad'unya* para remaja penggemar *Korean Wave*.<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> *Ibid*, hlm. 32

<sup>122</sup> Fuadh Naim, “*#PernahTenggelam*”, (Jakarta: AlFatih Press, 2019), Cet. 1, hlm. 25

<sup>123</sup> *Ibid*

Kisahnyanya dimulai ketika awal Sekolah Menengah Atas (SMA), beliau tidak dapat bergaul seperti teman-teman yang lainnya. Hal ini menyebabkannya *anxiety*, sulit bergaul dan berteman sampai beliau merasakan kehidupannya sendiri tanpa adanya orang-orang yang membantu. Di saat beliau merasa sendirian, Fuadh Naim menemukan hiburan yang dapat menerimanya, dan menjadi awal beliau mulai mengenal dan menjadi penggemar *Korean Wave*.<sup>124</sup>

Pada tahun 2007 beliau mulai menjadi penggemar *Korean Wave* dan menyukai segala sesuatu seputar *Korean Wave*. Mulai dari musik (*Korean Pop*), makanan (*Korean Food*), drama korea (*Korean Drama*), juga fashion (*Korean Fashion/Style*). Kecintaannya terhadap semua produk Korea Selatan membuatnya jatuh terlalu dalam. Fuadh Naim pertama kali mengenali *Korean Wave* melalui K-Drama yang berjudul “*Dae Jang Geum*” yang pada saat itu disiarkan di salah satu stasiun televisi swasta dengan judul bahasa Inggrisnya “*Jewel in the Palace*”. Sejak saat itulah Fuadh Naim terhipnotis dengan budaya *Korean Wave*. Sampai akhirnya beliau membeli berbagai macam DVD K-Drama lainnya, mulai dari *Full House*, *Princess Hours*, *My Girlfriend is Gumiho*, *My Sassy Girl*, dan masih banyak DVD K-Drama lainnya.<sup>125</sup>

Tidak hanya K-Drama, Fuadh Naim juga mengenal K-Pop pada tahun 2009 ketika beliau masih kuliah di Yogyakarta. Karena kehidupan

---

<sup>124</sup> *Ibid.*, hlm. 26-27

<sup>125</sup> *Ibid*

saat merantau bebas, Fuadh Naim jadi lebih bebas menyukai hal-hal berbau *Korean Wave*. Grup band pertama yang Fuadh Naim suka yaitu SHINee. Sejak saat itulah beliau menjadi seorang K-Popers. Tidak hanya sekedar menyukai lagu dan koreografinya saja, beliau pun membeli beberapa album dan aksesoris K-Pop lainnya untuk dikoleksi.<sup>126</sup>

Tidak hanya itu, Fuadh Naim juga menggunakan produk buatan Korea Selatan, seperti Samsung. Beliau juga belajar bahasa dan huruf korea yang disebut *Hangeul* dan mempelajarinya dengan baik. Setelah menguasai bahasa dan huruf korea, beliau pun mengaplikasikannya ke dalam kehidupannya sehari-

hari. Beliau juga dapat menulis Hangeul dengan baik.<sup>127</sup>

Bertahun-tahun lamanya Fuadh Naim tenggelam dalam dunia *Korean Wave* hingga beliau pun menyadari ada hal yang janggal di dalam budaya *Korean Wave* ini. Kemudian Fuadh Naim memberanikan diri mengikuti kajian-kajian Islam yang berada di sekitar kampusnya. Hingga suatu hari Fuadh Naim berbicara dengan batinnya dan merasakan ada hal yang aneh dalam dirinya ketika terlalu mencintai budaya *Korean Wave*. Beliau merasa ada di sebuah persimpangan jalan yang mengharuskannya

---

<sup>126</sup> *Ibid*

<sup>127</sup> *Ibid.*, hlm. 32-34

untuk memilih berubah menjadi lebih baik atau tetap menyukai budaya *Korean Wave*.<sup>128</sup>

Akhirnya Fuadh Naim menemukan titik bahwa budaya Korea dan Islam berada di jalannya masing-masing dan beliau harus memilih diantara dua persimpangan jalan tersebut. Hingga beliau merenungkan dan berfikir ‘apakah tidak cukup kita mencintai *Korean Wave* namun tetap mengerjakan shalat, puasa, membaca Al-Qur’an? Apakah dengan seperti ini akan merugikan orang lain? Apa ada yang salah dengan budaya *Korean Wave* sampai tidak bisa berdampingan dengan Islam?’<sup>129</sup>

Fuadh Naim pun memutuskan bahwa dirinya adalah seorang muslim, memiliki Tuhan, yaitu Allah swt. dengan seperangkat tuntunan kehidupan yang baik untuk dirinya dan umat muslim lainnya, yaitu Al-Qur’an dan Sunnah. Adapun budaya *Korean Wave* adalah negara mayoritas penduduknya tidak beragama, tidak percaya Tuhan bahkan tidak kenal siapa Allah swt. apalagi syariat-Nya. Karenanya sangat wajar apabila di posisi persimpangan jalan dalam mencintai budaya *Korean Wave* dan Fuadh Naim menemukan banyak sekali perbedaannya dalam Islam. Dari perjalanannya itulah beliau mulai merasa ada yang tidak bisa dibiarkan dalam dirinya untuk terus menerus mencintai budaya *Korean Wave*. Beliau

---

<sup>128</sup> Senita Indah Maulani, *Op. Cit.*, hlm. 57

<sup>129</sup> Fuadh Naim, *Op. Cit.*, hlm. 32-34

mengakui bahwa dirinya salah dan terlalu berlebihan dalam mencintai budaya *Korean Wave*.<sup>130</sup>

Selain itu, Fuadh Naim aktif dalam komunitas Studio Tujuh (Studio *editing* video dan visual *effect*) sebagai ketua. Di Avikom juga sempat menjadi bagian kepala dari Divisi Penelitian Pengembangan (Litbang) pada tahun 2013 – 2015. Beliau juga pernah menjadi General Manager di Underblack. Underblack mengeluarkan produk T-Shirt berlabel Underblack dengan desain dakwah yang eksklusif ber-*tagline Intellectual Side*. Underblack juga memiliki divisi dakwah yang berfokus pada audio-visual dengan berdakwah melalui film, iklan maupun web series. Media yang Ustadz Fuadh Naim harapkan bisa istiqomah dalam menjadikan dakwah sebagai poros kehidupan dan juga berharap semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya menjadikan dakwah sebagai poros kehidupannya. Seperti salah satu kutipan prinsip dari Fuadh Naim, yaitu “Saya menjadikan dakwah sebagai poros hidup. Bekerja, berbisnis, berkeluarga, berjuang, semua dilakukan untuk berdakwah”.<sup>131</sup>

