

**EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
DI MEDIA *YOUTUBE* DAN *INSTAGRAM* BAGI MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh:

NURHIDAYAH LUBIS

NIM. 2130100001

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

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

2025

**EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
DI MEDIA YOUTUBE DAN INSTAGRAM BAGI MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh:

**NURHIDAYAH LUBIS
NIM. 2130100001**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

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

2025

**EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
DI MEDIA *YOUTUBE* DAN *INSTAGRAM* BAGI MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh:

**NURHIDAYAH LUBIS
NIM. 2130100001**

PEMBIMBING I

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003

PEMBIMBING II

Ali Amran, S.Ag., M.Si
NIP. 197601132009011005

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

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

2025

Hal : Skripsi
An. Nurhidayah Lubis

Padangsidempuan, 29 Mei 2025

Kepada Yth :

Dekan FDIK
Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Nurhidayah Lubis** yang berjudul : **"Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Media *YouTube* dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

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

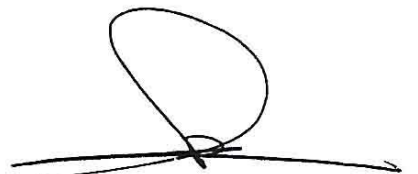
Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Stoleh Fikri, M.Ag
NIP.196308211993031005

PEMBIMBING II



Ali Amran, S.Ag., M.Si
NIP. 197601132009011005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhidayah Lubis
NIM : 2130100001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Media
YouTube dan Instagram Bagi Mahasiswa Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 Mei 2025
Saya yang Menyatakan



Nurhidayah Lubis

NIM. 2130100001

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

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

Nama : Nurhidayah Lubis
NIM : 2130100001
Program Studi : 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 Noneksklusif (*No-Exclusive*) *Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Media *YouTube* dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : Juni 2025

Saya yang menyatakan



Nurhidayah Lubis

NIM. 2130100001

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhidayah Lubis
Tempat/Tgl Lahir : Padang Silojongan, 14 April 2003
NIM : 2130100001
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 22 Mei 2025
buat Pernyataan


Nurhidayah Lubis
NIM. 2130100001

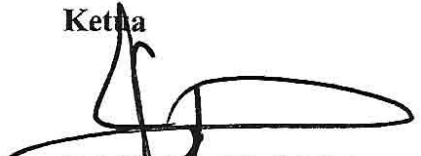


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Nurhidayah Lubis
NIM : 2130100001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Ketua


Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003

Anggota

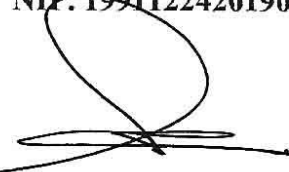

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003


Drs. Kamaluddin M.Ag.
NIP. 1965110219911031001

Sekretaris


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


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


Ali Amran, S.Ag., M.Si
NIP. 197601132009011005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis, 05 Juni 2025
Pukul : 09:00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 80.75 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif :
Predikat : Pujian



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 Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 79/Un.28/F.6a/PP.00.9/06/2025

Judul Skripsi : Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Media *Youtube*
dan *Istagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam
Nama : Nurhidayah Lubis
NIM : 2130100001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidempuan, 23 Juni 2025
an.Dekan,
PLh Dekan

Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A
NIP. 198404032015031004

MOTTO

“Di rendahkan di mata manusia, di tinggikan di mata Allah Subhanahu Wata’ala. Prove Them Wrong, Gonna Fight and don’t stop, until you are proud.

Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelahnya lebarkan lagi rasa sabarnya. Mungkin tidak akan selalu berjalan lancar karena orang lain ngak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ngak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetaplah berjuang!”

“aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia ini, membanting tulang ayah agar aku bisa menghirup udara di dunia ini. Jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Laporan skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua, saudara, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukan sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya menilai kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baik skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada sesuatu hal di balik terlambatnya mereka lulus, dan percayalah, alasan saya menyelesaikan skripsi ini untuk lebih cepat berada di kelulusan berikutnya (S2), InsyaAllah, Aamiin.

ABSTRAK

Nama : Nurhidayah Lubis

NIM : 2130100001

**Judul Skripsi: Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat Di Media
YouTube Dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi
Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

Penelitian ini di latarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial sebagai media dakwah, khususnya oleh Ustadz Adi Hidayat yang aktif menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui platform *YouTube* resmi (Ustadz Adi Hidayat Official) dan *Instagram* resmi (@ustadzadihidayatofficial). Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap konten dakwah digital tersebut, baik sebagai konsumen maupun sebagai penyebar pesan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial dalam mempengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi media sosial, serta wawancara mendalam terhadap tujuh mahasiswa yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan tiga poin utama: (1) Dari segi pesan, ceramah Ustadz Adi Hidayat mencakup tema-tema keislaman yang luas dan mendalam seperti tafsir, hadits, fiqih, serta isu kontemporer. Enam dari tujuh informan menyatakan bahwa pesan-pesan tersebut memperkuat pemahaman agama dan memotivasi mereka dalam menjalankan ibadah. (2) Dari segi metode, pendekatan *bil mauizhah al hasanah* paling disukai oleh lima informan karena menyentuh sisi emosional dan membangkitkan kesadaran keagamaan. Ustadz Adi Hidayat juga dinilai unggul dalam penggunaan papan tulis, penyampaian logis, dan pembawaan yang komunikatif. (3) Dari segi efektivitas, seluruh informan menyatakan mengalami perubahan positif seperti peningkatan pemahaman agama, semangat dalam shalat berjamaah, mengikuti kajian, dan membagikan pesan dakwah melalui media sosial.

Kata kunci: Pesan Dakwah, *YouTube*, *Instagram*, Ustadz Adi Hidayat

ABSTRACT

Name : Nurhidayah Lubis

NIM : 2130100001

Thesis Title : The Effectiveness of Ustadz Adi Hidayat's Da'wah Messages on YouTube and Instagram for Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program

This research is motivated by the phenomenon of the increasing use of social media as a medium for Islamic preaching (dakwah), particularly by Ustadz Adi Hidayat, who actively delivers Islamic messages through his official YouTube channel (Ustadz Adi Hidayat Official) and Instagram account (@ustadzadihidayatofficial). Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program at the Faculty of Da'wah and Communication Sciences, State Islamic University of Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, have shown great interest in this digital dakwah content, both as consumers and disseminators of the messages. This study aims to analyze the effectiveness of Ustadz Adi Hidayat's dakwah messages on social media in influencing the religious understanding and behavior Students of the Islamic Communication and Broadcasting. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through observation, documentation of social media content, and in-depth interviews with seven purposively selected students. The findings reveal three main points: (1) In terms of messages, Ustadz Adi Hidayat's lectures cover a broad and in-depth range of Islamic topics such as Qur'anic interpretation, hadith studies, Islamic jurisprudence (fiqh), and contemporary issues. Six out of seven informants stated that the messages strengthened their understanding of Islam and motivated them to be more consistent in performing religious practices. (2) In terms of methods, the mau'izhah al-hasanah approach is the most favored by five informants, as it appeals to emotions and raises spiritual awareness. Ustadz Adi Hidayat is also considered effective due to his use of whiteboards, logical delivery, and a non-patronizing, communicative style. (3) In terms of effectiveness, all informants reported positive changes, such as increased religious understanding, greater enthusiasm for congregational prayers, active participation in religious studies, and sharing of dakwah content via social media.

Keywords: Dakwah Messages, YouTube, Instagram, Ustadz Adi Hidayat

الملخص

الاسم : نور هداية لوبيس

رقم الهوية : ٢١٣٠١٠٠٠٠١

عنوان الرسالة : فعالية رسائل الدعوة للشيخ أدي هداية على وسائل التواصل الاجتماعي يوتيوب وإنستغرام لطلاب برنامج دراسات الاتصال والبت الإسلامي

تستند هذه الدراسة إلى ظاهرة تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للدعوة الإسلامية، لا سيما من قبل الأستاذ أدي هداية، الذي ينشط في إيصال الرسائل الإسلامية من خلال قنواته الرسمية على اليوتيوب (وستانز أدي هداية أوفيشيال) وحسابه الرسمي على الإنستغرام (@أستاذ أدي هداية أوفيشيال). وقد أبدى طلاب برنامج دراسات الاتصال والإعلام الإسلامي بكلية الدعوة وعلوم الاتصال في جامعة الشيخ علي حسن أحمد العداري الإسلامية الحكومية ببادانغ سيديمبوان اهتمامًا كبيرًا بمحتوى هذه الدعوة الرقمية، سواء كمستهلكين أو كمروجين لها. وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل فعالية رسائل الدعوة التي يقدمها الأستاذ أدي هداية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على فهم وسلوك الطلاب الديني من قسم الاتصال والإعلام الإسلامي. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، وجمعت البيانات من خلال الملاحظة، وتوثيق وسائل التواصل الاجتماعي، والمقابلات المتعمقة مع سبعة طلاب تم اختيارهم بشكل قصدي. وقد أظهرت نتائج الدراسة ثلاث نقاط رئيسية: (١) من حيث الرسالة: تغطي خطب الأستاذ أدي هداية مواضيع إسلامية واسعة وعميقة مثل التفسير، والحديث، والفقه، والقضايا المعاصرة. ستة من بين سبعة مشاركين أكدوا أن هذه الرسائل عززت فهمهم الديني، وحفزتهم على الالتزام بالعبادات. (٢) من حيث المنهج: كان أسلوب الموعظة الحسنة هو الأكثر تفضيلاً من قبل خمسة طلاب، لما له من تأثير عاطفي وإيقاظ للوعي الديني. ويُعد الأستاذ أدي هداية متميزاً في استخدامه للسرورة، وأسلوبه المنطقي، وطريقته التفاعلية غير المتعالية. (٣) من حيث الفعالية: أكد جميع المشاركون حدوث تغييرات إيجابية مثل زيادة الفهم الديني، والحماس لصلاة الجماعة، والمشاركة في الدروس الدينية، ومشاركة رسائل الدعوة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: رسائل الدعوة، يوتيوب، إنستغرام، الأستاذ أدي هداية

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan waktu dan kesehatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntut umatnya kepada jalan yang benar. Skripsi yang berjudul **“Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam”** ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Dalam keadaan sadar penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari sempurna, serta banyak hambatan yang dihadapi di akibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
2. Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

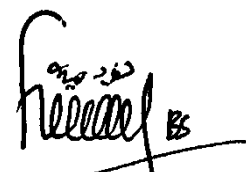
3. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M. A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Bapak Drs. Agus Salim Lubis, M. Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Ibu Nurfitriani M Siregar, M. Kom. I, Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
5. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag, selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Ali Amran, S.Ag, M.Si, Selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ali Mukti, S.Ag, selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta staffnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
7. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag, M.Hum, selaku kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
8. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negegri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

9. Mahasiswa program studi KPI, BKI, PMI, MD angkatan 2021, KPI angkatan 2024 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membantu penulis memberikan kendaraan, menasehati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Ungkapan terima kasih yang paling istimewa kepada cinta pertamaku, Ayahanda Saipul Alham. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan perkuliahan, namun beliau bekerja keras serta mendidik memberi motivasi, memberi dukungan sehingga Hidayah mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.
11. Pintu Surgaku, Ibunda Seri Hayati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi saya. Beliau tidak pernah berhenti memberi semangat dan do'a yang selalu mengiringi langkah Hidayah bisa menyelesaikan program studi sampai selesai.
12. Saudara tercinta Siti Aminah (Kakak), Soleh (Abang), Pandapotan (Abang), Yusuf Qordowi (Adek), Aldi Ansyah (Adek), Aqila Azzahra (Adek). Terima kasih atas dukungan serta memberikan do'a dan kasih sayang yang luar biasa.
13. Support System Ibu Elfiani dan Bapak Sulthan. Terima kasih telah menjadi rumah terbaik Hidayah yang membantu dalam setiap susah, senang, sehat, sakit, dan pemberi pengalaman bahwa dalam hidup harus ada pengorbanan.

14. Untuk seorang yang belum bisa Hidayah tulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *lauhul Mahfudz* untukku. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bentuk perjuangan penulis dalam memantaskan diri. Meskipun saat ini Hidayah tidak tahu keberadaanmu entah di belahan bumi mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie “Kalau memang dia ditakdirkan untuk saya, kamu jungkir balikpun saya yang dapat”.
15. Last but not least, terima kasih kepada wanita yang memiliki impian besar. Namun terkadang sulit di mengerti isi kepalanya. Yaitu penulis yang tak kalah cantik diriku sendiri Nurhidayah Lubis. Terima kasih sudah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Hidayah, rayakan kehadiranmu sebagai berkah di manapun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan do’a yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya, Aamiin.

Nurhidayah Lubis

A handwritten signature in black ink, featuring stylized Arabic calligraphy and a signature that appears to be 'Nurhidayah'.

NIM. 2130100001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DOKUMEN

DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Fokus Masalah 11

C. Batasan Istilah..... 11

D. Perumusan Masalah..... 13

E. Tujuan Penelitian..... 13

F. Manfaat Penelitian 14

BAB II Tinjauan Pustaka..... 15

A. Landasan Teori 15

1. Teori *Uses and Gratifications*..... 15

2. Teori Efektivitas Komunikasi 15

B. Landasan Konseptual..... 15

1. Efektivitas dalam Dakwah 15

2. Pesan Dakwah dalam Media Digital..... 17

3. Hubungan Dakwah dengan Media Sosial 19

C. Kajian/Penelitian Terdahulu 19

BAB III Metodologi Penelitian	23
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
B. Jenis Penelitian	24
C. Subjek Penelitian	24
D. Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	29
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	31
A. Temuan Umum	31
1. Profil Ustadz Adi Hidayat.....	31
2. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam	36
3. Jumlah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.....	38
4. Data Informan Penelitian	38
B. Temuan Khusus	39
1. Pesan-pesan Dakwah yang Disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat di <i>YouTube</i> dan <i>Instagram</i>	39
2. Metode Dakwah yang Digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam Menyampaikan Pesan Dakwah.....	44
3. Efektivitas Pesan Dakwah di Media <i>YouTube</i> dan <i>Instagram</i> bagi Mahasiswa Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.....	54
C. Analisis Data Penelitian.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Implikasi Hasil Penelitian	73

C. Saran	75
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

- Gambar 1.1 Profil Social Blade Ustadz Adi Hidayat di *YouTube*
- Gambar 1.2 Profil Social Blade Ustadz Adi Hidayat di *Instagram*
- Gambar 4.1 Profil Ustadz Adi Hidayat
- Gambar 4.2 SocialBlade.com, Akun *YouTube* Ustadz Adi Hidayat
- Gambar 4.3 SocialBlade.com, Akun *YouTube* Ustadz Adi Hidayat
- Gambar 4.4 SocialBlade.com, Akun *Instagram* Ustadz Adi Hidayat
- Gambar 4.5 SocialBlade.com, Akun *Instagram* Ustadz Adi Hidayat
- Tabel 4.1 Data Jumlah Mahasiswa KPI 7 Tahun Terakhir
- Tabel 4.2 Data Informan beserta Nama *YouTube* dan *Instagram* Chanel
- Tabel 4.3 Riwayat Dakwah dalam Akun *Instagram* @adihidayatofficial 2024
- Tabel 4.4 Riwayat Dakwah dalam Akun *Instagram* @adihidayatofficial 2024
- Tabel 4.5 Riwayat Dakwah dalam Akun *Instagram* @adihidayatofficial 2024

LAMPIRAN IV

- Gambar 1 foto dokumentasi wawancara dengan informan Putri Miranda Panjaitan
- Gambar 2 foto dokumentasi wawancara dengan informan Idha Lubis
- Gambar 3 foto dokumentasi wawancara dengan informan Nabila Zahraini
- Gambar 4 foto dokumentasi wawancara dengan informan Yasirli Ritonga
- Gambar 5 foto dokumentasi wawancara dengan informan Rasyid Habib Perdana Siregar
- Gambar 6 foto dokumentasi wawancara dengan informan Idris Sardi Pakpahan
- Gambar 7 foto dokumentasi wawancara dengan informan Diana Safitri

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media dan teknologi membuat manusia secara tidak langsung mengalami ketergantungan. Apalagi hampir segala sektor sudah menggunakan media sosial. Beberapa *platform* yang banyak disukai dari pengguna maupun konten kreator adalah *YouTube* dan *Instagram*. Di bandingkan dengan media sosial yang lain, *YouTube* memiliki karakteristiknya sendiri. Biasanya lebih banyak gambar dan tulisan pada media sosial *Instagram*. Walaupun ada video yang dapat ditemukan di dalamnya, namun kehadiran *YouTube* sudah lebih jelas sebagai media yang memberikan hiburan dan edukasi berupa video atau gambar bergerak.

YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara *online*. Di luncurkan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, *YouTube* telah berkembang menjadi salah satu situs web paling populer di dunia. *Platform* ini mencakup berbagai konten, mulai dari video musik, tutorial, vlog, hingga siaran langsung. Secara teoritis, *YouTube* merupakan bagian dari media baru yang ditandai dengan interaktivitas dan kemampuan pengguna untuk berperan sebagai produsen maupun konsumen konten. Hal ini sejalan dengan ciri utama media baru yang dikemukakan oleh McQuail (2011), yaitu adanya saling keter-

hubungan dan akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan.¹

YouTube saat ini menjadi salah satu situs media sosial yang paling *up to date* dan populer di kalangan remaja, dewasa bahkan anak-anak. Tentunya dengan fenomena tersebut dapat memberikan kemudahan dan warna baru dalam berdakwah sebagai sarana pertukaran informasi. Seperti kutipan dari Fandi A:

YouTube adalah situs web berbagi video yang dibuat pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan *PayPal*. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah melihat dan berbagi video. Berkantor pusat di San Bruno, California, perusahaan ini menggunakan teknologi *Adobe Flash video* dan *HTML5* untuk menampilkan konten video buatan pengguna/produser, termasuk klip film, klip televisi dan video music. Selain itu situs tersebut memiliki konten amatir seperti vlog, video asli pendek dan video Pendidikan.²

Berdasarkan pengamatan peneliti, Ustadz Adi Hidayat hanya memiliki satu akun *YouTube* resmi yakni ah/Adi Hidayat Official, beliau merupakan pendakwah yang sangat menguasai materinya bahkan beliau sampai hafal nomor hadits serta letak halaman suatu hadits atau ayat. Sampai saat ini memiliki

5,50 jt subscriber dan telah mengunggah 2.400 lebih video (per Februari 2024)

¹ Fatty Faiqah, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram", dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No.2, Juli-Desember 2016, hlm. 259. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063?utm>.

² Fandy A, "Mengenal Pendiri YouTube, Platform Berbagi Video Terbesar di Dunia", <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-youtube/?srsltid>, (diakses tanggal 16 Januari 2025 pukul 10.40 WIB).

Hal ini tidak bisa dipastikan, karena setiap harinya bisa berubah seiring berjalannya dari waktu ke waktu.³



Gambar 1.1: Profil Social Blade Ustadz Adi Hidayat

Instagram adalah aplikasi media sosial berbasis *mobile* yang memungkinkan pengguna untuk mengambil, mengedit, dan berbagi foto serta video pendek. Di luncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, *Instagram* telah menjadi *platform* populer untuk berbagi momen sehari-hari, karya seni, hingga promosi bisnis. Secara teoritis, *Instagram* termasuk dalam kategori situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat diakses oleh orang lain. Nama *Instagram*, merupakan gabungan dari “*instant camera*” dan “*telegram*”. *Instagram* kini dapat di instal pada beragam sistem operasi telepon genggam, mulai dari *Apple* di *App Store*, *Android* di *Google Play* dan *Windows Phone* di *Windows Phone Store*.⁴

Dakwah sebagai kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih. Aktivitas dakwah dituntut untuk melakukan adaptasi dalam pelaksanaannya.⁵

³ Profil Social Blade Ustadz Adi Hidayat, https://socialblade.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ, (diakses 21 Februari 2024, pukul 12:30).

⁴ George Berkowski, *Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016), hlm. 91.

⁵ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 304.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah SWT, guna memperoleh kebahagiaan hidup didunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.⁶

Akun *Instagram* resmi Ustadz Adi Hidayat, @adihidayatofficial, telah mengumpulkan lebih dari 5,5 juta pengikut, menjadikannya salah satu *da'i* yang memiliki jangkauan luas di media sosial. Dengan jumlah pengikut yang besar, akun ini menjadi sarana efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Melalui unggahan berupa unggahan gambar, video, *reels*, dan *IG Live*, *Instagram* memberikan kemudahan bagi para *da'i* untuk berinteraksi dengan audiens secara langsung dan menarik. Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan *Instagram* sebagai *platform* dakwah modern yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan pembelajaran agama.⁷



Gambar 1.2: Profil Social Blade Ustadz Adi Hidayat

⁶ Fahrurrozi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2019), hlm. 36.

⁷ Sunny Ghinastia Fathin, "Tantangan dan Peluang Dakwah di Era Digital", *dalam jurnal Kajian Agama dan Dakwah*, Vol. 9, No. 4, 2024. <https://doi.org/10.4236/tashdiq.v7i3.6652>.

Dakwah adalah komunikasi, akan tetapi komunikasi belum tentu dakwah, adapun yang membedakannya adalah terletak pada isi dan orientasi pada kegiatan dakwah dan kegiatan komunikasi. Pada komunikasi, isi pesannya bersifat umum dan bisa juga berupa ajaran agama, sementara orientasi pesannya adalah pada pencapaian tujuan dari komunikasi itu sendiri, yaitu munculnya efek dan hasil yang berupa perubahan pada sasaran. Sedangkan pada dakwah isi pesannya jelas berupa ajaran Islam dan orientasinya adalah penggunaan metode yang benar menurut ukuran Islam. Dakwah merupakan komunikasi ajaran-ajaran Islam dari seorang *da'i* kepada ummat manusia di karenakan di dalamnya terjadi proses komunikasi.⁸

Dari Abdullah bin Amr ra, bahwa Nabi Muhammad Saw bersabda:

عن عبد الله بن عمرو رضي الله عنهما أن النبي ﷺ قال: بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً، وَحَدِّثُوا عَنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرَجَ، وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعِدًّا فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ

Artinya: Abdullah bin Amr raḍiyallahu anhuma meriwayatkan bahwa Nabi Muhammad Saw bersabda: Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat, dan ceritakanlah riwayat dari Bani Israil, tidak apa-apa. Siapa yang berdusta atas namaku dengan sengaja, hendaklah ia menempati tempat duduknya di neraka.⁹

Hadits ini memiliki pesan mendalam terkait pentingnya menyampaikan ajaran Islam, meskipun hanya berupa hal kecil yang diketahui. Secara keseluruhan, hadits ini menanamkan semangat kepada umat Islam untuk terus menuntut ilmu, menyampaikannya, dan menjadi agen kebaikan di mana pun mereka berada. Pesan utamanya adalah untuk tidak meremehkan potensi diri

⁸ Siswanto, "Menyongsong Dakwah Bil Medsos di Era Millenial (Sebuah Upaya Lembaga Dakwah Nahdhatul Ulama' MWC Kecamatan Dukun)", *dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2, 2020, hlm. 55.

⁹ HR. Bukhari nomor 3461.

dalam menyebarkan ajaran agama, selama dilakukan dengan ilmu yang benar dan penuh hikmah. Beberapa makna yang dapat dipahami dari hadits ini adalah:

Pertama Nabi Muhammad Saw memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau, karena Allah SWT telah menjadikan agama ini sebagai satu-satunya agama bagi manusia dan jin. Tentang Hadits “Sampaikan dariku walau hanya satu ayat”, Al Ma’afi An Nahrawani mengatakan, “Hal ini agar setiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi Muhammad Saw bersegera untuk menyampaikannya, meskipun hanya sedikit. Tujuannya agar nukilan dari Hadits tersebut dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya.”¹⁰

Kedua adalah Tabligh, atau menyampaikan ilmu dari Nabi Muhammad Saw. Terbagi dalam dua bentuk:

- a. Menyampaikan dalil dari Al-Qur’an dan As-Sunnah, baik sunnah yang berupa perkataan (*qauliyah*), perbuatan (*amaliyah*), maupun persetujuan (*taqririyah*), dan segala hal yang terkait dengan sifat dan akhlak mulia Nabi Muhammad Saw Cara penyampaian seperti ini membutuhkan hafalan yang bagus dan mantap. Juga cara dakwah seperti ini haruslah disampaikan dari orang yang jelas Islamnya dan sudah *baligh* (dewasa).
- b. Menyampaikan secara makna dan pemahaman terhadap nash-nash yang ada. Orang yang menyampaikan ilmu seperti ini butuh kapabilitas dan legalitas tersendiri yang diperoleh dari banyak menggali ilmu dan bisa

¹⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 161.

pula dengan mendapatkan persaksian atau izin dari para ulama. Hal ini dikarenakan memahami nash-nash membutuhkan ilmu-ilmu lainnya dan membutuhkan penelaahan terhadap perkataan-perkataan ahli ilmu, mengetahui *ikhtilaf* (perbedaan) maupun kesepakatan yang terjadi hingga ia mengetahui pendapat yang paling mendekati dalil dalam suatu masalah *khilafiyah*.

Dalam proses dakwah pastinya menggunakan metode, tetapi metode tersebut harusnya disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Untuk itu dipertimbangkan metode yang akan digunakan dan cara penerapannya, karena sukses dan tidaknya suatu program dakwah sering di nilai dari segi metode yang digunakan. Masyarakat atau generasi milenial sekarang ini adalah mereka yang berusia di antara 17-36 tahun yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orang tua muda. Generasi Milenial lahir antara tahun 1981-2000.¹¹

Ustadz Adi Hidayat terkenal dengan hafalan dan metode dakwahnya yang menarik, dikutip dari jurnal Sayyidah:

Tidak hanya sebagai pendakwah muda yang disukai oleh golongan milenial beliau juga aktif menulis dan memiliki beberapa karya dalam bahasa Arab dan bahasa Indonesia. Ia juga sangat aktif menjadi narasumber keagamaan dan berdakwah yang dibagikan melalui channel YouTube-nya. Tidak hanya itu akun Instagram Ustadz Adi Hidayat kini memiliki jutaan followers karena kajian-kajiannya yang tajam dan menarik membuat banyak orang suka dengan tausiahnya. Salah satu gaya yang khas dari Ustadz Adi Hidayat sering menyampaikan ceramahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru dan juga beliau selalu membawa kitab dan membahasnya secara mendetail ketika ceramah,

¹¹ Faiza, "Arus Metamorfosa Millenial", <https://books.google.co.id/books?id>, (diakses pada tanggal 30 Desember 2024 pukul 15:20 WIB).

selain itu beliau juga seorang pendakwah yang hafal hadits.¹²

Seperti disebutkan sebelumnya, Ustadz Adi Hidayat sangat menonjol dalam pendekatan akademik dan rasional. Ia sering memberikan penjelasan dengan merujuk pada kitab klasik, ayat Al-Qur'an, dan hadits dengan detail yang luar biasa. Ustadz Adi Hidayat juga sering menggunakan diagram atau alat bantu visual untuk mempermudah pemahaman audiens.

Keunikan gaya dakwah Ustadz Adi Hidayat juga diungkapkan dalam jurnal yang ditulis oleh Sayyidah. Dalam jurnal tersebut, disebutkan bahwa:

Salah satu gaya yang khas dari Ustadz Adi Hidayat sering menyampaikan ceramahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru dan juga beliau selalu membawa kitab dan membahasnya secara mendetail ketika ceramah, selain itu beliau juga seorang pendakwah yang hafal hadits sampai tata letaknya.¹³

Ustadz Adi Hidayat merupakan salah satu pendakwah baru yang dikagumi oleh Ustadz Aa Gym. Ustadz Aa Gym mengungkapkan kekagumannya karena Ustadz Adi Hidayat memiliki gaya berceramah yang tegas, lugas, dan komprehensif dalam menyampaikan materi dakwah. Hal ini menunjukkan kualitas beliau sebagai pendakwah dilihat dari salah satu kutipan jurnal: “Dan beliau salah satu pendakwah baru yang dikagumi oleh Ustadz Aa gym karena menurutnya Ustadz Adi Hidayat saat berceramah sangat tegas, lugas dan komprehensif mengenai segala ceramah yang

¹² Sayyidah, “Program Dakwah Pada “Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official” Perspektif Audiences”, dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1, 2023, hlm. 52. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1250>.

¹³ Sayyidah, “Program Dakwah Pada Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official Perspektif Audiences”, dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1, 2023, hlm. 58. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1250>.

disampaikan.”¹⁴

Analisis keunikan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat dengan beberapa ustadz-ustadz yang populer di kalangan nasional dan internasional, yaitu:

- a. Ustadz Adi Hidayat lebih akademis dan mendalam dalam penjelasannya, sementara Ustadz Abdul Somad lebih komunikatif dan mampu menarik perhatian dengan humor dan pendekatan yang merakyat.
- b. Ustadz Adi Hidayat lebih serius dan ilmiah, sementara Hanan Attaki menyesuaikan pesan dakwah dengan kebutuhan spiritual anak muda menggunakan bahasa dan gaya hidup yang mereka pahami.
- c. Ustadz Adi Hidayat lebih fleksibel dan akademis, sementara Khalid Basalamah lebih fokus pada kajian sunnah dan fiqih yang tekstual.
- d. Ustadz Adi Hidayat lebih mendalami aspek ilmiah dan hukum agama, sedangkan Yusuf Mansur fokus pada motivasi hidup melalui kisah nyata dan inspirasi spiritual.
- e. Ustadz Adi Hidayat unggul dalam penguasaan ilmu agama yang mendalam, pendekatan ilmiah, dan kemampuan mengintegrasikan teknologi.

Keunikan setiap pendakwah ini membuat mereka dapat melengkapi kebutuhan masyarakat dalam memahami Islam dari berbagai sudut pandang. Dalam *YouTube* dan *Instagram* Adi Hidayat Official, terdapat video panjang dan video pendek (*short video*) yang membahas berbagai masalah dan solusi

¹⁴ Fathayatul Husna, Dakwah Disabilitas: Majelis Da'i Muda (Mdm Bulukumba), Media Dan Anak Muda, dalam *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, Vol. 6, No. 1, 2023, hlm. 101. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/17476>.

dalam kehidupan sehari-hari seperti tata cara sholat Nabi Muhammad Saw yang benar, jodoh, berbakti kepada orang tua, tafsir Al-Qur'an dan lain-lain. Karena bagaimanapun ilmu agama akan bisa mendekatkan kita dengan Allah SWT.

Namun, ada perbedaan karakteristik dan audiens di masing-masing *platform* yang memengaruhi efektivitas dakwah. Karakteristik Platform *YouTube* berbagi video yang memungkinkan penyajian konten berdurasi panjang. Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan *YouTube* untuk mengunggah ceramah lengkap, kajian mendalam, dan sesi tanya jawab yang terstruktur. Konten di *YouTube* sering kali disertai dengan visual pendukung seperti slide presentasi atau papan tulis, membantu audiens memahami materi secara lebih komprehensif.

Sedangkan *Instagram*, *Platform* media sosial berbasis gambar dan video pendek. Ustadz Adi Hidayat menggunakan *Instagram* untuk berbagi kutipan inspiratif, potongan singkat ceramah, dan konten visual lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian dengan cepat. Konten di *Instagram* biasanya lebih ringkas dan padat, disesuaikan dengan sifat *platform* yang mengedepankan visual dan interaksi cepat.

Karakteristik Audiens di *YouTube* cenderung mencari konten yang mendalam dan terperinci. Mereka bersedia meluangkan waktu lebih lama untuk menyimak ceramah penuh atau seri kajian. Hal ini menunjukkan bahwa penonton *YouTube* memiliki minat yang tinggi terhadap pemahaman agama yang komprehensif dan mendalam. Sedangkan *Instagram* umumnya

mencari konten yang cepat dan mudah dicerna. Audiens di *platform* ini mungkin lebih beragam dalam hal usia dan latar belakang, dengan dominasi pengguna dari kalangan muda. Konten singkat dan visual yang menarik di *Instagram* efektif dalam menjangkau dan memengaruhi audiens yang menginginkan informasi cepat dan inspiratif.

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana Ustadz Adi Hidayat menyesuaikan metode dan gaya penyampaian dakwahnya di *YouTube* dan *Instagram*, serta bagaimana efektivitas pesan tentang dakwah Ustadz Adi Hidayat ini di terima oleh audiens di kedua platform sehingga menghasilkan efek yang baik untuk menambah ilmu pengetahuan dan ibadah.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih dalam terkait **Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Sehingga harapannya masyarakat akan lebih suka menonton konten dakwah sesuai dengan selera mereka, dengan begitu nilai-nilai dakwah akan lebih mudah diterima dan mampu memberikan dampak positif dalam kehidupan bermasyarakat.

B. Fokus Masalah

Dalam menyusun skripsi mengenai Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat, Penelitian dibatasi pada dua *platform* media sosial, yaitu *YouTube* dan *Instagram*. Peneliti juga membatasi pengambilan data dalam rentang 3 bulan. Hal ini untuk memastikan data yang diambil masih relevan dengan kondisi

terkini. Fokus penelitian dakwah Ustadz Adi Hidayat ialah efektivitas konten dakwah yang di batasi pada unggahan (posting), video, atau ceramah di *YouTube* dan *Instagram* selama periode unggahan 2024.