Kehidupan Fuadh Naim berubah setelah hijrah dari *Korean Wave*, beliau aktif dalam kegiatan dakwah yang berfokus seputar dunia Korean Wave yang semakin disukai dan digemari banyak remaja terutama kaum wanita. Visi dan misi dari Fuadh Naim dalam memutuskan untuk menjadi

---

<sup>130</sup> Senita Indah Maulani, *Op. Cit.*, hlm. 57-58

<sup>131</sup> <https://id.linkedin.com/in/fuadhnaim> diakses pada tanggal 16 Desember 2023 di Padangsidempuan

pendakwah dikalangan penggemar *Korean Wave* adalah ingin lebih banyak remaja yang tertarik belajar tentang Islam. Beliau juga menggunakan berbagai macam media sebagai alat untuk berdakwah mulai dari *Instagram, YouTube, Zoom, hingga Spotify*.<sup>132</sup>

Kemudian pada usia yang ke 28 tahun, beliau banyak sekali mengadakan kegiatan dakwah bersama komunitas YukNgaji yang dipimpin oleh Ustadz Felix Siaw. Beliau menjadi salah satu mentor training di komunitas YukNgaji, pada program NgeFast. Kegiatan dakwah Fuadh Naim lebih berfokus kepada bagaimana cara mendakwahi para pecinta atau penggemar *Korean Wave* agar memahami dan mengerti bahwasanya ada yang harus diperbaiki dari perasaan dan psikologis para pecinta *Korean Wave* serta lebih dekat dengan Allah swt. Fuadh Naim pun membuat sebuah konser dakwah dengan nama AADK (Ada Apa Dengan Korea) yang sudah diadakan di berbagai daerah di Indonesia.<sup>133</sup>

Seiring dengan berjalannya dakwah yang ia lakukan, citranya sebagai seorang da'i dan ustadz untuk mensyiarkan agama Islam melekat pada dirinya. Berbagai media dakwah menyebutnya dengan panggilan Ustadz karena dakwahnya menyeru pada kebaikan dan mengajak para

---

<sup>132</sup> *Ibid*

<sup>133</sup> Senita Indah Maulani, *Op. Cit.*, hlm. 59

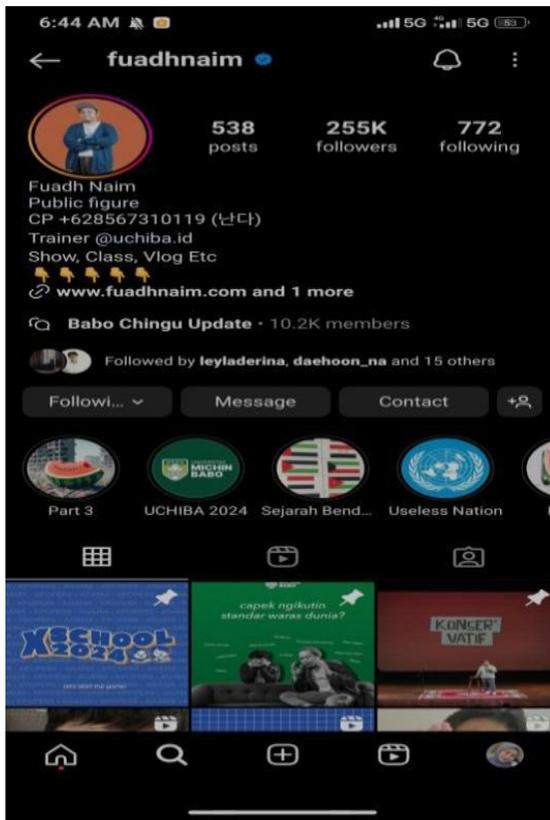
remaja *k-wavers* untuk menyadari beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *Korean Wave*.<sup>134</sup>

Ustadz Fuadh Naim berpendapat bahwa media sosial salah satunya *Instagram* adalah salah satu media sakwah yang tepat bagi para remaja. Karena media lain sudah sedikit demi sedikit ditinggalkan oleh mereka. Beberapa pesan dakwah yang disampaikannya melalui *Instagram* dibuat menarik agar dapat menyampaikan pesan dakwah bagi sesama khususnya *K-Wavers*.

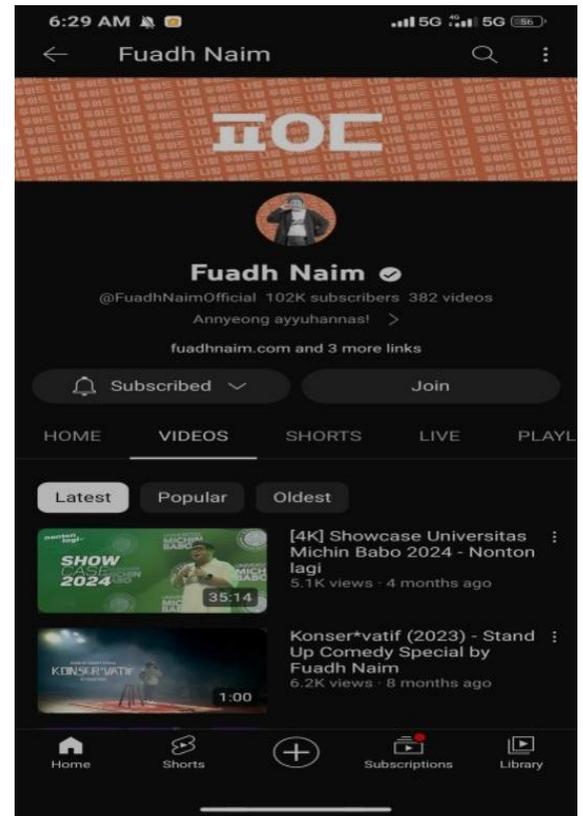
Dengan media sosial *Instagram* dan *YouTube*, Ustadz Fuadh Naim melakukan dakwahnya untuk menyampaikan beberapa pesan dakwah terkait *Hallyu (Korean Wave)* yang sudah menyebar di seluruh Indonesia. Username *Instagram* dakwah Ustadz Fuadh Naim adalah @fuadhnaim yang saat ini sudah memiliki 255.000 lebih followers dan 538 postingan serta channel *YouTube* dakwah beliau dengan nama akun @FuadhNaimOfficial yang saat ini sudah memiliki 102.000 subscribers dan 382 video yang sudah diupload hingga saat ini.