C. Batasan Istilah

Ada banyak istilah yang digunakan dalam penelitian ini, untuk menghindari kekeliruan dalam memahami konsep yang akan diteliti istilah-istilah yang perlu untuk diuraikan ialah sebagai berikut:

1. Efektivitas dalam penelitian ini merujuk pada tingkat keberhasilan pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024.
2. Pesan Dakwah dalam penelitian ini adalah isi ceramah, nasihat, atau ajaran Islam yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui *platform YouTube* dan *Instagram* yaitu Manajemen Waktu dalam Perspektif Islam, Menuntut Ilmu dengan Niat yang Ikhlas dan Benar, Menjadi Mahasiswa Berakhlak Mulia di Era Digital, Tauhid sebagai Fondasi Mental Tangguh Mahasiswa, Rezeki, Tawakal, dan Optimisme dalam Meraih Masa Depan dan Shalat sebagai Kekuatan Spiritual Mahasiswa.
3. Ustadz Adi Hidayat adalah seorang *da'i* dan ulama yang aktif berdakwah melalui media sosial, khususnya *YouTube* dan *Instagram*, dengan pendekatan ilmiah berbasis Al-Qur'an dan Hadits.
4. Media *YouTube* dan *Instagram*
 - a. *YouTube: Platform* berbagi video yang digunakan oleh Ustadz Adi

Hidayat untuk menyampaikan dakwahnya dalam bentuk ceramah, kajian, dan tanya jawab keislaman.

b. *Instagram: Platform* media sosial berbasis gambar dan video singkat yang digunakan untuk menyebarkan kutipan dakwah, potongan ceramah, serta interaksi dengan pengikut.

5. Mahasiswa Program Studi KPI Angkatan 2024, mahasiswa yang terdaftar dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2024, yang menjadi subjek penelitian ini dan berperan sebagai penerima pesan dakwah dari UAH melalui media sosial.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*?
2. Apa saja metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan pesan dakwah di media *YouTube* dan *Instagram*?
3. Bagaimana tingkat efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram* dalam memengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram*, baik dari segi tema, isi, maupun gaya penyampaiannya.

2. Mengetahui pendekatan dan metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial.
3. Mengetahui dan menganalisis tingkat efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial *YouTube* dan *Instagram* dalam memengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024.

F. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam bidang dakwah dan pengetahuan agama bagi masyarakat luas serta menguatkan teori bahwa komunikasi dakwah Islam dapat dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman dan dinamika kemajuan teknologi.

b. Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan masukan untuk Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk merancang kurikulum terkait mata kuliah media Sosial sebagai sarana dakwah.
- b. Sebagai bahan masukan untuk masyarakat agar mengoptimalkan media Sosial sebagai sarana dakwah.
- c. Bagi peneliti sebagai pengembangan dan persyaratan untuk mencapai gelar sarjana sosial (S. Sos) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Jenis teori yang digunakan dalam mencari hasil penelitian yaitu:

1. *Teori Uses and Gratifications*, menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks dakwah digital, mahasiswa mengakses ceramah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram* karena merasa mendapatkan manfaat, baik dalam bentuk pemahaman agama, motivasi, maupun hiburan islami.¹⁵
2. Teori Efektivitas Komunikasi, menekankan bahwa suatu pesan dikatakan efektif jika dapat dipahami, menarik perhatian, dan menghasilkan perubahan sikap atau perilaku.¹⁶

Teori Komunikasi Dakwah, menjelaskan strategi penyampaian pesan keagamaan agar lebih mudah diterima audiens. Dalam dakwah digital, efektivitas penyampaian bergantung pada gaya komunikasi, penggunaan media yang sesuai, serta keterlibatan audiens dalam menerima dan merespons pesan yang disampaikan.

B. Landasan Konseptual

1. Efektivitas dalam Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata efektivitas memiliki beberapa arti, yang pertama adalah adanya suatu efek, akibat, pengaruh dan kesan, arti yang kedua adalah manjur dan mujarab, dan arti

¹⁵ Morissan, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 101.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 75

yang ketiga adalah membawa hasil atau hasil guna. Kata efektif di ambil dari kata efek yang artinya akibat atau pengaruh, sedangkan kata efektif memiliki arti adanya pengaruh atau akibat dari suatu unsur.¹⁷

Sedangkan pengertian efektivitas secara umum adalah suatu hal yang menunjukkan seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektivitas menurut Hidayat dalam jurnal Rino yang menjelaskan bahwa: “efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah dicapai”.¹⁸

Sebuah efektivitas dakwah dapat dilihat dari 2 sisi yang berbeda, yaitu pesan dakwah dapat diterima oleh para *mad'u* atau sebaliknya. Sedangkan jika sebuah dakwah dapat diterima oleh para *mad'u*, maka mereka akan berusaha untuk melakukan perilaku keagamaan. Perubahan perilaku tersebut dapat dikaitkan dengan efek komunikasi massa yang meliputi 3 aspek, yaitu:

- a. Efek kognitif, berkaitan dengan peningkatan kesadaran dan pengetahuan.
- b. Efek afektif, berkaitan dengan emosi, perasaan dan sikap.
- c. Efek bihavioral, berkaitan dengan perilaku.

¹⁷ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), hlm. 250.

¹⁸ Rino Adiwibowo, “Ukuran Efektivitas”, *dalam Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, Desember 2013, hlm. 73. <https://repository.radenintan.ac.id>.

Efektivitas dakwah juga akan tercermin dari sejauh mana para *mad'u* atau objek dakwah di tingkat pribadi dapat mengalami transformasi sejati dan mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang inti ajaran Islam, diantaranya: Aqidah, Akhlaq, Ibadah, serta Mu'amalah. Kemudian untuk mengukur efektivitas dalam lingkup dakwah, peneliti mengaitkannya dengan sudut pandang psikologi dakwah, dalam hal ini sebuah dakwah yang dilakukan dapat dikatakan efektif apabila memiliki ciri sebagai berikut:

- a. Jika dakwah dapat memberikan pengertian kepada masyarakat (*mad'u*) tentang apa yang didakwahkan.
- b. Jika para masyarakat (*mad'u*) terhibur oleh dakwah yang diterima.
- c. Jika dakwah dapat merubah sikap atau perilaku para *mad'u*.
- d. Jika dakwah berhasil meningkatkan hubungan baik antara *da'i* dan para *mad'u*.
- e. Jika dakwah berhasil dalam memancing respon masyarakat berupa tindakan.¹⁹

Sehingga jika sebuah dakwah yang telah dilakukan dapat mencangkup efek kognitif, afektif, dan behavioral, kemudian ditambah dengan 5 poin yang telah diuraikan diatas, maka dakwah tersebut dapat dikatakan efektif, namun jika sebaliknya maka dakwah tersebut dapat dikatakan tidak efektif.

2. Pesan Dakwah dalam Media Digital

¹⁹ Faizah, Effendi dan Muchin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm. 15.

Pesan ialah pernyataan diutarakan oleh komunikator kepada komunikan melalui lisan maupun tulisan atau dalam bentuk simbol, gambar, dan isyarat, dengan menggunakan bahasa verbal maupun nonverbal serta pesan itu harus dimengerti oleh keduanya.²⁰ Dakwah berasal dari fi'il madhi “دعا” dan fi'il mudhari “يدعو” memiliki arti memohon, menyeru dan mengajak. Kata itu selalu diiringi kata “إلى” atau “ke”, menunjukkan ada tempat tujuan yang hendak dicapai.²¹

Jadi, pesan akan tersampaikan apabila komunikasi antara kedua belah pihak lancar dan keduanya memiliki pemahaman yang sama terkait apa yang disampaikan. Dari situ barulah akan muncul feedback atau umpan balik dari komunikan sebagai respon yang menandakan pesan tersebut sukses diterima. *Feedback* dilihat dari sifatnya terbagi menjadi dua kategori:

- a. *Feedback* positif: respon yang menunjukkan persetujuan terhadap suatu pesan yang dikomunikasikan. Misalnya sikap antusias, tersenyum, dan anggukan kepala.
- b. *Feedback* negatif: respon yang menggambarkan ketidaksetujuan atau menolak pesan. Misalnya gelengan kepala, bersikap acuh, dan perkataan penolakan.²²

²⁰ Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), hlm. 8.

²¹ Hussein, *Strategi Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (San Francisco: Blurb, 2021), hlm. 2.

²² Subakti, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 38-39.

Seiring perubahan zaman maka berkembang pulalah Teknologi dan Komunikasi yang semakin pesat dan semakin canggih, media sosial yang sering dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah:

a. *YouTube*: *YouTube* ialah sebuah situs web tempat berbagi vidio.

Bahkan bisa menghasilkan uang dari vidio yang kita unggah jika mendapatkan jumlah penonton yang banyak.

b. *Instagram*: *Instargam* juga memiliki fungsi yang tak jauh berbeda dengan *Facebook*, yang membedakanya ialah *Instagram* tidak memiliki suatu komunitas yang disajikan. Fitur yang terdapat di dalamnya hanya bisa digunakan untuk, berbagi foto dan vidio saja.

Media sosial inilah yang paling populer, bahkan media ini seperti telah menjadi bagian hidup setiap orang. Karena memiliki jangkauan yang luas serta tidak memiliki batasan ruang dan waktu.

3. Hubungan Dakwah dengan Media Sosial

Dakwah yang biasanya hanya bisa disaksikan ketika hari-hari tertentu dan dilakukan pada suatu media-media konvensional, atau seperti pengajian, khotbah jum'at dan selamatannya. Sehingga waktu dan jangkauan dakwahnya pun sangat terbatas. Dengan adanya kajian dakwah yang disajikan para pendakwah melalui media sosial, yaitu menggunakan *YouTube*, *Intagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Telegram*, *TikTok* yang populer dikalangan situs web lainya.²³

C. Kajian Terdahulu

²³ Jelita Hasibuan, Hasan Sazali, "Peranan Media Sosial dalam Gerakan Dakwah dan Politik Islam di Indonesia", dalam *jurnal Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 1, No. 1, 2023, hlm. 10. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/view/9992>.

Penelitian mengenai dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial telah banyak dilakukan dengan berbagai fokus:

1. Efri Dewi Fajariah (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media Sosial Instagram*" memiliki tujuan:
 - 1) Menganalisis efektivitas pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui *platform Instagram*.
 - 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah di *Instagram*.
 - 3) Menilai sejauh mana pengikut Ustadz Adi Hidayat di *Instagram* memahami dan menginternalisasi pesan dakwah yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik survey melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun @adihidayatofficial di *Instagram*. Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif, dengan fokus pada pemahaman audiens terhadap pesan dakwah, tingkat interaksi, serta perubahan sikap dan perilaku setelah terpapar dakwah Ustadz Adi Hidayat di *Instagram*. Persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama meneliti efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial. Namun, penelitian tersebut terbatas pada *platform Instagram*, sedangkan penelitian ini mencakup audiens dari

berbagai *platform* media sosial. Hal ini menunjukkan perbedaan cakupan antara kedua penelitian tersebut.²⁴

2. Muhammad Ravi (2020) yang berjudul "*Pengaruh Media YouTube Ceramah Ustadz Adi Hidayat dalam Menambah Kepercayaan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi*" memiliki tujuan:

- 1) Menganalisis pengaruh ceramah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi.
- 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan kepercayaan diri mahasiswa setelah menonton ceramah Ustadz Adi Hidayat.
- 3) Menilai sejauh mana pemahaman agama yang diperoleh melalui ceramah Ustadz Adi Hidayat berdampak pada keberanian mahasiswa dalam berkomunikasi di lingkungan akademik dan sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi yang aktif menonton ceramah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube*. Hasil kuesioner dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial, untuk melihat hubungan antara intensitas menonton ceramah dengan peningkatan kepercayaan diri mahasiswa. Kesamaan dalam meneliti dampak ceramah Ustadz Adi Hidayat di media sosial terhadap audiens. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek kepercayaan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi, sedangkan penelitian

²⁴ Efri Dewi Fajariah, Efektivitas Pesan Dakwah Ustad Adi Hidayat di Media Sosial Instagram, *Skripsi*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021).

ini berpotensi memiliki fokus yang berbeda, misalnya dalam menilai audiens secara lebih luas atau aspek lain terkait efektivitas dakwah.²⁵

3. Afrida Nur Laila (2022) dalam "*Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Akun YouTube Adi Hidayat Official*" memiliki tujuan:

- 1) Menganalisis teknik retorika yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam ceramahnya di akun *YouTube* Adi Hidayat Official.
- 2) Mengidentifikasi strategi komunikasi dakwah yang diterapkan dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens *YouTube*.
- 3) Menilai efektivitas penggunaan retorika dalam meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens terhadap isi ceramah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis wacana terhadap ceramah-ceramah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube*. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi video dari akun Adi Hidayat Official, serta dianalisis dengan teori retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) untuk mengkaji bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah mempengaruhi audiens. Kesamaan dengan penelitian ini dalam mengkaji dampak ceramah Ustadz Adi Hidayat di media sosial terhadap audiens. Perbedaannya terletak pada fokus kajian, di mana penelitian tersebut mengkaji pemahaman keagamaan penonton *YouTube*, sedangkan penelitian ini dapat memiliki fokus yang lebih luas atau berbeda tergantung pada tujuan penelitian.

²⁵ Muhammad Ravi, Pengaruh Media YouTube Ceramah Ustad Adi Hidayat dalam Menambah Kepercayaan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi, *Skripsi*, (Riau: UIN Suska, 2020).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari-Mei 2025. Rentang waktu ini dipilih untuk memastikan proses pengumpulan data dilakukan secara menyeluruh, mencakup efektivitas konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial, observasi terhadap respons audiens, dan wawancara mendalam dengan informan terkait. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penyampaian dakwah secara komprehensif selama periode tersebut.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Lokasi ini dipilih karena mahasiswa KPI, khususnya angkatan 2024 (NIM 24), memiliki pemahaman akademik tentang media, komunikasi dakwah, serta pengaruh pesan keagamaan di media sosial. Mahasiswa KPI angkatan 2024 juga menjadi audiens potensial dari dakwah digital yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui *platform YouTube* dan *Instagram*.

Dengan latar belakang pendidikan yang relevan, informan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial tersebut, baik dari segi penerimaan, pemahaman, maupun dampaknya dalam kehidupan sehari-hari. Kedua *platform* ini juga menyediakan data interaksi

seperti jumlah *views*, *likes*, dan komentar, yang mempermudah analisis efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial.

B. Jenis Penelitian

Untuk penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini tidak melakukan perhitungan angka-angka dalam prosesnya, tetapi menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau objek yang diamati. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang fakta berdasarkan objek atau fenomena yang diamati, dengan upaya mengungkapkan makna yang terkandung di balik fakta tersebut. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan cara lainnya dengan menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks yang alami, dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.²⁶

C. Subjek Penelitian

Batasan atau ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu memfokuskan pada *YouTube* dan *Instagram* sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dalam menentukan responden. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menjangkau mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024 yang aktif mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat di media sosial *YouTube* dan *Instagram*. Proses pengambilan sampel dimulai dengan beberapa responden awal yang telah

²⁶ Eko Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2019), hlm. 19.

teridentifikasi memiliki keterlibatan dalam mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat.

Selanjutnya, responden awal merekomendasikan individu lain yang memiliki pengalaman serupa, sehingga jumlah responden berkembang secara bertahap. Pendekatan ini efektif dalam memperoleh data dari kelompok sasaran yang memiliki kesamaan karakteristik, sekaligus memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan berasal dari individu yang benar-benar terpapar pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media sosial. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aktif mengikuti akun media sosial Ustadz Adi Hidayat (*YouTube* dan *Instagram*).
2. Pernah menonton atau membaca konten dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat.
3. Informan yang memiliki informasi dan pengetahuan tentang penelitian ini.²⁷

D. Sumber Data

Sumber data adalah asal usul atau tempat di mana data atau informasi diperoleh. Sumber data dapat berasal dari respon atau tanggapan penonton pada akun *YouTube* dan *Instagram* Adi Hidayat Official/Ah. Sumber data dibagi menjadi dua jenis dalam penelitian ini. Hal ini yang dapat mendukung informasi atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian:

²⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), hlm. 107.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dan menjadikannya sebagai data utama. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah 7 orang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024.

b. Sumber Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber relevan untuk memahami efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*. Sumber utama data mencakup statistik jumlah pengikut, penonton, dan tingkat interaksi dari akun media sosial resmi Ustadz Adi Hidayat. Data ini mencakup jumlah pengikut, interaksi audiens melalui komentar dan *likes*, serta pola *engagement* pada unggahan ceramah beliau.

Selain itu, referensi dari penelitian terdahulu juga digunakan sebagai data sekunder, seperti penelitian Efri Dewi Fajariah (2021) yang menganalisis efektivitas dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui *Instagram*, dan Afrida Nur Laila (2022) yang mengkaji retorika dakwah di *YouTube*. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kerangka yang kokoh untuk menganalisis efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat secara komprehensif di media Sosial.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti memainkan beberapa peran penting untuk mencapai tujuan penelitian. Peneliti berperan sebagai pelaksana, pengumpul data, perencana, penafsir data, penganalisis, serta pelaporan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.²⁸ Observasi ini merupakan pengamatan dengan cara mencatat sistematis fenomena-fenomena yang terjadi. Observasi yang dipilih, yaitu:

- a. Observasi Partisipan (*Participant Observation*): Peneliti ikut bergabung dalam aktivitas audiens yang menjadi pengikut akun Ustadz Adi Hidayat di media sosial. Contoh: Bergabung dalam kolom komentar, grup diskusi daring, atau forum pengikut Ustadz Adi Hidayat.
- b. Observasi Non-Partisipan (*Non-Participant Observation*): Peneliti juga mengamati aktivitas audiens tanpa ikut berpartisipasi. Contoh: Menganalisis interaksi di kolom komentar, jumlah *likes*, *views*, atau *repost* konten di media sosial Ustadz Adi Hidayat.

²⁸ Marisson, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 26.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan dengan tujuan memperoleh informasi. Sebagai salah satu cara untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk memperoleh jawaban. Sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.²⁹ Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

Maka peneliti akan mewawancarai informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang *representative*. Informan yang akan peneliti wawancarai adalah pengikut aktif dan pasif media sosial Ustadz Adi Hidayat. Kriterianya juga penting untuk mencapai tujuan penelitian seperti audiens yang mencerminkan target pesan dakwah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang di teliti dapat berupa bermacam, tidak hanya dokumen resmi. Sumber data tertulis dapat dibedakan menjadi: dokumen resmi, buku, majalah, arsip, ataupun dokumen pribadi dan juga foto.³⁰ Peneliti melalui dokumentasi ini ingin menggali beberapa data, diantaranya secara umum lokasi penelitian serta

²⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 64.

³⁰ Sudarto, *Metode Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 9.

sesuatu yang berkaitan tentang efektivitas dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*.

F. Uji Keabsahan Data

Pengabsahan data adalah bentuk batasan terkait suatu kepastian, salah satu caranya ialah melalui proses triangulasi, yakni teknik pengecekan data melalui sesuatu yang ada di luar data sebagai pembanding terhadap data. Adapun teknik triangulasi yang digunakan ialah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan cara mengecek ulang tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh dengan sumber yang berbeda.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengorganisir, mengolah, dan menginterpretasi data dalam rangka mendapatkan pemahaman yang lebih dalam atau menghasilkan informasi yang berguna.³¹

Teknik analisis data yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman karena peneliti kualitatif ini melakukan pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam priode tertentu. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, saat tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.³²

Sesuai dengan pendekatan yang digunakan maka analisis data dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

³¹ Ibid, hlm. 207.

³² Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeti, 2008), hlm. 240.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah mengambil kesimpulan akhir yang dapat digambarkan dan diverifikasi dengan suatu cara analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data.³³ Mereduksi data dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data seputar Ustadz Adi Hidayat.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Teknik penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai bentuk tabel, grafik, uraian singkat, teks naratif, bagan, hubungan kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini peneliti menyajikan data berupa teks naratif dan tabel.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan suatu temuan baru yang belum pernah ada, dan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dalam hal ini peneliti dalam menarik kesimpulan dilakukan setelah penyajian data dilakukan maka penulis membuat kesimpulan dalam bab 5 berdasarkan hasil dari penelitian dalam bab 4.

³³ Emzir, *Analisis Data Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 130.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum

1. Profil Ustadz Adi Hidayat

Ustadz Adi Hidayat, Lc., M.A. adalah seorang ulama, cendekiawan Muslim, dan pendakwah asal Indonesia yang dikenal dengan kepiawaiannya dalam menghafal dan menjelaskan Al-Qur'an serta hadits dengan detail. Ia lahir pada 11 September 1984 di Pandeglang, Banten. Sejak kecil, beliau menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap ilmu agama dan bahasa Arab.



Gambar 4.1 Foto Ustadz Adi Hidayat

Pendidikan dasarnya dimulai di TK Pertiwi Pandeglang, kemudian melanjutkan ke Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut. Setelah itu, beliau melanjutkan studi ke *International Islamic Call College* (IICC) di Tripoli, Libya, dengan fokus pada bidang Syariah dan Bahasa Arab. Selama menuntut ilmu, beliau dikenal sebagai santri yang cerdas dan mampu menghafal serta memahami banyak kitab klasik Islam dengan cepat.

Pada tahun 2013, Ustadz Adi Hidayat mendirikan Quantum Akhyar Institute, sebuah lembaga yang berfokus pada kajian keislaman dengan metode pembelajaran yang sistematis dan ilmiah. Melalui lembaga ini, ia

aktif dalam menyebarkan ilmu agama kepada masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media digital. Sebagai seorang *da'i*, Ustadz Adi Hidayat memiliki gaya ceramah yang sistematis, logis, dan mendalam. Ia sering mengutip dalil-dalil dari Al-Qur'an dan hadits secara langsung, lengkap dengan referensi yang jelas.

Saat ini, beliau juga menjabat sebagai Wakil Ketua Majelis Tabligh di Pimpinan Pusat Muhammadiyah untuk periode 2022-2027. Kiprahnya dalam dunia dakwah semakin luas dengan pemanfaatan teknologi digital, terutama melalui *platform YouTube dan Instagram*³⁴.

1. *YouTube: Adi Hidayat Official*

Kanal Adi Hidayat Official secara rutin mengunggah berbagai jenis konten dakwah yang menarik dan edukatif, di antaranya:

- a. Kajian Tematik Islam, kajian ini membahas berbagai aspek dalam Islam, seperti tauhid, fiqh ibadah, fiqh muamalah, hukum Islam, serta pembahasan isu-isu kontemporer dalam perspektif Islam. Setiap tema dikaji dengan pendekatan akademik yang mendalam, lengkap dengan dalil dari Al-Qur'an dan Sunnah.
- b. Tafsir Al-Qur'an, Ustadz Adi Hidayat juga rutin mengadakan kajian tafsir yang membahas makna mendalam dari ayat-ayat Al-Qur'an. Tafsir yang disampaikan tidak hanya bersumber dari ulama tafsir klasik, tetapi juga dikaitkan dengan kehidupan modern agar lebih aplikatif bagi umat Islam saat ini.

³⁴ Profil Ustadz Adi Hidayat, https://id.wikipedia.org/wiki/Adi_Hidayat di akses pada 14 Maret 2025 pukul 16:38.

- c. Motivasi Islami, kanal ini juga menghadirkan konten motivasi Islami yang bertujuan untuk meningkatkan semangat ibadah, produktivitas, dan ketahanan mental dalam menghadapi berbagai tantangan hidup.
- d. *Live Streaming* Kajian dan Tanya Jawab, salah satu fitur unggulan di kanal ini adalah kajian live streaming yang memungkinkan jamaah untuk berinteraksi langsung dengan Ustadz Adi Hidayat. Dalam sesi ini, beliau menjawab berbagai pertanyaan dari jamaah terkait masalah agama, kehidupan, dan berbagai isu sosial lainnya.

Daily Channel Metrics						
Date		Subscribers		Views		Videos
Sat	2025-03-01	+10K	5.58M	+722,648	513,808,473	+2 2,437
Sun	2025-03-02	+10K	5.59M	+511,393	514,319,866	+4 2,441
Mon	2025-03-03	--	5.59M	+921,059	515,241,525	+2 2,443
Tue	2025-03-04	+10K	5.6M	+1,437,144	516,678,669	+5 2,448
Wed	2025-03-05	--	5.6M	--	516,678,669	+6 2,454
Thu	2025-03-06	+10K	5.61M	--	516,678,669	+6 2,460
Fri	2025-03-07	--	5.61M	--	516,678,669	+5 2,465
Sat	2025-03-08	--	5.61M	--	516,678,669	+4 2,469
Sun	2025-03-09	+10K	5.62M	--	516,678,669	+5 2,474
Mon	2025-03-10	--	5.62M	--	516,678,669	+3 2,477
Tue	2025-03-11	--	5.62M	--	516,678,669	+4 2,481
Wed	2025-03-12	--	5.62M	--	516,678,669	+2 2,483
Thu	2025-03-13	+10K	5.63M	+5,322,837	522,001,506	+3 2,486
Fri	2025-03-14	--	5.63M	+531,490	522,532,996	+2 2,488

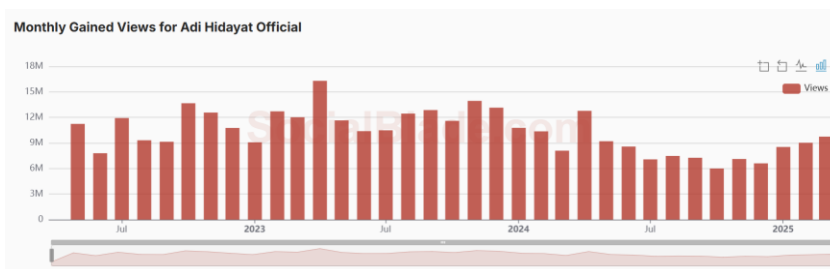
Gambar 4.2: SocialBlade.com³⁵

Dalam periode 1 hingga 14 Maret 2025, kanal *YouTube* ini menunjukkan pertumbuhan yang stabil baik dari segi *subscriber*, *views*, maupun jumlah video yang diunggah. Rata-rata kanal ini mendapatkan +10K *subscriber*, sehingga total *subscriber* meningkat dari 5.58 juta menjadi 5.63 juta dalam dua minggu.

Dari sisi tayangan, terjadi peningkatan signifikan, terutama pada 5 Maret (+1 juta views) dan 12 Maret (+5,3 juta views), yang menunjukkan adanya video dengan daya tarik tinggi atau viral di tanggal tersebut.

³⁵ SocialBlade.com, “Akun *YouTube* Ustadz Adi Hidayat” https://socialblade.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZ, (di akses 16 Maret 2025 pukul 16:30).

Secara keseluruhan, jumlah views bertambah lebih dari 8.78 juta, yang menandakan engagement audiens yang kuat. Selain itu, kanal ini konsisten mengunggah sekitar 2 video per hari, meningkatkan jumlah total dari 2.437 menjadi 2.448 video. Konsistensi ini berperan dalam mempertahankan pertumbuhan dan menjangkau lebih banyak penonton.



Gambar 4.3: SocialBlade.com³⁶

2. Instagram: @adihidayatofficial

Date	Followers	Following
Sat 2025-03-01	+2,871	5,519,965
Sun 2025-03-02	+1,909	5,521,874
Mon 2025-03-03	+2,491	5,524,365
Tue 2025-03-04	+1,439	5,525,804
Wed 2025-03-05	+1,579	5,527,383
Thu 2025-03-06	+2,896	5,530,079
Fri 2025-03-07	+2,409	5,532,488
Sat 2025-03-08	+985	5,533,473
Sun 2025-03-09	+1,773	5,535,246
Mon 2025-03-10	+3,793	5,539,039
Tue 2025-03-11	+1,289	5,540,328
Wed 2025-03-12	+2,540	5,542,868
Thu 2025-03-13	+1,839	5,544,707
Fri 2025-03-14	+1,538	5,546,245

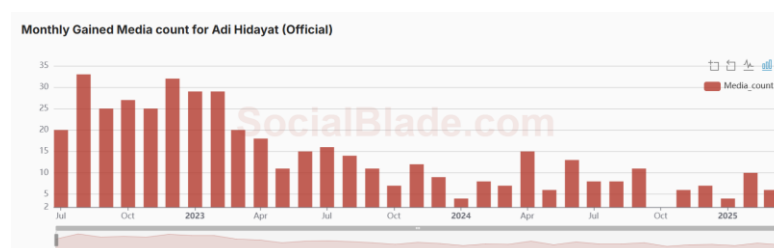
Gambar 4.4: SocialBlade.com³⁷

Dalam periode 1 hingga 14 Maret 2025, akun ini menunjukkan pertumbuhan *followers* yang stabil, meningkat dari 5.519.965 menjadi 5.546.245 *followers*. Peningkatan tertinggi terjadi pada 1 Maret (+2.871 followers) dan 12 Maret (+2.540 followers), yang menandakan adanya konten menarik atau viral di tanggal tersebut.

³⁶ SocialBlade.com, “Akun YouTube Ustadz Adi Hidayat” https://socialblade.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZ, (di akses 16 Maret 2025 pukul 16:40).

³⁷ SocialBlade.com, “Akun Instagram Ustadz Adi Hidayat” <https://socialblade.com/instagram/user/adihidayatofficial>, (di akses 16 Maret 2025 pukul 16:50).

Jumlah akun yang diikuti tetap 26, menunjukkan strategi pertumbuhan organik tanpa *follow-unfollow*. Fluktuasi pertumbuhan *followers* kemungkinan dipengaruhi oleh kualitas konten, interaksi pengguna, atau tren media sosial. Secara keseluruhan, akun ini memiliki engagement yang baik dan dapat terus berkembang dengan konten yang konsisten, interaksi dengan audiens, serta pemanfaatan tren dan hashtag yang relevan.



Gambar 4.5: SocialBlade.com³⁸

Kanal *Instagram* Adi Hidayat Official menunjukkan aktivitas unggahan tertinggi pada 2023, dengan lebih dari 25-30 unggahan per bulan. Namun, sejak pertengahan 2023 hingga 2024, terjadi penurunan signifikan, dengan hanya sedikit konten yang diunggah setiap bulan.

Pada 2024, aktivitas mulai meningkat kembali, meskipun belum mencapai puncak seperti sebelumnya. Tren ini menunjukkan adanya perubahan strategi konten, kemungkinan berfokus pada kualitas dibanding kuantitas. Jika pola ini berlanjut, kanal berpotensi meningkatkan jumlah unggahan pada 2025, terutama dengan strategi yang lebih terjadwal dan interaksi audiens yang lebih kuat.

³⁸ SocialBlade.com, “Akun *Instagram* Ustadz Adi Hidayat” <https://socialblade.com/instagram/user/adihidayatofficial>, (di akses 16 Maret 2025 pukul 17:00).

2. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah satu dari empat fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Sejarah singkat Fakultas ini diawali dengan di dirikannya IAIN Sumatera Utara Medan pada tahun 1973 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 97 Tahun 1973 tanggal 1 November 1973 tentang peresmian IAIN Sumatera Utara, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Cabang Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidimpuan.

Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidimpuan ini berjalan lebih kurang 24 tahun (1973-1997) dibawah pimpinan (Dekan), Prof. Syeikh Ali Hasan Ahmad al-Dary (1973-1977), Drs. Rusman Hasibuan (1977-1982), Drs. Anwar Saleh Daulay (1982-1988), Drs. Abbas Pulungan (1988-1991), dan Prof. Dr. Haidar Putra Daulay, M.A (1991-1997).³⁹

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI No. 300 tahun 1997 dan No. 504 tahun 2003, tentang Pendirian STAIN di keluarkan, maka setelah kurang lebih 24 tahun berjalan, Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidimpuan di ubah statusnya menjadi STAIN Padangsidimpuan yang

³⁹ Rencana Induk Pengembangan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Tahun 2020-2044, Padangsidimpuan, IAIN PSP, 2020, hlm. 15.

otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Presiden RI No. 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Peraturan Menteri Agama RI No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama RI No. B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan pada tanggal 6 Januari 2014 STAIN Padangsidempuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidempuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Dharma Ali, dan di lantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL.

Tahun 2013, IAIN Padangsidempuan dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sudah membina empat Program Studi yaitu: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada tahun 2013, Bimbingan Konseling Islam (BKI) pada tahun 2014, Manajemen Dakwah (MD) pada tahun 2015, dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) pada tahun 2015.⁴⁰

3. Jumlah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Berdasarkan jumlah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam

⁴⁰ Situs Web Resmi Uin Syahada Padangsidempuan, *Sejarah Singkat*, <https://www.uinsyahada.ac.id/sejarah-iaain-padangsidempuan/>, diakses pada tanggal 14 Maret 2025 pukul 11:50.

Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan selama tujuh tahun terakhir mencapai 189 mahasiswa. Berikut rinciannya:

Tabel 4.1
Data Jumlah Mahasiswa KPI 7 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2024	33
2	2023	42
3	2022	26
4	2021	21
5	2020	23
6	2019	20
7	2018	24
Jumlah		189

Sumber: disarikan dari hasil wawancara⁴¹

4. Data Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari-Mei 2025 terhitung sejak pembuatan proposal hingga pelaksanaan riset di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2024. Dari 33 mahasiswa, Peneliti memilih 7 mahasiswa untuk di wawancarai sebagai data primer. Peneliti juga memperhatikan setiap *like*, komen dan *share* pengikut media *Youtube* dan *Instagram* Ustadz Adi Hidayat. Adapun nama-nama informan utama tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Mukhti Ali, S. Ag. selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan FDIK Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 14 Maret 2025.