---

<sup>134</sup> Shofia Nurwahidah, *Op. Cit.*, hlm. 50



Gambar 1.1. Halaman akun *Instagram*  
*YouTube*



Gambar 1.2. Halaman akun

Ustadz Fuadh Naim

Ustadz Fuadh Naim

## B. Temuan Khusus

1. **Aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim**
  - a. **Awal mula mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim**

Untuk mengetahui awal mula para mahasiswa mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim, telah dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang mengikuti

dakwah Ustadz Fuadh Naim lebih dari 2 tahun dan mahasiswa yang mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim kurang dari 2 tahun. Mahasiswa yang mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim lebih dari 2 tahun adalah Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Saya sudah mengikuti dakwah beliau sejak Agustus 2022”<sup>135</sup>, Hidayani Syiroh yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah Ustadz Fuadh sejak April 2020”<sup>136</sup>, Dini Anggraini yang mengatakan “Saya mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim sejak Mei 2020”<sup>137</sup>, Rahma Adelina yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah Ustadz Fuadh sejak Juli 2018”<sup>138</sup>, dan Aryni Syahidah mengatakan “Saya mengikuti dakwah beliau sejak Juni 2021”<sup>139</sup>.

Mahasiswa yang mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim kurang dari

2 tahun adalah Winda Sari Lase yang mengatakan “Saya sudah lama mengikuti beliau di *Instagram*, namun baru Maret 2023 saya mengikuti kajian-kajian beliau”<sup>140</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah beliau sejak video beliau lewat beranda *YouTube* saya

---

<sup>135</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>136</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>137</sup> Dini Anggraini, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>138</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>139</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>140</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

Desember 2022”<sup>141</sup>, Diana Puspita Siagian yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah beliau September 2023 lalu”<sup>142</sup>, Agustia Siregar yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah beliau sejak saya melihat post video dakwah beliau di *Instagram* Januari 2023”<sup>143</sup>, dan Ismi Alawiah yang mengatakan “Saya mengikuti dakwah beliau sejak saya membaca buku karya beliau yang saya pinjam dari saudara saya November 2022”<sup>144</sup>.

Dalam hal ini terlihat bahwasanya para mahasiswa sudah lama mengenal ustadz Fuadh Naim dan mengikuti ajaran dakwah-dakwah beliau. Hal ini terlihat dari sejak kapan para mahasiswa mengetahui Ustadz Fuadh Naim dan mulai mengikuti kegiatan dakwah dan ajaran dakwah beliau.

#### **b. Motivasi mendengarkan Ustadz Fuadh Naim**

Selanjutnya motivasi mahasiswa mendengarkan dakwah ustadz Fuadh Naim. Untuk mengetahui motivasi para mahasiswa mendengarkan dakwah ustadz Fuadh Naim, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang termotivasi terhadap materi yang disampaikan, mahasiswa yang

---

<sup>141</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>142</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>143</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>144</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

termotivasi terhadap gaya berdakwahnya, dan mahasiswa yang termotivasi karena pesan dakwah yang diberikan. Mahasiswa yang termotivasi terhadap materi yang disampaikan adalah Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Materi yang disampaikan menarik dan sangat jarang dibahas oleh ustadz lain”<sup>145</sup>, Winda Sari Lase yang mengatakan “Materi dakwah beliau mengenai hal berbau Korea. Dan saya sedang mempelajari hal-hal yang boleh dan tidak diperbolehkan dalam Islam”<sup>146</sup>, Dini Anggraini yang mengatakan “Topik yang dibahas mengangkat isu-isu modern saat ini”<sup>147</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Dakwah Ustadz Fuadh Naim memberikan pengetahuan baru dalam materi yang dibahas.”<sup>148</sup>, dan Rahma Adelina yang mengatakan “Materi dakwah beliau mengaitkan ajaran agama dengan realitas kehidupan sehari-hari sehingga mudah dipahami dan diaplikasikan”<sup>149</sup>.

Mahasiswa yang termotivasi terhadap gaya berdakwahnya adalah Hidayani Syiroh yang mengatakan “Gaya ceramah beliau tidak

---

<sup>145</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>146</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>147</sup> Dini Anggraini, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>148</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>149</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

membosankan”<sup>150</sup>, dan Diana Puspita Siagian yang mengatakan “Gaya bicaranya yang tidak kaku membuat kajian dakwah beliau tidak membosankan”<sup>151</sup>.

Mahasiswa yang termotivasi karena pesan dakwah yang diberikan adalah Agustia Siregar yang mengatakan:

Beliau mengajarkan, jika ingin meninggalkan budaya negatif dari *Korean Wave* tidak harus membenci segala yang berkaitan dengan Korea dan tidak perlu terburu-buru menjauhinya. Cukup belajar merubah informasi dan mencari lingkungan yang mendukung untuk

berubah<sup>152</sup>,

Aryni Syahidah yang mengatakan:

Ustadz Fuadh Naim dalam dakwahnya mengajarkan untuk menghargai dan tidak menghakimi para idol K-Pop. Masyarakat Korea mayoritas tiak beragama, jadi wajar jika mereka hidup dalam kebebasan. Berbeda dengan kita yang memiliki kewajiban untuk dipatuhi<sup>153</sup>,

Dan Ismi Alawiah mengatakan “Ketika seorang jama’ah sedang bimbang memutuskan dua pilihan antara *Korean Wave* dan Islam, Ustadz Fuadh memberikan pesan dakwah yang membuat jama’ahnya yakin sebenarnya ada yang harus dibenarkan”.<sup>154</sup>

---

<sup>150</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>151</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>152</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>153</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>154</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

Dalam hal ini terlihat bahwasanya para mahasiswa tertarik dengan materi dan metode dakwah Ustadz Fuadh Naim karena berkaitan dengan hal-hal yang berbau Korea.