Tabel 4.2
Data Informan beserta Nama *YouTube* dan *Instagram* Channel

No	Nama	NIM	<i>YouTube</i>	<i>Instagram</i>
1	Idha Lubis	2430100002	Idha Lubis	Idhlbs
2	Yasirli Ritonga	2430100004	Yasirli Ritonga	Yasirli Ritonga
3	Nabila Zahraini	2430100007	Nabila zahraini	nabzhrnii_
4	Putri Miranda Panjaitan	2430100008	putrimirandapanjaitan	putrimrnd.
5	Diana Sapitri	2430100010	Diana Sapitri	Diana Dkv
6	Rasyid Habib Perdana Siregar	2430100017	Rasyid Habib Perdana Siregar	rasyidsiregar_
7	Idris Sardi Pakpahan	2430100018	Idris Sardi Pakpahan	idrissardi_2233

Sumber: disarikan dari hasil penelitian⁴²

B. Temuan Khusus

1. Pesan-pesan Dakwah yang Disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pesan dakwah di media *YouTube* dan *Instagram* bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan cukup signifikan. Mayoritas mahasiswa mengaku bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui kedua *platform* tersebut mampu meningkatkan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam secara lebih praktis dan kontekstual.

⁴² Hasil Observasi Penelitian.

Sebelum memasuki hasil wawancara, penting disampaikan bahwa *platform YouTube* Ustadz Adi Hidayat lebih banyak digunakan untuk menyampaikan ceramah panjang dan ilmiah yang mengulas berbagai topik keislaman secara detail, sedangkan *Instagram* digunakan sebagai media dakwah singkat dan cepat yang menampilkan potongan-potongan ceramah, kutipan religi, hingga pesan motivatif keagamaan yang ringkas namun bermakna.

Dari hasil wawancara dengan Idha Lubis, salah satu informan yang cukup aktif mengikuti akun resmi Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*, menjelaskan beberapa pesan-pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Adi Hidayat sebagai berikut:

Di *YouTube*, saya sering menonton ceramah beliau yang membahas tentang tauhid dan keimanan dengan sangat detail. Misalnya penjelasan tentang konsep tauhid rububiyah, uluhiyyah, dan asma wa sifat Allah yang dikupas dengan bahasa yang mudah dipahami dan didukung dalil-dalil yang kuat dari Al-Qur'an dan Hadis, Saya belajar banyak dari cara beliau menjelaskan gerakan shalat, bacaan yang benar, dan hikmah di balik setiap ibadah yang saya jalankan.⁴³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Idha Lubis, diperoleh informasi bahwa ia aktif mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui *YouTube* dan *Instagram*. Ia menjelaskan bahwa ceramah yang sering ditonton berfokus pada tema tauhid dan keimanan, seperti penjelasan mengenai tauhid rububiyah, uluhiyyah, dan asma wa sifat, yang disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan dilengkapi dengan dalil-dalil Al-Qur'an dan Hadis. Selain itu, ia juga memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait

⁴³ Idha Lubis, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 9 Maret 2025

gerakan shalat, bacaan yang benar, dan makna di balik ibadah. Ceramah tersebut memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman dan pelaksanaan ibadahnya sehari-hari

Menurut Nabila Zahraini, konten dakwah di *YouTube* membahas isu-isu aktual, seperti etika bermedia sosial dan persoalan remaja. Hal ini ada dalam hasil wawancara berikut:

Beliau tidak hanya menyampaikan teori, tapi juga praktik yang bisa langsung diaplikasikan. Misalnya saat membahas zakat, beliau jelaskan dengan rinci jenis zakat, tata cara penghitungan, dan hikmah sosialnya, Saya jadi paham bahwa syariah itu bukan hal yang kaku, tapi bisa menjawab persoalan modern selama kita merujuk pada dalil yang shahih.⁴⁴

Dari hasil wawancara dengan Nabila Zahraini, diketahui bahwa konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* tidak hanya membahas teori keislaman, tetapi juga mengangkat isu-isu aktual seperti etika dalam bermedia sosial dan persoalan remaja. Selain itu, ia menyoroti cara penyampaian yang aplikatif, terutama ketika membahas tema zakat. Penjelasan Ustadz Adi Hidayat meliputi jenis-jenis zakat, tata cara penghitungan, hingga hikmah sosialnya. Hal ini membuat Nabila menyadari bahwa syariat Islam bukanlah sesuatu yang kaku, melainkan fleksibel dan mampu menjawab problematika zaman modern, selama tetap merujuk pada dalil yang sah

Putri Miranda Panjaitan mengungkapkan bahwa *Instagram* menyebarkan pesan-pesan dakwah, dilihat dari hasil wawancara berikut:

⁴⁴ Nabila Zahraini, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 3 Maret 2025.

“Saya sering menonton video singkat di *Instagram* yang berisi pesan-pesan tentang akhlak, seperti sabar, jujur, dan rendah hati.”⁴⁵

Putri Miranda Panjaitan mengungkapkan bahwa dirinya sering menonton video singkat Ustadz Adi Hidayat di *Instagram* yang berisi pesan-pesan dakwah tentang akhlak, seperti sabar, jujur, dan rendah hati. Menurutnya, pesan-pesan tersebut disampaikan secara ringkas namun menyentuh, sehingga mudah dipahami dan mampu menginspirasi perubahan dalam perilaku sehari-hari. Ia merasakan manfaat langsung dari konten dakwah tersebut dalam bentuk motivasi untuk memperbaiki sikap dan akhlak.

Idris Sardi menambahi tentang pesan dakwah ini didalam hasil wawancara “Ustadz Adi Hidayat sangat mengedepankan keseimbangan antara ibadah vertikal kepada Allah dan ibadah horizontal kepada sesama manusia. Beliau sering menekankan pentingnya peduli sosial, menjaga ukhuwah, dan membantu sesama, terutama dalam konteks umat Islam di era modern ini.”⁴⁶

Idris Sardi menjelaskan bahwa Ustadz Adi Hidayat dalam ceramah-ceramahnya sangat menekankan pentingnya keseimbangan antara ibadah vertikal kepada Allah dan ibadah horizontal kepada sesama manusia. Ia menyampaikan bahwa Ustadz Adi sering mengajak umat Islam untuk peduli terhadap sesama, menjaga ukhuwah Islamiyah, dan aktif membantu dalam

⁴⁵ Putri Miranda, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 5 Maret 2025.

⁴⁶ Idris Sardi Pakpahan, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 3 Maret 2025.

konteks sosial. Hal ini dinilai sangat relevan di era modern, di mana keberagamaan tidak hanya dipraktikkan dalam bentuk ibadah ritual, tetapi juga melalui kontribusi nyata dalam kehidupan bermasyarakat.

Jadi, penggunaan dua media sosial secara bersinergi menjadikan dakwah Ustadz Adi Hidayat efektif dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Selain pesan-pesan keagamaan yang bersifat praktis, Ustadz Adi Hidayat juga sering menyisipkan cerita-cerita sejarah Islam yang inspiratif. Diana Safitri menilai bahwa cerita tentang perjuangan para sahabat dan ulama besar sangat memberikan motivasi. Dapat dilihat dari hasil wawancara "Saya merasa bangga dan termotivasi ketika beliau menceritakan kisah Umar bin Khattab atau Imam Syafi'i. Cerita itu membuat saya lebih mengenal akar peradaban Islam dan nilai-nilai keislaman yang harus kita jaga."⁴⁷

Yasirli Ritonga memberikan pandangan bahwa ceramah tafsir Al-Qur'an yang disampaikan secara ilmiah di *YouTube* sangat bermanfaat bagi mahasiswa yang ingin mendalami ilmu agama secara akademis. Hal ini ada dalam wawancara berikut:

Beliau mengurai ayat-ayat Al-Qur'an dengan latar belakang sejarah turun ayat, makna bahasa, dan penjelasan ulama klasik hingga kontemporer. Ini sangat membantu saya dalam studi akademik, memahami ajaran Islam secara mendalam bahkan tentang sejarah sahabat-sahabat Nabi yang membuat saya terharu⁴⁸

⁴⁷ Diana Sapitri, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 3 Maret 2025.

⁴⁸ Yasirli Ritonga, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 7 Maret 2025.

Melalui wawancara dan observasi tersebut, pesan-pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram* sangat beragam, mencakup Pesan Akidah dan Tauhid, Ibadah dan Syariah, Akhlak dan Etika, Sosial dan Dakwah, Sejarah dan Inspirasi Keislaman, Praktik Keagamaan Sehari-hari, dan Ilmiah dan Tafsir Al-Qur'an. Pesan-pesan ini sesuai dengan teori *Uses and Gratifications*, di mana audiens secara aktif memilih konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhannya baik untuk memperdalam ilmu, mencari motivasi, ataupun sekadar pengingat ibadah. Hal ini dibuktikan dari tingginya tingkat *engagement* di kedua *platform*, seperti jumlah *views*, *likes*, dan komentar.

Dengan demikian, pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui *YouTube* dan *Instagram* merupakan konten dakwah yang variatif dan berbasis ilmu membuat audiens merasa dekat dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, sehingga mereka terdorong untuk menginternalisasi nilai-nilai tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari.

2. Metode Dakwah yang Digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam dakwahnya di media sosial *YouTube* dan *Instagram*, Ustadz Adi Hidayat menggunakan tiga metode utama yang saling melengkapi, yaitu *bil lisan*, *bil hikmah*, dan *bil mauizah wal hasanah*. Ketiga metode ini tidak hanya menjadi teori tetapi juga terimplementasi secara nyata dalam cara beliau menyampaikan pesan dakwah yang efektif dan dapat diterima oleh audiens terutama kalangan mahasiswa.

Rasyid Habib Perdana, mahasiswa KPI, menyatakan bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat menggunakan bahasa yang tidak berbelit-belit dalam menyampaikan dakwahnya. Dilihat dari hasil wawancara berikut:

Beliau menggunakan bahasa yang sederhana dan tidak berbelit, meskipun materi yang disampaikan kadang kompleks. Saya merasa setiap kata dan kalimat yang beliau ucapkan mudah dipahami, membuat saya tidak bosan mengikuti ceramahnya. Bahkan ketika membahas fiqih atau tafsir, penjelasan beliau selalu runtut dan sistematis. Beliau menyampaikan dakwahnya dengan lisan yang sangat jelas, runtut, dan mudah dipahami. Tidak hanya menggunakan bahasa Arab atau istilah keagamaan yang sulit, tapi juga menjelaskan makna dengan bahasa Indonesia yang sederhana dan komunikatif. Saya merasa dakwahnya sangat dekat dan mudah masuk ke hati.⁴⁹

Dalam kesehariannya, Rasyid Habib Perdana menunjukkan minat yang konsisten dalam mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui berbagai platform digital, terutama *YouTube*. Ia terbiasa menyempatkan waktu setelah aktivitas perkuliahan untuk menonton ceramah-ceramah yang menurutnya disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana, runtut, dan tidak berbelit-belit. Hal ini memudahkannya memahami materi-materi kompleks seperti fiqih dan tafsir yang biasanya sulit dicerna jika disampaikan secara akademik. Rasyid mengaku tidak merasa bosan saat menyimak dakwah tersebut karena gaya penyampaiannya terasa komunikatif dan dekat, bahkan sering ia jadikan bahan refleksi dan diskusi dengan teman-teman sesama mahasiswa KPI dalam memahami ajaran Islam secara kontekstual dan aplikatif.

Metode *bil lisan*, yakni menyampaikan dakwah melalui lisan, menjadi pilar utama dalam penyampaian Ustadz Adi Hidayat. Dalam wawancara

⁴⁹ Rasyid Habib Perdana Siregar, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 5 Maret 2025.

dengan beberapa mahasiswa, mayoritas menyatakan bahwa gaya bicara beliau yang jelas, runtut, dan mudah dipahami sangat membantu mereka menangkap pesan dakwah secara utuh.

Penjelasan ini menguatkan bahwa metode *bil lisan* oleh Ustadz Adi Hidayat tidak hanya sekadar berbicara, tapi juga menjaga kejelasan bahasa dan ketepatan materi agar pesan dakwah tersampaikan secara efektif. Cara ini menambah kedekatan antara ustadz dan jamaah, sehingga dakwah tidak hanya satu arah.

Metode *bil hikmah* yang mengedepankan hikmah atau kebijaksanaan dalam dakwah sangat kentara pada pendekatan Ustadz Adi Hidayat dalam memilih kata dan konteks penyampaian pesan. Berdasarkan wawancara dengan Yasirli, mahasiswa yang aktif mengikuti akun Instagram beliau menyatakan bahwa:

Setiap topik yang dibahas beliau selalu dikaitkan dengan kondisi sosial dan kehidupan sehari-hari. Misalnya, saat menjelaskan tentang sabar dan tawakal, beliau tidak hanya membacakan ayat dan hadits, tapi juga memberikan contoh nyata yang terjadi di masyarakat dan bagaimana sikap terbaik yang harus diambil. Dalam setiap video, beliau selalu menggunakan pendekatan hikmah. Misalnya, saat membahas masalah fiqih atau akhlak, beliau tidak hanya menyampaikan aturan secara kaku, tapi mengaitkannya dengan realitas kehidupan sehari-hari dan memberi solusi yang membangun. Jadi, dakwahnya terasa seperti nasehat seorang kakak yang peduli, bukan ceramah yang menggurui.⁵⁰

Dalam kesehariannya, Yasirli aktif mengikuti konten dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui akun *Instagram* resmi beliau, dan menjadikan video-video singkat tersebut sebagai sumber inspirasi spiritual dan sosial. Ia

⁵⁰ Yasirli Ritonga, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 7 Maret 2025.

terbiasa menonton ceramah singkat yang disampaikan dengan pendekatan hikmah, yang selalu relevan dengan situasi sehari-hari. Misalnya, ketika sedang menghadapi tantangan pribadi, Yasirli mengaku sering menemukan pencerahan dari penjelasan Ustadz Adi yang tidak hanya menyampaikan dalil, tetapi juga memberi contoh nyata dan solusi yang bumi. Dakwah yang disampaikan tidak terasa kaku atau menggurui, melainkan seperti nasihat hangat dari seorang kakak yang memahami realitas kehidupan mahasiswa, sehingga mendorong Yasirli untuk lebih sabar, tawakal, dan bijak dalam bersikap di tengah dinamika sosial.

Pendekatan hikmah ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima karena tidak terasa menggurui atau memaksa, melainkan memberi solusi yang membangun dan memotivasi perubahan positif. Dalam analisis konten *YouTube*, terlihat Ustadz Adi Hidayat mengemas dakwahnya dengan *storytelling* dan analogi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga materi agama yang kadang berat menjadi lebih ringan dan menarik.

Metode dakwah *bil mauizah wal hasanah*, yaitu dengan nasihat yang baik dan cara yang santun, merupakan ciri khas yang sangat menonjol dalam setiap video dakwah Ustadz Adi Hidayat. Dalam wawancara, Diana Safitri menyampaikan:

Kalau saya lihat di *Instagram*, beliau selalu memberikan nasihat yang tidak menyudutkan siapapun. Bahkan saat mengoreksi kesalahan atau menjelaskan hal yang sensitif, beliau menggunakan kalimat yang halus dan mengajak untuk introspeksi diri dengan cara yang baik. Itu

membuat saya merasa nyaman dan tidak merasa ditegur secara kasar.⁵¹

Diana Safitri rutin mengikuti unggahan dakwah Ustadz Adi Hidayat di Instagram, terutama karena cara penyampaian yang lembut dan menenangkan. Ia mengaku sering menjadikan nasihat-nasihat singkat tersebut sebagai pengingat diri, terutama ketika sedang merasa khilaf atau menghadapi situasi yang sensitif. Diana merasa nyaman karena setiap koreksi yang disampaikan tidak pernah bernada menghakimi, melainkan disampaikan dengan bahasa yang halus, penuh hikmah, dan mengajak untuk introspeksi secara bijak. Hal ini membuatnya tidak merasa disudutkan, tetapi justru terdorong untuk memperbaiki diri tanpa tekanan emosional, dan menjadikan dakwah Ustadz Adi sebagai bagian dari rutinitas refleksi pribadinya.

Pendekatan santun ini sangat penting untuk membangun hubungan baik dengan audiens sekaligus menjaga agar pesan dakwah dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi. Sikap lemah lembut ini juga sesuai dengan sunnah Rasulullah dalam berdakwah. Di beberapa video ceramah, Ustadz Adi Hidayat juga sering mengakhiri materi dengan doa dan harapan yang baik, memperkuat efek nasihat dengan sentuhan spiritual yang menguatkan.

Idha Lubis menjelaskan bahwa salah satu metode yang membuatnya tertarik mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat adalah cara beliau menggunakan papan tulis saat berdakwah. Dilihat dari hasil wawancara berikut:

⁵¹ Diana Safitri, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 5 Maret 2025.

Kalau Ustadz Adi Hidayat ceramah di *YouTube*, beliau sering menulis ayat-ayat Al-Qur'an di papan tulis dan membaginya per baris. Jadi, saya tidak hanya mendengar, tapi juga melihat langsung ayat tersebut. Ini sangat membantu saya memahami makna ayat dengan lebih baik. Papan tulis itu membuat ceramah terasa lebih hidup dan interaktif. Kadang beliau juga menulis arti kata-kata sulit atau penjelasan gramatikal, sehingga kami yang bukan ahli bahasa Arab bisa ikut paham. Misalnya, ketika beliau membahas ayat tentang shalat, beliau menulis perintah-perintah shalat di papan tulis, baru menjelaskan satu per satu dengan rinci. Metode ini membuat saya betah mengikuti ceramah selama berjam-jam.⁵²

Dalam kesehariannya, informan terbiasa menyimak ceramah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube*, terutama tertarik pada metode visual yang digunakan seperti menulis ayat-ayat Al-Qur'an di papan tulis dan membaginya per baris. Kebiasaan ini membuatnya merasa tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga terlibat secara aktif dalam memahami makna ayat secara lebih mendalam. Ia menyebut bahwa penulisan arti kata-kata sulit dan penjelasan gramatikal Arab sangat membantu, terutama bagi yang tidak memiliki latar belakang bahasa Arab. Metode ini membuat ceramah terasa interaktif, jelas, dan menyenangkan untuk diikuti, bahkan untuk durasi yang panjang. Ceramah yang disampaikan dengan pendekatan visual tersebut telah menjadi bagian dari rutinitas belajarnya dalam memperdalam ilmu agama secara mandiri.

Dalam hasil wawancara bersama dengan Putri Miranda tentang metode dakwah Ustadz Adi Hidayat, Putri menyampaikan bahwa:

Ustadz Adi Hidayat bukan hanya ceramah biasa, tapi juga mendidik kita untuk memahami Al-Qur'an secara tekstual dan kontekstual. Misalnya, beliau mencontohkan membaca satu baris ayat, lalu membahas latar belakang ayat tersebut, bahasa Arabnya, serta tafsir

⁵² Idha Lubis, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 9 Maret 2025.

para ulama. Ini membuat saya lebih menghargai makna Al-Qur'an. Penggunaan papan tulis menjadi nilai tambah. Kadang kita bisa melihat secara langsung diagram atau garis yang dibuat beliau untuk menjelaskan struktur ayat atau kalimat.⁵³

Putri Miranda rutin mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat, terutama karena metode dakwah beliau yang tidak hanya menyampaikan isi Al-Qur'an secara literal, tetapi juga mengajak untuk memahaminya secara mendalam, baik secara tekstual maupun kontekstual. Ia menyampaikan bahwa ceramah Ustadz Adi sering dilengkapi dengan penjelasan latar belakang ayat, struktur bahasa Arab, dan tafsir para ulama, yang membuatnya semakin menghargai kedalaman makna Al-Qur'an. Bagi Putri, penggunaan papan tulis menjadi keunggulan tersendiri, karena melalui diagram atau garis penjabar yang ditulis langsung oleh Ustadz Adi Hidayat, ia bisa mengikuti alur pembahasan dengan lebih jelas dan terstruktur. Metode ini membuat pengalaman belajar agama menjadi lebih interaktif, logis, dan mudah dicerna dalam kehidupan sehari-hari.

Idris menilai penggunaan papan tulis dan teknik pembagian baris dalam Al-Quran adalah metode dakwah yang cerdas dan sangat terstruktur. Dilihat dari hasil wawancara "Ustadz Adi Hidayat itu pandai menyampaikan materi rumit dengan bahasa yang mudah dimengerti. Papan tulis yang beliau gunakan menjadi alat visual yang sangat efektif untuk mengorganisir materi, sehingga kami tidak kebingungan mengikuti pembahasan."⁵⁴

⁵³ Putri Miranda Panjaitan, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 3 Maret 2025.

⁵⁴ Idris Sardi Pakpahan, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 7 Maret 2025.

Idris menunjukkan ketertarikannya yang besar terhadap ceramah-ceramah Ustadz Adi Hidayat, khususnya karena metode penyampaian yang dinilai cerdas dan terstruktur. Ia mengapresiasi penggunaan papan tulis sebagai alat bantu visual yang sangat efektif dalam menjelaskan materi-materi keislaman yang kompleks. Teknik pembagian baris dalam ayat Al-Qur'an serta penulisan poin-poin penting di papan tulis menurutnya sangat membantu dalam memahami isi ceramah secara sistematis. Idris merasa bahwa meskipun topik yang disampaikan kadang berat, seperti tafsir atau fiqih lanjutan, gaya penyampaian Ustadz Adi dengan bahasa yang sederhana dan visual yang tertata membuatnya tidak kebingungan dalam mengikuti alur pembahasan. Metode dakwah seperti ini ia anggap sangat membumi dan mendidik.

Untuk memahami metode dakwah yang paling efektif menurut para mahasiswa, penelitian ini menggali secara mendalam preferensi mereka terhadap tiga metode dakwah utama yang diterapkan oleh Ustadz Adi Hidayat, yaitu *bil lisan*, *bil hikmah*, dan *bil mauizhah al hasanah*. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, mayoritas mahasiswa mengungkapkan bahwa metode *bil mauizhah al hasanah* menjadi pilihan utama mereka dalam menerima dan memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Nabila, salah satu informan yang aktif mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*, menyampaikan pendapatnya secara rinci:

Menurut saya, metode *bil mauizhah al hasanah* sangat berbeda dari metode dakwah lain karena Ustadz Adi Hidayat menyampaikan nasihat dengan cara yang sangat santun, lembut, dan penuh penghormatan. Ini membuat saya merasa dihargai sebagai pendengar dan bukan hanya sebagai objek ceramah.⁵⁵

Nabila secara aktif mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui *YouTube* dan Instagram, dan merasakan secara langsung pendekatan dakwah *bil mauizhah al hasanah* yang khas dalam setiap ceramahnya. Ia menilai bahwa Ustadz Adi menyampaikan nasihat dengan cara yang *santun*, lembut, dan penuh penghormatan terhadap audiens. Gaya penyampaian yang tidak menggurui dan tidak menyudutkan ini membuat Nabila merasa dihargai sebagai pendengar yang dilibatkan secara emosional dan intelektual. Bagi Nabila, metode dakwah tersebut sangat berbeda dari pendekatan dakwah lain yang terkadang bersifat keras atau memaksa, sehingga dakwah Ustadz Adi terasa lebih menyentuh hati dan mendorong kesadaran diri untuk berubah secara sukarela dan tulus dalam kehidupan sehari-hari.

Pendapat senada juga diutarakan oleh Diana Safitri, terhadap kekagumannya kepada dakwah Ustadz Adi Hidayat dilihat dari hasil wawancara berikut:

Saya sangat mengagumi cara Ustadz Adi Hidayat dalam menggunakan metode *bil mauizhah al hasanah*. Setiap kali mendengarkan ceramah beliau, saya merasa seperti diajak berdialog dan diberi nasihat dengan cara yang sangat sopan dan bijaksana. Metode ini sangat cocok untuk saya sebagai generasi muda yang butuh pendekatan yang tidak menggurui tapi tetap memberi kesan

⁵⁵ Nabila Zahraini, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 3 Maret 2025.

mendalam. Selain itu, lewat metode ini, pesan dakwah terasa lebih personal dan mengena ke hati.⁵⁶

Dalam kehidupan sehari-harinya, Diana Safitri kerap menyempatkan waktu untuk mendengarkan ceramah Ustadz Adi Hidayat, baik saat beristirahat di sela aktivitas kuliah maupun menjelang tidur. Ia merasa bahwa pendekatan dakwah Ustadz Adi yang menggunakan metode *bil mauizhah al hasanah* yakni dengan nasihat yang sopan, bijaksana, dan penuh penghormatan sangat sesuai dengan kebutuhan spiritualnya sebagai generasi muda. Misalnya, ketika sedang merasa goyah atau mengalami kegelisahan dalam menghadapi masalah pribadi, Diana memilih mendengarkan ceramah yang membahas tentang sabar, syukur, atau ikhlas.

Lebih lanjut, Idha Lubis menambahkan pendapatnya tentang tutur kata Ustadz Adi Hidayat dalam hasil wawancara berikut:

Saya sendiri memilih *bil mauizhah al hasanah* karena selain tutur kata yang lembut, Ustadz Adi Hidayat juga sangat memperhatikan cara penyampaian, termasuk penggunaan papan tulis dan sistematika ayat Al-Qur'an yang runtut. Hal ini membuat dakwahnya tidak hanya indah secara bahasa, tapi juga terstruktur sehingga mudah dipahami dan diingat.⁵⁷

Idha Lubis terbiasa mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat sebagai bagian dari rutinitas belajar keislaman yang ia lakukan secara mandiri di rumah. Ia merasa bahwa metode *bil mauizhah al hasanah* yang diterapkan Ustadz Adi, dengan tutur kata yang lembut dan penuh kesantunan, sangat cocok dengan karakternya yang menyukai pendekatan dakwah yang

⁵⁶ Diana Safitri, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 5 Maret 2025.

⁵⁷ Idha Lubis, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 9 Maret 2025.

menenangkan hati. Selain itu, Idha sangat terbantu dengan cara penyampaian yang sistematis seperti penggunaan papan tulis dan pembagian ayat Al-Qur'an secara runtut yang membuat materi dakwah lebih mudah dipahami dan diingat.

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa meskipun metode *bil mauizhah al hasanah* juga dianggap penting, mahasiswa lebih condong pada metode *bil mauizhah al hasanah* karena pendekatan nasihat yang baik dan santun sangat berpengaruh dalam membangun hubungan emosional yang positif antara dai dan jamaah. Pendekatan ini dinilai lebih relevan dengan karakter generasi muda yang membutuhkan komunikasi dakwah yang tidak hanya informatif, tapi juga menyentuh sisi hati dan psikologis.

3. Tingkat Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* dalam Memengaruhi Pemahaman dan Perilaku Keagamaan Mahasiswa KPI Angkatan 2024

Media sosial telah menjadi salah satu sarana paling efektif dalam penyebaran dakwah Islam, terutama di kalangan generasi muda. Dalam konteks ini, Ustadz Adi Hidayat merupakan salah satu pendakwah yang memanfaatkan media digital secara maksimal, khususnya melalui *platform YouTube* dan *Instagram*. Untuk menilai efektivitas pesan dakwah beliau, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap konten Ustadz Adi Hidayat serta wawancara dengan beberapa mahasiswa aktif dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa mereka memahami dengan baik pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat, baik melalui kajian panjang di *YouTube* maupun video singkat di *Instagram*. Hasil Wawancara:

sebelum saya mengenal konten dakwah Ustadz Adi Hidayat, saya sering menyepelekan shalat berjamaah dan tidak memahami secara rinci hukum-hukum ibadah. Namun setelah mengikuti kajian beliau secara rutin di *YouTube*, khususnya yang membahas fiqih shalat dan keutamaan waktu-waktu ibadah, saya mengaku kini merasa sangat terdorong untuk menjaga shalat berjamaah tepat waktu, bahkan di masjid. Saya merasa seperti diingatkan terus, tapi dengan cara yang lembut dan ilmiah. Tidak menghakimi, tapi menyadarkan.⁵⁸

Informan mengalami perubahan signifikan dalam hal ibadah setelah rutin mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui *YouTube*. Sebelum mengenal konten dakwah beliau, ia mengaku sering menyepelekan pentingnya shalat berjamaah dan belum memahami secara rinci hukum-hukum ibadah. Namun, sejak mengikuti kajian-kajian Ustadz Adi khususnya yang membahas fiqih shalat dan keutamaan waktu ibadah ia merasa terdorong untuk lebih disiplin, bahkan berusaha menjaga shalat berjamaah tepat waktu di masjid. Ceramah yang disampaikan dengan cara yang lembut, ilmiah, dan tidak menghakimi membuatnya merasa tersentuh dan termotivasi untuk berubah. Kini, dalam kesehariannya, ia menjadikan nasihat dari ceramah tersebut sebagai pengingat dan pedoman dalam menjaga ibadah dengan lebih konsisten.

Informan Yasirli juga menyatakan bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat tidak hanya memberi pengetahuan, seperti dalam hasil wawancara berikut:

⁵⁸ Idha Lubis, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 10 Maret 2025.

Saya merasakan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya memberi pengetahuan keislaman, tetapi juga motivasi dan ketenangan dalam menjalani kehidupan sebagai mahasiswa. Kalau di *Instagram*, saya sering nonton video singkat beliau tentang keikhlasan, sabar, dan jangan takut miskin. Itu sangat memotivasi saya, apalagi saat sedang jenuh atau capek kuliah. Pesannya singkat tapi ngena.⁵⁹

Ysirli menjadikan dakwah Ustadz Adi Hidayat sebagai sumber penguat semangat dan ketenangan batin, khususnya melalui video-video singkat di *Instagram*. Ia menyampaikan bahwa ceramah Ustadz Adi tidak hanya memberikan pengetahuan keislaman, tetapi juga menyentuh aspek psikologis dan emosional, seperti motivasi tentang keikhlasan, kesabaran, dan keyakinan terhadap rezeki dari Allah. Saat merasa jenuh, lelah, atau kehilangan semangat karena tekanan kuliah, Ysirli sering membuka konten dakwah tersebut sebagai pengingat dan penyemangat. Bagi Ysirli, pesan singkat namun padat makna itu mampu menyentuh hatinya dan memberi energi baru untuk menjalani aktivitas harian sebagai mahasiswa dengan lebih ikhlas dan tenang.

Pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui media *YouTube* dan *Instagram* sangat efektif dalam membentuk pemahaman dan sikap keagamaan mahasiswa. Hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan Putri:

Saya sudah lama mengikuti kajian Ustadz Adi Hidayat, terutama di *YouTube*. Saya merasa seakan-akan sedang duduk langsung di majelis ilmu. Misalnya, ketika beliau menjelaskan tentang makna syahadat, saya jadi paham bahwa itu bukan sekadar ucapan, tapi harus

⁵⁹ Ysirli Ritonga, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 10 Maret 2025.

dibuktikan dengan keyakinan dan amal. Itu sering membuat saya merenung dan menilai kembali sikap saya sehari-hari.⁶⁰

Dalam kesehariannya, Putri menjadikan kajian Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* sebagai bagian penting dalam proses belajar dan memperbaiki diri. Ia merasakan bahwa setiap ceramah yang disampaikan, terutama saat membahas tema-tema mendasar seperti makna syahadat, mampu menghidupkan suasana majelis ilmu meskipun hanya melalui layar. Penjelasan Ustadz Adi bahwa syahadat bukan sekadar ucapan, tetapi harus dibuktikan melalui keyakinan dan amal, membuat Putri sering merenung dan mengevaluasi sikapnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Informan Rasyid juga merasa bahwa Dakwah Ustadz Adi Hidayat membantu dan menyentuh hati agar lebih baik setiap hari, dilihat dari hasil wawancara berikut:

Saya merasa konten dakwah Ustadz Adi sangat membantu saya menghadapi hari-hari berat. Sering kali saya merasa tidak semangat, lalu buka *Instagram* dan melihat *Reels* beliau. Pesan singkatnya kadang bikin menangis karena merasa tersentuh. Saya juga meyarankan video beliau ke teman yang sedang depresi. Menurut saya, dakwah yang beliau sampaikan dengan bahasa hati memang bisa mengubah perilaku saya saat ini.⁶¹

Rasyid menjadikan dakwah Ustadz Adi Hidayat sebagai sumber kekuatan emosional dan spiritual, terutama ketika menghadapi hari-hari yang berat dan penuh tekanan. Ia sering membuka *Instagram* untuk menonton *Reels* singkat berisi pesan dakwah yang menurutnya menyentuh hati dan mampu membangkitkan semangat. Tidak jarang, pesan yang

⁶⁰ Putri Miranda Panjaitan, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 7 Maret 2025.

⁶¹ Rasyid Habib Perdana Siregar, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 5 Maret 2025.

disampaikan membuatnya meneteskan air mata karena merasa tersentuh secara mendalam. Rasyid juga aktif merekomendasikan video-video tersebut kepada teman-temannya yang sedang mengalami depresi, karena menurutnya dakwah Ustadz Adi disampaikan dengan bahasa hati yang tulus dan mampu menyadarkan tanpa menyudutkan.