**c. Tempat melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim**

Selanjutnya tempat melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim. Untuk mengetahui tempat para mahasiswa melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim di rumah dan mahasiswa yang melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim di kos. Mahasiswa yang melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim di rumah adalah Winda Sari Lase yang mengatakan “Saya mendengarkan ceramah Ustadz Fuadh Naim disela-sela saya mengerjakan pekerjaan rumah saya di rumah”<sup>155</sup>, Hidayani Syiroh yang mengatakan “Di rumah saat saya sedang melakukan pekerjaan rumah, seperti menyetrika, melipat kain, maupun memasak, saya selalu mendengarkan ceramah Ustadz Fuadh Naim”<sup>156</sup>, dan Aryni Syahidah yang mengatakan “Saya menonton video dakwah Ustadz Fuadh Naim di rumah untuk memperdalam pemahaman saya mengenai materi yang disampaikan”<sup>157</sup>.

---

<sup>155</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>156</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>157</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

Mahasiswa yang melihat dan mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim di kost adalah Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Saya biasanya mendengarkan ceramah Ustadz Fuadh Naim di kos disaat saya sedang istirahat mengerjakan tugas kuliah”<sup>158</sup>, Dini Anggraini yang mengatakan “Di kos ketika saya tidak ada kegiatan”<sup>159</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Saya menonton dakwah Ustadz Fuadh Naim di kost saat saya senggang”<sup>160</sup>, Rahma Adelina yang mengatakan “Saya mendengarkan dakwah beliau di kost saat akhir pekan”<sup>161</sup>, Diana Puspita Siagian yang mengatakan “Saya menonton video dakwah Ustadz Fuadh Naim di kos setiap pulang dari kampus”<sup>162</sup>, Agustia Siregar yang mengatakan “Saya menonton video dakwah beliau di kos sambil rebahan”<sup>163</sup>, dan Ismi Alawiah yang mengatakan “Saya mendengarkan dakwah beliau di kos sambil menyetrika pakaian”<sup>164</sup>.

---

<sup>158</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>159</sup> Dini Anggraini, Mahasiwa prodi KPI angakatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>160</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>161</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>162</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>163</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>164</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

Dalam hal ini terlihat bahwasanya para mahasiswa selalu menonton video ataupun mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim di rumah maupun di kost ketika waktu senggang sambil rebahan ataupun sambil mengerjakan pekerjaan lain.

#### **d. Media yang digunakan untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim**

Selanjutnya media yang digunakan untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim. Untuk mengetahui media yang digunakan para mahasiswa untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang menggunakan *Instagram* untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim dan mahasiswa yang menggunakan *YouTube* untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim.

Mahasiswa yang menggunakan *Instagram* untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim adalah Siti Aisyah Artina Febriyani<sup>165</sup>, Dini Anggraini<sup>166</sup>, Lesnida Ningsih<sup>167</sup>, Diana Puspita Siagian<sup>168</sup>, Agustia Siregar<sup>169</sup>, dan Ismi Alawiah<sup>170</sup> dengan mengatakan

---

<sup>165</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>166</sup> Dini Anggraini, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>167</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>168</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>169</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

jawaban yang sama dan alasan yang cukup sama, yaitu para informan lebih sering melihat dakwah Ustadz Fuadh Naim lewat *Instagram* karena lebih *update* dibanding *YouTube*. Dari *Instagram* para jama'ah bisa tau jadwal kapan dan dimana kajian dakwah dilaksanakan lewat *story* ataupun *feed Instagram*.

Mahasiswa yang menggunakan *YouTube* untuk mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim adalah Winda Sari Lase<sup>171</sup>, Hidayani Syiroh<sup>172</sup>, Rahma Adelina<sup>173</sup>, dan Aryni Syahidah<sup>174</sup> dengan mengatakan jawaban yang sama dan alasan yang tidak jauh berbeda, yaitu para informan lebih sering melihat dakwah Ustadz Fuadh Naim lewat *YouTube* karena videonya tidak ada batasan durasi yang artinya durasinya lebih panjang daripada video dakwah beliau yang ada di *Instagram*. *YouTube* juga ada *fitur Live Streaming* yang memudahkan jama'ah yang daerahnya jauh tetap bisa mengikuti kajian dakwah beliau.

Dalam hal ini terlihat bahwasanya para mahasiswa selalu update video-video dakwah Ustadz Fuadh Naim untuk mempelajari materi-materi yang dibahas oleh beliau.

---

<sup>170</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>171</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>172</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>173</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember

<sup>174</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

## 2. Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Tentang Dakwah Melalui Media *Instagram* dan *YouTube*

### a. Materi Dakwah Ustadz Fuadh Naim

#### 1. Tanggapan terhadap materi-materi yang disampaikan

Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa terhadap materi-materi

yang disampaikan, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi tanggapan mahasiswa yang berkaitan dengan *Korean Wave* dan tanggapan mahasiswa yang tidak berkaitan dengan *Korean Wave*. Tanggapan mahasiswa yang berkaitan dengan *Korean Wave* adalah dari Winda Sari Lase yang mengatakan “Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim memberikan pengaruh positif kepada remaja pecinta *Korean Wave*”<sup>175</sup>, Hidayani Syiroh yang mengatakan “Materi-materi yang beliau bawaan berhasil mengajak banyak remaja muslimah berhijrah dan meninggalkan *Korean Wave*”<sup>176</sup>, Dini Anggraini yang mengatakan “Materi-materi yang disampaikan menarik karena memasukkan unsur budaya kesenian, seperti beberapa musik dan poster dakwah

---

<sup>175</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>176</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

yang menarik perhatian remaja *K-Wavers*<sup>177</sup>, Rahma Adelina yang mengatakan “Beliau mengingatkan bahwa seorang muslim memiliki uswah yang lebih mulia, yaitu Rasulullah saw. yang seharusnya *K-Wavers* sadari lebih tepat untuk dicintai”<sup>178</sup>, dan Agustia Siregar mengatakan “Materi dakwah beliau membuat hati dan fikiran *K-Wavers* terbuka tentang *Korean Wave*”<sup>179</sup>.

Tanggapan mahasiswa yang tidak berkaitan dengan *Korean Wave* adalah dari Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Materi yang disampaikan relevan dengan kehidupan sehari-hari”<sup>180</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Penyampaian materi dakwah beliau dibuat ringan dan mudah dipahami oleh *mad'unya*”<sup>181</sup>, Diana Puspita Siagian mengatakan “Materi yang disampaikan sesuai dengan Al-Qur’an dan as-Sunnah”<sup>182</sup>, Aryni Syahidah mengatakan “Beliau sering melakukan diskusi dan tanya jawab terkait materi dakwah yang beliau sampaikan kepada jama’ahnya”<sup>183</sup>, dan Ismi

---

<sup>177</sup> Dini Anggraini, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>178</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>179</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>180</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>181</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>182</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>183</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

Alawiah mengatakan “Materi dakwah yang Ustadz Fuadh Naim sampaikan memberikan kekuatan iman dan menumbuhkan semangat untuk berhijrah”<sup>184</sup>.

Dalam hal ini terlihat bahwasanya para mahasiswa sangat menyukai materi-materi yang disampaikan Ustadz Fuadh Naim. Materi-materi yang disampaikan berkaitan dengan *Korean Culture* yang disukai remaja masa kini.

## **b. Metode Dakwah Ustadz Fuadh Naim**

### **1.1 Tanggapan terhadap metode dakwah yang digunakan Ustadz**

#### **Fuadh Naim**

Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa terhadap metode dakwah yang digunakan Ustadz Fuadh Naim, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang menanggapi metode *al-Hikmah* Ustadz Fuadh Naim dan mahasiswa yang menanggapi metode *al-Mujadalah* Ustadz Fuadh Naim. Mahasiswa yang menanggapi metode *al-Hikmah* Ustadz Fuadh Naim adalah Hidayani Syiroh yang mengatakan “Ustadz Fuadh Naim selalu mendahulukan berpikir sebelum berbicara. Selalu mengatakan perkataan yang benar yang membuat orang-orang tertarik mendengarkan ceramahnya”<sup>185</sup>, Dini Anggraini yang

---

<sup>184</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>185</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

mengatakan “Ustadz Fuadh Naim selalu mencantumkan dalil ketika berdakwah”<sup>186</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Metode yang digunakan membuat para mad’u hilang rasa keraguan untuk menyembah Allah swt.”<sup>187</sup>, dan Diana Puspita Siagian yang mengatakan “Ustadz Fuadh Naim mampu menarik perhatian para mad’u dengan mengaitkan dakwahnya dengan *Korean Wave* dan juga dalil yang ada pada Al-Qur’an dan Hadits”<sup>188</sup>.

Mahasiswa yang menanggapi metode *al-Mujadalah* Ustadz Fuadh Naim adalah Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Ustadz Fuadh Naim selalu mengadakan sesi tanya jawab dengan mad’unya untuk memperkuat pemahaman para mad’u mengenai dakwahnya”<sup>189</sup>, Winda Sari Lase yang mengatakan “Metode yang digunakan membuat para mad’u yakin dan percaya dengan ucapan Ustadz Fuadh Naim”<sup>190</sup>, Rahma Adelina yang mengatakan “Ustadz Fuadh Naim menjawab pertanyaan para mad’u dengan lembut dan

---

<sup>186</sup> Dini Anggraini, Mahasiwa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>187</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>188</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>189</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>190</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

menggunakan dalil”<sup>191</sup>, Agustia Siregar yang mengatakan “Ustadz Fuadh Naim menggunakan metode ini jika mad’unya ragu dengan dakwah yang disampaikan”<sup>192</sup>, Aryni Syahidah yang mengatakan “Metode ini mampu menyadarkan pikiran dan mencerahkan pikiran”<sup>193</sup>, dan Ismi Alawiah yang mengatakan “Tanya jawab ataupun debat yang dilakukan menambah pengetahuan baru bagi para mad’u”<sup>194</sup>.

Dalam hal ini terlihat bahwasanya banyak yang mendengarkan dakwah Ustadz Fuadh Naim dikarenakan metode dakwah yang digunakan ketika berdakwah. Metode dakwah dengan berkata baik, tidak menghakimi, dan menggunakan dalil ketika berdakwah dan menjawab pertanyaan para mad’u, membuat yang mendengarkan dakwahnya tidak ragu lagi untuk menyembah Allah swt.

## **1.2 Pendapat tentang dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube***

Untuk mengetahui pendapat mahasiswa tentang dakwah melalui media

---

<sup>191</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>192</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>193</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

<sup>194</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

*Instagram* maupun *YouTube*, dilakukan serangkaian wawancara. Wawancara tersebut dikelompokkan menjadi mahasiswa yang berpendapat mengenai akses dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube* dan mahasiswa yang berpendapat bahwa dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube* mempermudah penggunaannya. Mahasiswa yang berpendapat mengenai akses dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube* adalah Siti Aisyah Artina Febriyani yang mengatakan “Dakwah melalui media sosial terutama *Instagram* dan *YouTube* sangat-sangat mudah diakses kapanpun dan dimanapun”<sup>195</sup>, Winda Sari Lase yang mengatakan “Dakwah melalui *Instagram* ataupun *YouTube* bisa diakses oleh siapa saja terutama para lansia yang sudah tidak bisa menghadiri kajian-kajian dakwah”<sup>196</sup>, dan Aryni Syahidah yang mengatakan “Dakwah melalui media *Instagram* ataupun *YouTube* memungkinkan saya mendengarkan ceramah ketika sedang dalam perjalanan”<sup>197</sup>.