Informan Diana bahkan merasa bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat mengubah kebiasaan hidup sehingga menjadi lebih tertib dalam beribadah, seperti dalam hasil wawancara berikut:

Sejak mengenal konten beliau, saya jadi lebih peduli dengan waktu. Beliau sering menekankan pentingnya menggunakan waktu untuk hal-hal produktif. Akhirnya saya mulai mengurangi waktu main HP yang nggak jelas. Saya juga jadi terbiasa menonton kajian islami, itu membuat saya merasa seperti sedang kuliah agama pribadi di rumah. Konten beliau memberi saya arah. Saya merasa Ustadz Adi Hidayat bukan hanya da'i, tapi juga seperti pembimbing spiritual. Pesan beliau yang paling mengena bagi saya adalah tentang pentingnya niat dalam menuntut ilmu. Setelah itu, saya jadi lebih serius kuliah, bukan cuma kejar nilai, tapi juga niat agar bisa memberi manfaat untuk umat. Pesan ini mengubah pandangan saya tentang peran mahasiswa sebagai agen dakwah.⁶²

Dari pernyataan ini, terlihat bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat mampu menambah pengetahuan sekaligus menyentuh perasaan dan motivasi mahasiswa. Wawancara ini juga telah menjawab indikator efektivitas dakwah berupa: pemahaman keagamaan meningkat, perubahan sikap dan perilaku, ketertarikan terhadap dakwah, dan relevansi dakwah dengan kebutuhan *mad'u*. Untuk memperkuat pernyataan bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat sangat efektif, penulis juga

⁶² Diana Safitri, Mahasiswa KPI UIN SYAHADA Padangsidempuan, Angkatan 2024, UIN SYAHADA Padangsidempuan, 5 Maret 2025.

mengamati komentar, like, tayangan dan pengikut dakwah beliau di Instagram selama 2024. Dapat di lihat dari tabel berikut:

TABEL 4.3
Tabel Tayangan Video Terbanyak Akun Instagram @adihidayatofficial 2024

No	Tanggal	Tema	Tayangan	Komentar
1	15 Agustus 2024	Kasus Jilbab Paskibraka, Catatan Kritis UAH Untuk (Ketua) BPIP	4.256.218	2.635
2	5 Februari 2024	Kekuasaan, kedudukan dan jabatan adalah titipan	2.094.713	1.552
3	31 Januari 2024	Allah Melaknat Pelaku Sogok dan yang Disogok	2.341.833	1.433
4	22 Maret 2024	Memperbanyak Syukur Kepada Allah	1.319.253	359

Sumber: Akun *Instagram @adihidayatofficial*⁶³

Dari hasil pengumpulan data, video bertema “Kasus Jilbab Paskibraka, Catatan Kritis Ustadz Adi Hidayat Untuk (Ketua) BPIP” yang diunggah pada 15 Agustus 2024, menempati posisi tertinggi dengan 4.256.218 tayangan dan 2.635 komentar. Disusul oleh video bertema “Menikah Ingin Tidak Punya Masalah=Mustahil” (2.862.090 tayangan) dan “Allah Melaknat Pelaku Sogok dan yang Disogok” (2.341.833 tayangan).

Video-video ini mendapatkan perhatian besar karena menyentuh tema-tema yang relatable, aktual, dan sering kali menjadi perbincangan publik. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di media sosial sangat dipengaruhi oleh relevansi tema dan kemampuan *da'i* dalam merespons isu

⁶³ Adi Hidayat, Akun Instagram, <https://www.instagram.com/adihidayatofficial/reels/>, (di akses 14 Maret 2025 pukul 20:00).

yang berkembang di masyarakat. Ustadz Adi Hidayat berhasil mengemas konten dakwah secara kontekstual tanpa kehilangan esensi ajaran Islam.

TABEL 4.4
Tabel Komentar Tersedikit dalam Akun Instagram @adihidayatofficial 2024

No	Tanggal	Tema	Tayangan	Komentar
1	23 Maret 2024	Peluang Wakaf di Bulan Ramadhan	228.877	25
2	21 Maret 2024	Keutamaan Sepuluh Hari Kedua Ramadhan	376.351	48
3	25 Maret 2024	Cara Cepat Terkabulnya Do'a di Bulan Ramadhan	312.296	53
4	20 Maret 2024	Cara Cepat Menghafal Al-Qur'an di Bulan Ramadhan	349.309	63

Sumber: Akun Instagram @adihidayatofficial⁶⁴

Kategori ini menunjukkan video-video yang tidak banyak memicu interaksi berupa komentar, meskipun secara isi tetap mengandung pesan keislaman yang penting. Contohnya adalah video berjudul “Peluang Wakaf di Bulan Ramadhan” (23 Maret 2024) dengan 228.877 tayangan dan hanya 25 komentar, serta “Keutamaan Sepuluh Hari Kedua Ramadhan” (21 Maret 2024) yang memperoleh 376.351 tayangan dan 48 komentar.

TABEL 4.5
Tabel Riwayat Dakwah dalam Akun Instagram @adihidayatofficial 2024
Tayangan dan Komentar Tersedikit

No	Tanggal	Tema	Tayangan	Komentar
----	---------	------	----------	----------

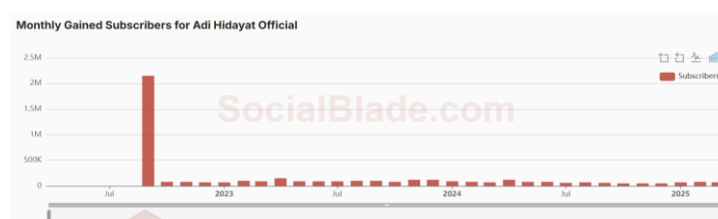
⁶⁴ Adi Hidayat, Akun Instagram, <https://www.instagram.com/adihidayatofficial/reels/>, (di akses 14 Maret 2025 pukul 20:00).

1	23 Maret 2024	Peluang Wakaf di Bulan Ramadhan	228.877	25
2	28 Maret 2024	Dua Tanda Keberhasilan Puasa Sebelum I'tikaf	258.455	54
3	25 Maret 2024	Cara Cepat Terkabulnya Do'a di Bulan Ramadhan	312.296	53
4	20 Maret 2024	Cara Cepat Menghafal Al-Qur'an di Bulan Ramadhan	349.309	63

Sumber: Akun Instagram @adihidayatofficial⁶⁵

Berdasarkan data tayangan dan komentar pada channel *Instagram* Ustadz Adi Hidayat sepanjang tahun 2024, dakwah yang disampaikan melalui media sosial ini sangat efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi audiens.

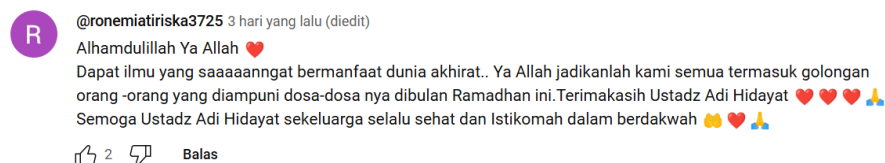
Efektivitas dakwah Ustadz Adi Hidayat juga tercermin dari tingginya engagement pada konten-konten bertema motivasi dan pengembangan diri. Misalnya, video “*Seni Memaknai Kegagalan*” dan “*Jangan Khawatir! Rezeki sudah Allah Atur*” masing-masing memperoleh lebih dari 1,1 juta tayangan dengan ratusan komentar positif dari para penonton. Ini menunjukkan bahwa pendekatan Ustadz Adi Hidayat yang menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan motivasi hidup relevan bagi kebutuhan psikologis masyarakat modern.



⁶⁵ Adi Hidayat, Akun Instagram, <https://www.instagram.com/adihidayatofficial/reels/>, (di akses 14 Maret 2025 pukul 20:00).

Sumber: SocialBlade.com⁶⁶

Berdasarkan grafik pertumbuhan *subscriber* Adi Hidayat Official di *YouTube*, terlihat adanya lonjakan signifikan pada pertengahan tahun 2022 dengan penambahan lebih dari 2 juta *subscriber* dalam satu bulan. Setelah itu, pertumbuhan *subscriber* tetap stabil dari tahun 2023 hingga 2025. Konsistensi ini membuktikan bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat sangat efektif menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens dalam jangka panjang. Hal ini menguatkan bahwa media *YouTube* menjadi sarana dakwah yang efektif bagi Ustadz Adi Hidayat dalam membangun komunitas dan menyebarkan ajaran Islam secara luas. Komentar yang di berikan para pengikut akun *YouTube* dan *Instagram* Ustadz Adi Hidayat juga sangat efektif dalam merubah perilaku dan kebiasaan seperti komentar berikut:



Sumber: LIVE Khutbah Jum'at Bersama Ustadz Adi Hidayat⁶⁷

Pada salah satu unggahan ceramah Ustadz Adi Hidayat di kanal *YouTube* dengan tema "*Orang yang Tercela Saat Ramadhan*", terdapat respons positif dari audiens, salah satunya dari akun @ronemiatiriska3725. Komentar tersebut menyatakan rasa syukur atas ilmu yang disampaikan,

⁶⁶ SocialBlade.com, "Grafik Pengikut Ustadz Adi Hidayat di *YouTube*" https://socialblade.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZ, (di akses 16 Maret 2025 pukul 16:40).

⁶⁷ Adi Hidayat Official, "Khutbah Jum'at Bersama Ustadz Adi Hidayat", <https://www.youtube.com/live/C4i8-hlHJZE?si=4A11JNzKbeypg4Qx> (di akses 18 Maret 2024 pukul 12:55).

dengan ungkapan: “Alhamdulillah Ya Allah ♡ Dapat ilmu yang saaaangat bermanfaat dunia akhirat.” Selain itu, penonton juga mendoakan agar Ustadz Adi Hidayat dan keluarganya senantiasa diberi kesehatan serta keistiqomahan dalam berdakwah. Respon ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya diterima dengan baik, tetapi juga mampu menggugah kesadaran religius audiens, terutama di momentum Ramadhan.

C. Analisis Data Penelitian

Berdasarkan hasil temuan khusus yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti menganalisis efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan Instagram dengan mengacu pada teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Analisis Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* menekankan bahwa audiens secara aktif memilih media sesuai kebutuhan mereka, baik untuk memperoleh informasi, hiburan, maupun motivasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa KPI secara aktif memilih *YouTube* dan *Instagram* sebagai media dakwah favorit mereka.

Mahasiswa seperti Idha Lubis dan Yasirli Ritonga mengaku menggunakan *YouTube* untuk mendapatkan pemahaman agama secara mendalam karena durasi video yang panjang memungkinkan mereka menyimak kajian secara komprehensif. Sementara mahasiswa seperti Nabila Zahraini dan Putri Miranda Panjaitan lebih menyukai *Instagram*

untuk mendapatkan pesan singkat dan motivasi cepat yang mudah diakses kapan saja.

Hal ini sesuai dengan konsep teori ini bahwa kebutuhan audiens memengaruhi pilihan media yang mereka gunakan. Mahasiswa KPI memanfaatkan kedua media tersebut sesuai kebutuhan mereka, baik kebutuhan kognitif (pengetahuan agama) maupun afektif (motivasi keagamaan).

2. Analisis Berdasarkan Teori Efektivitas Komunikasi

Menurut teori Efektivitas Komunikasi, suatu pesan dapat dikatakan efektif apabila dapat dipahami, menarik perhatian, serta menimbulkan perubahan sikap atau perilaku. Dari hasil wawancara, mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa dakwah Ustadz Adi Hidayat mudah dipahami karena penyampaiannya logis, runtut, serta disertai dalil-dalil kuat.

Respon positif audiens juga terlihat dari tingginya tingkat interaksi di media sosial, seperti jumlah *like* dan komentar yang tinggi baik di *YouTube* maupun *Instagram*. Misalnya, salah satu unggahan *Instagram* pada Agustus 2024 mengenai Kasus Jilbab Paskibraka mendapatkan lebih dari 4,2 juta tayangan dan 2.635 komentar. Ini menunjukkan bahwa pesan dakwah mampu menarik perhatian serta mendorong audiens untuk berinteraksi.

Selain itu, beberapa informan seperti Rasyid Habib Perdana Siregar mengungkapkan bahwa ceramah Ustadz Adi Hidayat mendorong

perubahan perilaku, seperti memperbaiki ibadah dan meningkatkan semangat belajar agama. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tersebut efektif secara komunikasi, tidak hanya dipahami, tetapi juga menghasilkan efek perubahan.

3. Analisis Berdasarkan Teori Komunikasi Dakwah

Dalam teori komunikasi dakwah, keberhasilan dakwah dilihat dari sejauh mana pesan keagamaan dapat diterima, dipahami, dan diamalkan oleh *mad'u*. Berdasarkan hasil penelitian, Ustadz Adi Hidayat mampu menyesuaikan metode dakwah dengan karakteristik media sosial yang digunakan. Keberhasilan dakwah juga tercermin dari adanya interaksi positif dari audiens, seperti komentar yang menunjukkan pemahaman terhadap pesan dakwah, serta kecenderungan mahasiswa KPI untuk membagikan ulang konten dakwah tersebut kepada lingkungan mereka. Mahasiswa seperti Idris Sardi Pakpahan menegaskan bahwa dakwah digital sangat membantu mahasiswa tetap terhubung dengan nilai-nilai keislaman tanpa terhalang oleh ruang dan waktu.

Maka dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram* telah memenuhi seluruh indikator tersebut. Mahasiswa KPI tidak hanya memahami materi dakwah, tetapi juga menunjukkan keterlibatan aktif melalui interaksi di media sosial, serta mengalami peningkatan pemahaman dan sikap keagamaan.

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram* sangat

tinggi di kalangan mahasiswa KPI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Pemanfaatan teknologi digital yang tepat, dikombinasikan dengan metode penyampaian dakwah yang ilmiah dan komunikatif, membuat pesan dakwah mampu diterima dengan baik oleh audiens, bahkan mendorong perubahan positif dalam pemahaman dan perilaku keagamaan mereka.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas mahasiswa KPI angkatan 2024 dalam mengakses konten dakwah Ustadz Adi Hidayat di *YouTube* dan *Instagram*, dapat dilihat bahwa kedua platform memiliki efektivitas yang berbeda namun saling melengkapi. Hasil ini dapat dikaji lebih lanjut melalui pendekatan teori *Uses and Gratifications* dan Efektivitas Komunikasi yang digunakan dalam penelitian. Pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram* efektif dalam mempengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa KPI. Efektivitas ini ditandai dengan tiga indikator utama: pemahaman terhadap isi dakwah, respon positif audiens, dan perubahan sikap keagamaan mahasiswa.

1. Efektivitas Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Modern

Pemanfaatan media sosial oleh Ustadz Adi Hidayat menunjukkan adanya pergeseran strategi dakwah dari metode konvensional menuju pendekatan digital yang lebih interaktif, cepat, dan dapat menjangkau khalayak luas. Dalam konteks mahasiswa KPI, media sosial bukan hanya

sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber ilmu dan bimbingan keagamaan yang aktual.

Platform YouTube dimanfaatkan sebagai kanal untuk menyampaikan materi dakwah dalam format panjang dan mendalam. Ceramah berdurasi 30 menit hingga 1 jam lebih memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendalami ajaran Islam secara komprehensif, terutama dalam bidang fiqih, tafsir, dan akhlak. Sebaliknya, Instagram memberikan alternatif penyampaian dakwah yang singkat, ringan, namun tetap bermakna. Konten seperti *reels*, *quotes*, hingga potongan ceramah singkat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan moral dan pengingat keagamaan secara cepat.

2. Kesesuaian dengan Teori *Uses and Gratifications*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menggunakan kedua media secara selektif berdasarkan kebutuhan pribadi. Mahasiswa yang ingin mendalami topik tertentu seperti hukum Islam atau sejarah Nabi, lebih memilih *YouTube* sebagai rujukan utama karena dianggap lebih lengkap dan meyakinkan. Sementara itu, Instagram digunakan untuk mendapatkan motivasi harian atau inspirasi spiritual dalam bentuk visual singkat. Ini mengindikasikan bahwa audiens bersifat aktif dan selektif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya, seperti dijelaskan dalam teori *Uses and Gratifications*. Lebih lanjut, kebutuhan mahasiswa terbagi menjadi:

- a) Kebutuhan kognitif, untuk memperoleh pemahaman keagamaan yang benar dan mendalam.
- b) Kebutuhan afektif, untuk mendapat kenyamanan dan ketenangan batin melalui pesan dakwah yang menyentuh hati.
- c) Kebutuhan integratif, sebagai identitas diri mereka sebagai mahasiswa KPI yang ingin tampil religius dan berpengetahuan.

3. Efektivitas Pesan Dakwah Berdasarkan Teori Efektivitas Komunikasi

Efektivitas dakwah Ustadz Adi Hidayat dapat dilihat dari keberhasilan pesan dakwah dalam menarik perhatian (*attention*), dipahami dengan baik (*comprehension*), dan mengubah sikap serta perilaku (*attitude change*) mahasiswa KPI. Tiga aspek ini sesuai dengan indikator dalam teori efektivitas komunikasi. Pesan-pesan dakwah disampaikan dengan gaya bahasa yang lugas, sistematis, serta didukung oleh referensi ilmiah dari Al-Qur'an dan Hadits. Hal ini memperkuat kredibilitas pesan sekaligus menambah kepercayaan mahasiswa terhadap isi dakwah yang disampaikan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa merasa ceramah Ustadz Adi Hidayat bukan hanya memberikan ilmu baru, tetapi juga menguatkan keimanan mereka. Bahkan beberapa informan, seperti Nabila Zahraini dan Rasyid Habib Perdana Siregar, mengaku lebih termotivasi untuk mendalami sejarah Islam dan memperbaiki praktik ibadah mereka.