Mahasiswa yang berpendapat bahwa dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube* mempermudah penggunaannya adalah Hidayani Syiroh yang mengatakan “Dakwah melalui media sosial memudahkan saya mendengarkan dakwah sambil melakukan

---

<sup>195</sup> Siti Aisyah Artina Febriyani, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>196</sup> Winda Sari Lase, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>197</sup> Aryni Syahidah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

pekerjaan rumah”<sup>198</sup>, Dini Anggraini yang mengatakan “Dakwah melalui media sosial memungkinkan interaksi antara *da’i* dengan *mad’unya* lewat komentar di postingan media sosialnya”<sup>199</sup>, Lesnida Ningsih yang mengatakan “Dakwah melalui media *Instagram* ataupun *YouTube* memudahkan *da’i* berdiskusi dengan *mad’unya* misalnya lewat *Live Instagram*”<sup>200</sup>, Rahma Adelina yang mengatakan “Dakwah melalui media sosial terutama *Instagram* dan *YouTube* bisa ditonton berulang kali. Hal ini membuat jama’ah lebih mudah mencatat hal-hal penting dari dakwah yang disampaikan”<sup>201</sup>, Diana Puspita Siagian yang mengatakan “Dakwah lewat media sosial lebih *update* apalagi di jaman modern sekarang ini”<sup>202</sup>, Agustia Siregar yang mengatakan “Media *Instagram* ataupun *YouTube* memungkinkan *mad’u* tidak hanya menonton dakwah dari satu *da’i* saja, tetapi bisa menonton dakwah dari *da’i* lainnya”<sup>203</sup>, dan

---

<sup>198</sup> Hidayani Syiroh, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>199</sup> Dini Anggraini, Mahasiwa prodi KPI angkatan 2020, *Wawancara*, 04 Januari 2024

<sup>200</sup> Lesnida Ningsih, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>201</sup> Rahma Adelina, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019, *Wawancara*, 20 Desember 2023

<sup>202</sup> Diana Puspita Siagian, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2021, *Wawancara*, 10 Januari 2024

<sup>203</sup> Agustia Siregar, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

Ismi Alawiah mengatakan “Dakwah lewat *Instagram* maupun *YouTube* memudahkan saya mendengarkan ceramah setiap hari”.<sup>204</sup>

Dalam hal ini terlihat bahwasanya dakwah Ustadz Fuadh Naim bisa didengar dan ditonton kapan pun dan di mana pun karena bisa diakses lewat media sosial seperti *Instagram* dan *YouTube*.

### C. Analisis Hasil Penelitian

Dilihat dari persepsi mahasiswa terhadap dakwah Ustadz Fuadh Naim, diketahui bahwa dakwah yang berisikan ajaran-ajaran mengenai agama Islam sangat perlu disampaikan kepada masyarakat. Ajaran-ajaran tersebut bisa berupa kajian perkembangan zaman, ataupun kaitan dari surah-surah dalam Al-qur’an dengan kehidupan sehari-hari. Media penyampaian dakwahnya diajarkan melalui *Instagram* ataupun *YouTube*.

Dilihat dari persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui media *YouTube* ataupun *Instagram*, zaman sekarang dakwah melalui media *YouTube* ataupun *Instagram* sangat bagus. Hanya saja masyarakat harus bisa memilih informasi yang benar atau *hoax*, karena terkadang masyarakat umum sangat mudah terprovokasi dengan informasi atau pemahaman yang tidak benar yang terdapat di akun media sosial *Instagram* ataupun *YouTube*.

Mahasiswa juga merasa terbantu dengan adanya *YouTube* ataupun *Instagram* sebagai media dakwah dan juga merupakan salah satu platform

---

<sup>204</sup> Ismi Alawiah, Mahasiswa prodi KPI angkatan 2022, *Wawancara*, 15 Januari 2024

yang efektif ketika digunakan dimasa milenial sekarang dan pesan dakwah yang disampaikan akan mudah tersampaikan kepada masyarakat luas.

Dalam proses dakwah Ustadz Fuadh Naim, mahasiswa juga dapat mengambil sikap untuk memilih strategi dakwah yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam penelitian ini, strategi menggunakan *YouTube* atau *Instagram* sebagai media dakwahnya adalah meng-*upgrade* alat-alat dan memperbaiki jaringan internet dalam proses dakwahnya, sedangkan dalam materi yang disampaikan Ustadz Fuadh Naim, beliau perlu menyesuaikan materi yang disampaikan dengan *mad'u* yang dihadapi.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan gambaran bahwa Ustadz Fuadh Naim perlu bersikap hati-hati dalam menentukan penggunaan media dakwah dalam penyampaian dakwah karena beliau juga harus menjaga privasi pribadinya, harus bersikap sopan santun karena beliau adalah contoh bagi masyarakat dan ajaran agama Islam adalah ajaran yang *rahmatan lil 'alamin*. Beliau juga harus memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan dakwah dan menyebarkan agama Islam.

Dakwah melalui media *YouTube* dan *Instagram* merupakan tantangan bagi *da'i-da'i* zaman sekarang guna mengikuti teknologi dan kebutuhan informasi masyarakat yang meningkat. Namun hal-hal yang perlu diperhatikan dan sebaiknya dilakukan oleh *da'i* dalam proses dakwah adalah dakwah harus sesuai dan memenuhi unsur-unsur dakwah, yaitu ada *da'i*, *mad'u*, materi, media, metode dan

*atsar* atau efek dakwah.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Hasil penelitian sepenuhnya bersumber dari data yang diperoleh peneliti melalui observasi dan wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Adapun keterbatasan yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan waktu yang diberikan mahasiswa sebagai sumber data kepada peneliti.
2. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
3. Peneliti tidak mampu memaksa ataupun mengontrol mahasiswa dalam menjawab pertanyaan yang diberikan melalui wawancara, apakah mahasiswa tersebut menjawab dengan jujur atau asal menjawab.
4. Keterbatasan waktu, tenaga serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Meskipun penulis menemukan hambatan dalam menulis skripsi ini, penulis sekuat tenaga dan pikiran agar penelitian ini berjalan dengan lancar dan memperoleh hasil yang baik.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim, yaitu mengikuti pengajian di dekat rumah/kos, merubah gaya berpakaian seperti gaya berhijab jadi lebih menutup dada dan menggunakan baju yang lebih panjang, merubah tata cara bahasa dan perilaku menjadi lebih lembut dan sopan, jadi lebih sering menonton video kajian dakwah, dan mengikuti kelas Ustadz Fuadh Naim melalui *YouTube* maupun *Zoom*.

2. Persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary tentang dakwah melalui media *Instagram* dan *YouTube*:

a. Materi dakwah Ustadz Fuadh Naim:

Materi yang disampaikan mudah dipahami, menarik dan tidak membosankan karena ada unsur budaya kesenian dan menyesuaikan dengan zaman dan mad'u, mampu mengajak remaja muslimah berhijrah, berdakwah namun tidak menghakimi hal yang berkaitan

dengan *Korean Wave*, dan berkaitan dengan *Korean Culture* yang disukai remaja masa kini.

b. Metode dakwah Ustadz Fuadh Naim

Ustadz Fuadh Naim menggunakan metode yang sama seperti yang digunakan Rasulullah swt. yaitu *Tastqif* atau pembinaan dengan membentuk sebuah komunitas bernama XK-Wavers, gaya penyampaian dakwahnya ketika kajian menggunakan teknik *stand up comedy*, selain berdakwah secara offline juga berdakwah secara online menggunakan media sosial, gaya bahasanya menggunakan bahasa gaul dan beberapa bahasa Korea yang sering diucapkan oleh anak muda pecinta *Korean Wave*, dan gaya berpakaianya *casual* ala Korea mengikuti gaya berpakaian anak muda zaman sekarang agar dapat berbaur dengan mad'unya.

**B. Saran-Saran**

1. Kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan disarankan agar terus menjaga pengamalan agama yang dibimbing mulai dari belajar dari kampus sampai akhir hayatnya dengan terus mempertahankan agamanya serta terus menambah pengamalan agamanya supaya bertambah bagus dan baik
2. Kepada mahasiswa ataupun kalangan masyarakat disarankan agar semakin pandai dalam memilah-milah informasi dan kajian dakwah yang diperoleh melalui media sosial baik dari *Instagram* ataupun *YouTube*.

3. Kepada masyarakat disarankan agar semakin semangat dan giat dalam mengikuti dakwah-dakwah yang ada karena pada zaman sekarang ini dakwah sudah bisa di akses melalui media sosial, baik *Instagram* ataupun *YouTube*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim Zaidan, *Ushul al-Da'wah*, Jakarta: Media Dakwah, 1983.
- Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- Agus Salim Lubis, *Laporan Kegiatan Penyusunan Rencana Strategis Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan Tahun 2020-2024*, Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2019.
- Ahmad Zuhdi, *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa depannya, Cet. 1*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Alfiah Nurrohmah, "*Efektivitas Instagram Sebagai Media Dakwah*", Studi Pada *Followers* akun Instagram @xkwavers, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2020.
- Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Alo Liliweri M.S, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna, Ed. 1, Cetakan ke-1*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Primaduta, 1983.
- Angga Yunus Simbolon, "*Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Padangsidempuan terhadap Berita Hoaks di Media Sosial*", Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2022.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offest, 2010.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Cet. 6*, Jakarta: Prenada Media, 2018.

- Damar Adi Hartaji, “*Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*”, Skripsi, Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, 2012.
- Davidoff Linda, *Psikologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1988.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: PT. Cipta Media, 2007.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Cetakan ke-4*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, Jakarta: BPFE, 1990.
- Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Eneng Purwanti, “*Manajemen Dakwah dan Aplikasinya bagi Pengembangan Organisasi Dakwah*,” *Jurnal Edukasi*, 1, 2010.
- Faizah Muchsin, *Psikologi Dakwah, Cet. 3*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Farid Ma’ruf Noor, *Dinamika dan Akhlak Da’wah*, Surabaya: Bina Ilmu, 1981.
- Fuadh Naim, *#PernahTenggelam, Cet. 1*, Jakarta: AlFatih Press, 2019.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993.
- Hamzah Ya’qub, *Publistik Islam*, Bandung: Diponegoro, 1992.
- Ichwansyah Tampubolon, *Metodologi Studi Keislaman*, Yogyakarta: Uad Press, 2018.
- Irwanto, *Psikologi Umum*, Jakarta: PT. Prehallindo, 2002.
- Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 1981.
- Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 1981.
- Laksamana Media, *YouTube dan Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video*, Jakarta: MediaKom, 2009.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Listia Yuniar Naqiah dan Hendi Rustandi, *Komunikasi Empati Dakwah Ustadz Fuadh Naim (Analisis Isi Pada Channel Dakwah Ustadz Fuadh Naim)*, JISSC-DIKSI, Vol. 1, No. 2, 2022.
- M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- May Nanda Edo Prasetya, “*Persepsi Mahasiswa KPI Tentang Dakwah Melalui Media YouTube DR. Khalid Basalamah, MA.*,” Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Muhammad Natsir, *Fiqhud Dakwah*, Surakarta: Ramadhani, 1987.
- Nurchalish Madjid, *Cendekiawan dan Religius Masyarakat*, Jakarta: Paramadina, 1999.
- Nurchalis Madjid, *Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan*, Jakarta: Republika, 1995.

- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- P. Joko Subagyo, *Metode Dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Richard West and Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, Jakarta: Bulan Bintang, 1976.
- Senita Indah Maulani, “*Strategi Komunikasi Persuasif Fuadh Naim dalam Berdakwah di Kalangan Komunitas K-Wavers pada Program X-School Melalui Zoom*”, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2022.
- Shofia Nurwahidah, “*Dai Komunitas Remaja dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dan Agama*”, Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada Komunitas K-Wavers, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Slameto, *Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1988.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 2010.
- Susiadi S, *Metodelogi Penelitian*, Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015.

Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2006.

Tim Penyusun Buku Panduan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru, *Buku Panduan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2017*, Padangsidempuan, 2017

Umdatul Hasanah, *Ilmu dan Filsafat Dakwah*, Serang Banten: Fseipress, 2013.

Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali pers, 2012.

Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Yogi Ridho Firdaus, “*Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media YouTube*”, Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga, Skripsi, IAIN Salatiga, 2018.

Zakiah Darajat, *Pendidikan Agama, dalam Pembinaan Mental*, Jakarta: Bulan Bintang, 1982.

**Sumber Lain:**

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muhammad\\_Sayyid\\_Thanthawy](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Sayyid_Thanthawy) (4 Maret 2022)

<http://kpi.iain.kediri.ac.id/instagram-sebagai-media-dakwah-di-kalangan-milenial/>

(15 Desember 2022)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. IDENTITAS DIRI**

1. Nama : Alfi Syahreni Marwiyah Hrp
2. NIM : 1730100010
3. Tempat, tanggal lahir : Medan, 9 Agustus 2000
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Alamat : Kota Padangsidempuan
7. E-mail : [alfisyahreni48@gmail.com](mailto:alfisyahreni48@gmail.com)
8. No. Hp : 0852-6178-6762

### **B. IDENTITAS ORANGTUA**

1. Ayah : Sarmadan
2. Pekerjaan : PNS
3. Ibu : Rosdiana Manurung
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Kota Padangsidempuan

### **C. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. TK As-Sakinah Medan (2004-2005)
2. Yayasan Pendidikan Nur Hasanah Medan (2005-2008)
3. SD Tano Bato Padangsidempuan (2008-2011)
4. MTS YPKS Padangsidempuan (2011-2014)

5. MAN 1 Padangsidempuan (2014-2017)

6. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2017-2024)

## Lampiran I

### PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Terhadap Dakwah Ustadz Fuadh Naim di Media *Instagram* dan *YouTube*”**, maka peneliti membuat pedoman observasi sebagai berikut:

1. Observasi terhadap lokasi penelitian.
2. Observasi tentang kegiatan dakwah yang dilakukan Ustadz Fuadh Naim di media *Instagram* dan *YouTube*.
3. Memperhatikan respon mahasiswa terhadap dakwah yang dilakukan Ustadz Fuadh Naim.
4. Memperhatikan sikap mahasiswa setelah melihat dan mendengarkan dakwah yang dilakukan Ustadz Fuadh Naim.

## Lampiran II

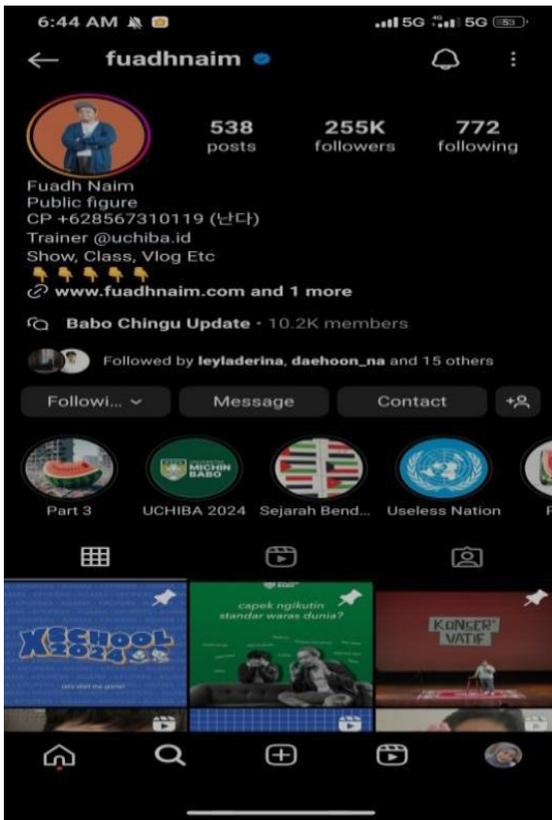
### PEDOMAN WAWANCARA

Daftar wawancara dengan mahasiswa yang mengikuti dakwah Ustadz Fuadh

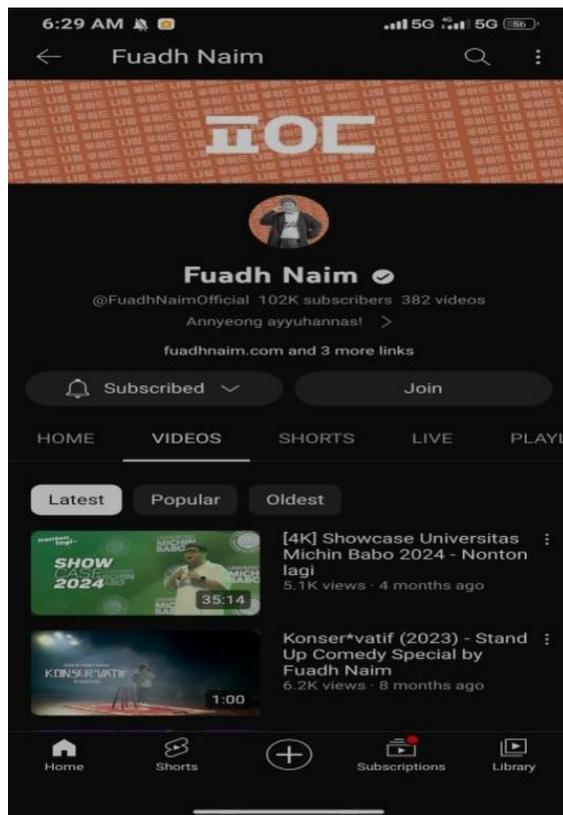
Naim:

1. Aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary setelah mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim:
  - a. Sejak kapan saudara/i mengikuti dakwah Ustadz Fuadh Naim?
  - b. Apa yang membuat saudara/i tertarik mendengarkan dakwah beliau?
  - c. Dimana saudara/i melihat dan mendengarkan dakwah beliau?
  - d. Lewat media mana saudara/i lebih sering mendengarkan dakwah beliau?  
Lewat *Instagram* atau *YouTube*? Apa alasannya?
2. Persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tentang dakwah Naim melalui media *Instagram* dan *YouTube*:
  - a. Materi Dakwah Ustadz Fuadh Naim:
    1. Bagaimanakah tanggapan saudara/i terhadap materi-materi yang disampaikan beliau?
  - b. Metode Dakwah Ustadz Fuadh Naim:
    1. Bagaimanakah tanggapan saudara/i terhadap metode dakwah yang beliau?
    2. Apa pendapat saudara/i tentang dakwah melalui media *Instagram* maupun *YouTube*?

## DOKUMENTASI



Halaman akun *Instagram*  
Ustadz Fuadh Naim



Halaman akun *YouTube*  
Ustadz Fuadh Naim