4. Interaktivitas dan Peran Mahasiswa sebagai Mad'u Aktif

Mahasiswa KPI dalam penelitian ini tidak hanya bertindak sebagai penerima pasif (*passive receiver*), tetapi menjadi *mad'u* aktif yang terlibat secara langsung dengan konten dakwah. Mereka membagikan ulang video, mengomentari ceramah, bahkan mengadakan diskusi kelompok kecil sebagai bentuk refleksi dari materi yang mereka dengar. Hal ini merupakan indikator penting bahwa media sosial berfungsi secara dua arah, menciptakan ruang partisipatif dalam proses penyebaran dakwah Islam.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa KPI tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai bagian dari agen dakwah digital. Banyak di antara mereka yang terdorong untuk meneladani gaya dakwah Ustadz Adi Hidayat dan memiliki keinginan menjadi *da'i/da'iah* yang aktif menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media sosial. Hal ini membuka peluang besar untuk pengembangan kurikulum dan pelatihan dakwah digital di lingkungan akademik, sehingga mahasiswa mampu berperan aktif dalam dunia dakwah modern.

Dengan mempertimbangkan temuan empiris, interaksi media sosial, serta teori-teori yang relevan, pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat efektif diterima oleh mahasiswa KPI, baik dari aspek pemahaman, sikap, maupun partisipasi aktif dalam penyebaran dakwah. Media *YouTube* dan *Instagram* menjadi sarana dakwah yang strategis dalam membangun generasi muda yang paham dan cinta akan ajaran Islam.

5. Tantangan dan Implikasi

Meskipun efektivitas dakwah digital tinggi, masih ada tantangan seperti perbedaan minat mahasiswa terhadap jenis konten, kurangnya literasi digital dalam memilah informasi keislaman yang kredibel, serta potensi pengalihan fokus dari konten dakwah ke konten hiburan di media sosial. Oleh karena itu, pendakwah perlu mengembangkan konten yang lebih adaptif, interaktif, dan sesuai dengan dinamika psikologis generasi muda. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa:

- a) Kampus dapat mendorong mahasiswa untuk mengembangkan konten dakwah sendiri di media sosial.
- b) Lembaga dakwah perlu melakukan kolaborasi dengan influencer keislaman untuk menjangkau audiens muda lebih luas.
- c) Media sosial harus dijadikan sebagai bagian dari strategi pembelajaran agama yang lebih kontemporer.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori *use and gratification* dan efektivitas komunikasi maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui akun resmi YouTube (@Adi Hidayat Official) dan Instagram (@adihidayatofficial) mencakup berbagai topik keislaman yang mendalam. Materi ceramah meliputi tafsir Al-Qur'an, kajian Hadits, Fiqih Ibadah, Muamalah, serta persoalan kehidupan modern yang dijawab berdasarkan perspektif Islam, seperti shalat, puasa, pernikahan, dan akhlak. Dari hasil wawancara dengan tujuh informan, enam di antaranya menyatakan bahwa mereka rutin mengikuti konten dakwah Ustadz Adi Hidayat karena gaya penyampaian yang lugas, jelas, dan mendalam. Tujuh informan ini juga mengaku bahwa pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat membantu dalam memperkuat pemahaman keislaman serta memotivasi untuk lebih konsisten dalam menjalani ibadah sehari-hari.

2. Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di media digital mencakup tiga pendekatan utama, yaitu *bil lisan* (ceramah langsung melalui video), *bil hikmah* (penjelasan yang disampaikan secara logis dan bijaksana), serta *bil mauizhah al hasanah* (nasihat yang menyentuh hati dan membangkitkan kesadaran keagamaan). Ustadz Adi Hidayat juga memanfaatkan pendekatan media digital secara optimal, seperti penggunaan papan tulis, penjelasan runtut ayat demi ayat, dan penyajian materi yang sistematis, yang memudahkan pemahaman mahasiswa terhadap topik yang disampaikan. Berdasarkan hasil wawancara, lima dari tujuh informan menyatakan bahwa metode *bil mauizhah al hasanah* adalah metode dakwah yang paling di sukai. Mereka merasa metode ini memberikan dampak emosional yang mendalam dan mampu menyentuh hati. Selain itu, enam informan menilai bahwa gaya penyampaian Ustadz Adi Hidayat yang ilmiah, logis, tetapi tetap sederhana dan komunikatif menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat mereka konsisten mengikuti ceramahnya. Tiga informan juga menyebutkan bahwa intonasi suara yang tegas namun tenang, pembawaan yang tidak menggurui, serta konsistensi dalam menyampaikan dalil Al-Qur'an dan Hadits secara langsung dan relevan dengan kehidupan modern, turut menjadi kelebihan UAH yang memperkuat efektivitas dakwahnya.

3. Tingkat efektivitas dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui media *YouTube* dan *Instagram* terbukti memiliki tingkat efektivitas yang sangat tinggi dalam memengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan mahasiswa KPI Angkatan 2024. Dari tujuh informan utama yang diwawancarai, semua informan menyatakan mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap ajaran Islam terutama dalam hal ibadah seperti bersedekah dan silaturahmi. Selain itu, lima dari tujuh informan juga mengaku lebih giat dalam menunaikan salat lima waktu secara berjamaah dan semakin rutin mengikuti kajian keagamaan baik secara langsung maupun daring. Empat informan menyampaikan bahwa mereka terdorong untuk aktif membagikan konten dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui media sosial dalam hal kejujuran, kedisiplinan, dan rasa syukur.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang efektivitas pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat di media *YouTube* dan *Instagram*, maka diperoleh beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Penelitian ini memperkuat teori *uses and gratifications* yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi, motivasi, dan hiburan spiritual mereka. Mahasiswa KPI aktif memilih mengakses ceramah Ustadz Adi

Hidayat sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan keagamaan mereka di era digital.

b. Penerapan teori efektivitas komunikasi dalam dakwah digital.

Penelitian ini membuktikan bahwa efektivitas pesan dakwah dapat dilihat dari tingkat pemahaman, perubahan sikap, dan partisipasi audiens. Ini menguatkan bahwa komunikasi yang efektif dalam dakwah harus memenuhi unsur pemahaman, keterlibatan emosional, dan transformasi perilaku.

c. Kontribusi terhadap pengembangan studi komunikasi dakwah digital.

Hasil penelitian ini menambah kajian ilmiah dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya tentang strategi dakwah yang efektif menggunakan media sosial.

2. Implikasi Praktis

a. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti *YouTube* dan

Instagram sangat efektif dalam menyebarkan dakwah. Para pendakwah dan lembaga dakwah disarankan untuk lebih serius mengoptimalkan kedua *platform* ini dengan pendekatan konten kreatif dan terstruktur.

b. Mahasiswa KPI diharapkan lebih aktif dalam mengembangkan literasi

digital keagamaan, agar mampu menyaring konten dakwah yang kredibel, memperkuat pemahaman agama, dan menjadi agen penyebar nilai-nilai Islam di media sosial.

- c. Penyusunan kurikulum dakwah digital di institusi pendidikan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi disarankan untuk mengembangkan kurikulum khusus yang mengajarkan keterampilan produksi konten dakwah digital, analisis media sosial, serta manajemen komunikasi dakwah berbasis data, agar lulusan siap menghadapi tantangan dakwah era teknologi.

C. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian, pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat mencakup berbagai tema keislaman yang bersifat edukatif dan reflektif. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar para mahasiswa lebih aktif dalam mengidentifikasi dan mengarsipkan pesan-pesan dakwah tersebut, khususnya yang relevan dengan kebutuhan spiritual mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat ringkasan, catatan, atau forum diskusi sederhana agar pesan tersebut tidak hanya sekadar ditonton, tetapi juga dimaknai secara mendalam.
2. Ustadz Adi Hidayat menggunakan pendekatan ilmiah, logis, dan komunikatif dalam menyampaikan dakwahnya. Untuk itu, saran bagi para *da'i* muda dan mahasiswa KPI adalah agar mulai mengkaji dan meniru metode tersebut dalam tugas-tugas dakwah. Kampus dan dosen pengampu juga diharapkan memberikan ruang praktik (seperti podcast, video kreatif,

atau konten dakwah digital) agar mahasiswa dapat mengembangkan gaya dakwah mereka sesuai dengan perkembangan zaman dan media.

3. Pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan mengubah perilaku keagamaan mahasiswa. Oleh karena itu, disarankan agar mahasiswa tidak hanya menjadi audiens pasif, tetapi juga menjadi agen penyebar dakwah melalui akun media sosial pribadi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- AB, S. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- alex, S. (2012). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Anwar, M. (2001). *Etika Diskusi*. Solo: Era Intermedia.
- Basit, A. (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Caropeboka. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Daradjat, Z. 2010. *Metode Dakwah*. Semarang: Media Awam.
- Emzir. (2012). *Analisis Data Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fahrurrozi. (2019). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Faizah, E. & M. (2006). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hussein. (2021). *Strategi Dakwah Menurut Al-Qur'an*. San Francisco: Blurb.
- Marisson. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Amin, S. M. (2020). *Dakwah Islam*. Bandung: Amanah.
- Murdiyanto, E. (2019). *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Purbohastuti. (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Tirtayasa Ekonomika.
- Subakti. (2022). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.

Sudarto. (2002) *Metode Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2010). *Statistik untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta.

Web/Link/Internet:

Faiza. *Arus Metamorfosa Millennial*. <https://books.google.co.id/books?id>, diakses pada tanggal 30 Desember 2024. Pukul 15:20.

Jurnal/Skripsi/Tesis:

Dewi, I. K. (2023). “Pengaruh Menonton Ceramah Ustadz Adi Hidayat terhadap Pemahaman Keagamaan Penonton di YouTube”. (*Skripsi*). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Fajariah, E. D. (2021). “Efektivitas Pesan Dakwah Ustad Adi Hidayat di Media Sosial Instagram”. (*Skripsi*). Bengkulu: IAIN Bengkulu.

Jelita H & H.S. (2023). “Peranan Media Sosial dalam Gerakan Dakwah dan Politik Islam di Indonesia”, dalam *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, Volume 1 (1), hlm. 10.

Laila, A.N. (2020). “Teknik dakwah ustadz Adi Hidayat dalam program kajian musawarah di channel Youtube”. (Undergraduate (S1) thesis), Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Ravi, M. (2020). “Pengaruh Media YouTube Ceramah Ustadz Adi Hidayat dalam Menambah Kepercayaan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi”. (*Skripsi*). Riau: UIN Suska.

- Sayyidah. (2023). "Program Dakwah Pada "Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official" Perspektif Audiences", dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Vol. 4 (1), hlm. 52-58.
- Siswanto. (2020). "Menyongsong Dakwah Bil Medsos di Era Millenial (Sebuah Upaya Lembaga Dakwah Nahdahtul Ulama' MWC Kecamatan Dukun)", dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 1 (2), hlm. 55.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (P3B). (1995) *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, hlm. 250.

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

6. Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Nurhidayah Lubis
NIM : 2130100001
Jenis Kelamin : Perempuan
TTL : Padangsilojongan, 14 April 2003
Anak ke : 4 dari 7 bersaudara
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Desa Padang Silojongan, Kec. Ranto Baik, Kab.
Mandailing Natal, Prov. Sumatera Utara, Kode Pos 22983.

7. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Saipul Alham
Nama Ibu : Seri Hayati
Pekerjaan Ayah : Petani
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Padang Silojongan, Kec. Ranto Baik, Kab.
Mandailing Natal, Prov. Sumatera Utara, Kode Pos 22983.

8. Pendidikan

SD Negeri No. 319 Padang Silojongan, tamat tahun 2015
MDTA Thorikul Jannah Padang Silojongan, tamat tahun 2015
SMP Negeri 2 Ranto Baik, tamat tahun 2019
SMK Negeri 1 Ranah Batahan, tamat tahun 2021

S1. UIN SYAHADA Padangsidempuan, tahun 2025

9. Pengalaman Organisasi

Himpunan Mahasiswa Program Studi KPI (HMPS KPI)

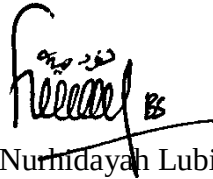
Forum Mahasiswa KIP Kuliah (FORMA KIP K UIN Syahada)

Ikatan Guru Raudhatul Athfal Padangsidempuan (IGRA)

Dewan Riset Penelitian Daerah Padangsidempuan (DRPD)

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidempuan, 05 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurhidayah Lubis', with a stylized flourish at the end.

Nurhidayah Lubis

NIM. 2130100001

Lampiran 2

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Penyusunan Proposal						
2	Bimbingan Proposal dengan Pembimbing II						
3	Bimbingan Proposal dengan Pembimbing I						
4	Seminar Proposal						
5	Revisi Proposal						
6	Penelitian Lapangan						
7	Menyusun Skripsi						
8	Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing II						
9	Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing I						
10	Ujian Komprehensif (Kompren)						
10	Seminar Hasil Penelitian						
11	Revisi hasil Penelitian						
12	Sidang Munaqasyah						
13	Revisi Skripsi						

Lampiran 3

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka mengumpulkan data-data yang di butuhkan dalam penelitian yang berjudul: **Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**, maka peneliti menyusun pedoman observasi sebagai berikut:

1. Mengobservasi media penelitian.
2. Mengobservasi tema yang sering diangkat (misalnya, akhlak, ibadah, sosial, atau keluarga) terhadap respon positif dan negatif.
3. Mengobservasi interaksi, komentar dan pertanyaan sebagai indikator sejauh mana pesan tersebut menggugah rasa ingin tahu atau memberi pemahaman baru bagi audiens.
4. Mengobservasi usia tertentu yang dapat memberi gambaran siapa audiens yang paling terpengaruh.
5. Mengobservasi pandangan audiens terhadap topik tertentu setelah mereka terlibat dengan konten dakwah.

Lampiran 4

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian: **Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media *YouTube* dan *Instagram* bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

1. Apakah Anda mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat di YouTube atau Instagram? Jika ya, sejak kapan?
2. Dari pesan-pesan yang disampaikan, mana yang menurut Anda paling berkesan dan bermanfaat? Mengapa?
3. Apakah pesan dakwah yang disampaikan lebih banyak berupa ajaran agama secara umum, tafsir Al-Qur'an, fiqh, atau motivasi kehidupan?
4. Menurut Anda, bagaimana gaya ceramah Ustadz Adi Hidayat dibandingkan dengan da'i lainnya?
5. Apakah Ustadz Adi Hidayat lebih sering menggunakan dalil Al-Qur'an dan Hadis dalam ceramahnya? Bagaimana cara beliau menjelaskan dalil tersebut?
6. Apakah beliau sering merespons pertanyaan dari audiens dalam ceramahnya? Jika ya, bagaimana caranya?
7. Bagaimana perasaan Anda setelah menonton atau mengikuti ceramah Ustadz Adi Hidayat di YouTube dan Instagram?
8. Apakah pesan dakwah yang disampaikan memengaruhi cara pandang atau pemahaman keislaman Anda? Jika ya, bagaimana bentuk pengaruhnya?

9. Apakah ada perubahan dalam sikap atau perilaku keagamaan Anda setelah sering mengikuti ceramah beliau? (misalnya lebih rajin ibadah, lebih kritis dalam memahami agama, atau lebih semangat belajar Islam)
10. Menurut Anda, apakah metode dakwah beliau efektif untuk mahasiswa KPI?
Jika ya, apa faktornya? Jika tidak, mengapa?
11. Apakah ada saran agar dakwah beliau lebih efektif dan lebih mudah diterima oleh mahasiswa KPI?
12. Apakah ada perubahan perilaku atau kebiasaan Anda setelah mengikuti dakwah Ustadz Adi Hidayat? Bisa ceritakan contohnya?
13. Apakah Anda merasa lebih termotivasi untuk meningkatkan ibadah atau memperdalam ilmu agama setelah mengikuti dakwah beliau?

Lampiran 5

LEMBAR DOKUMENTASI

Gambar 1 foto dokumentasi wawancara dengan informan Putri Miranda Panjaitan



Gambar 2 foto dokumentasi wawancara dengan informan Idha Lubis



Gambar 3 foto dokumentasi wawancara dengan informan Nabila Zahraini



Gambar 4 foto dokumentasi wawancara dengan informan Yasirli Ritonga



Gambar 5 foto dokumentasi wawancara dengan informan Rasyid Habib Perdana Siregar



Gambar 6 foto dokumentasi wawancara dengan informan Idris Sardi Pakpahan



Gambar 7 foto dokumentasi wawancara dengan informan Diana Safitri

