

**MOTIVASI MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
DALAM MENONTON KONTEN DAKWAH USTADZ
HANAN ATTACKI DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**



SKRIPSI

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

Oleh

NURAINUN MUTHMAINNAH
NIM.2130100009

PRGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**MOTIVASI MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
DALAM MENONTON KONTEN DAKWAH USTADZ
HANAN ATTACKI DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**



SKRIPSI

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

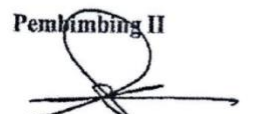
Oleh

**NURAINUN MUTHMAINNAH
NIM.2130100009**

Pembimbing I


Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
NIP.196606062002121003

Pembimbing II


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

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

2025



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

Hal : Skripsi
a.n. **Nurainun Muthmainnah**
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, Juli 2025
Kepada Yth:
Ibu Dekan FDIK
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Nurainun Muthmainnah** yang berjudul: **"Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial YouTube"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Pengembangan Masyarakat Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

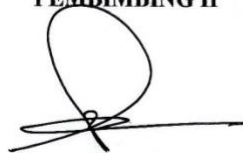
Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003

PEMBIMBING II


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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurainun Muthmainnah
Nim : 2130100009
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/KPI
Judul Skripsi : Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial YouTube

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan 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 dikemudian 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, Juli 2025
Pembuat Pernyataan,


Nurainun Muthmainnah
NIM. 2130100009

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

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nurainun Muthmainnah
Nim : 2130100009
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive) Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial YouTube”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini UIN 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 : September 2025
Saya yang menyatakan,



Nurainun Muthmainnah
NIM. 2130100009

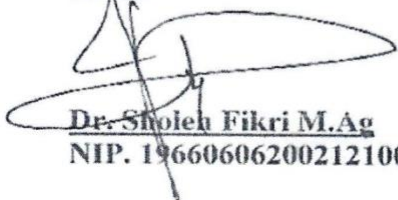


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Nurainun Muthmainnah
NIM : 2130100009
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Motivasi Mahasiswa Program Studi komunikasi dan
Penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah
Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube


Ketua



Dr. Sholeh Fikri M.Ag
NIP. 196606062002121003


Sekretaris



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

Anggota


Dr. Sholeh Fikri M.Ag
NIP. 196606062002121003


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


Dr. Mohd. Ramq, M.A
NIP. 19680811199931002


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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Rabu, 30 Juli 2025
Pukul : 09:00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 80 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,67
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: 1153 /Un.28/F./PP.00.9/09/2025

**Judul Skripsi : Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media
Sosial YouTube**
Nama : Nurainun Muthmainnah
NIM : 2130100009
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidempuan, September 2025
Dekan



Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP.197403192000032001

ABSTRAK

Nama : Nurainun Muthmainnah
Nim : 2130100009
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi dan Komunikasi
Judul : Motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran
Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan
Attaki di Media Sosial Youtube

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya minat mahasiswa dalam mengakses konten dakwah melalui media sosial, khususnya YouTube. Salah satu dai yang populer dan diminati mahasiswa adalah Ustadz Hanan Attaki, yang dikenal dengan gaya penyampaian yang santai serta tema dakwah yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendorong mahasiswa menonton konten dakwah, menganalisis pengaruh motivasi terhadap perilaku keagamaan, dan mengevaluasi kontribusi konten dakwah terhadap pemahaman keislaman mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus dan pendekatan fenomenologis. Subjek penelitian terdiri dari 16 mahasiswa KPI angkatan 2021 dan 2023 yang aktif menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipan, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 16 informan, 11 mahasiswa, menyatakan menonton karena motivasi intrinsik, seperti kebutuhan spiritual, peningkatan pemahaman agama, dan dorongan untuk memperbaiki diri. Sementara itu, 5 mahasiswa didorong oleh motivasi ekstrinsik, seperti gaya penyampaian yang menarik, konten yang relevan dengan kehidupan remaja. Sebagian besar informan juga menyatakan adanya pengaruh positif dari konten tersebut terhadap aktivitas keagamaan, seperti lebih rutin salat, mengikuti kajian, dan meninggalkan pergaulan negatif. Selain itu, mahasiswa mengaku lebih mudah memahami ajaran Islam karena penggunaan bahasa yang ringan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa konten dakwah digital yang disampaikan secara menarik dan relevan terbukti mampu memotivasi mahasiswa untuk menontonnya secara aktif. Konten tersebut tidak hanya menjadi sumber pengetahuan agama, tetapi juga berdampak pada perubahan sikap dan praktik keagamaan mahasiswa KPI UIN Syahada Padangsidimpuan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi dakwah digital yang efektif dan adaptif terhadap karakteristik generasi muda.

Kata Kunci: Motivasi, Mahasiswa, Konten Dakwah, Ustadz Hanan Attaki, YouTube

ABSTRACT

Name : Nurainun Muthmainnah
Student ID : 2130100009
Faculty : Dakwah and Communication Sciences
Study Program : Communication and Broadcasting
Title : The Motivation of Islamic Communication and
Broadcasting Students in Watching Da'wah Content by
Ustadz Hanan Attaki on YouTube Social Media

This research is motivated by the increasing interest of students in accessing da'wah (Islamic preaching) content through social media, particularly YouTube. One of the most popular and influential Islamic preachers among students is Ustadz Hanan Attaki, known for his relaxed delivery style, simple language, and themes relevant to youth. Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI) at UIN Syahada Padangsidempuan are among the active audience who regularly consume his da'wah content. This phenomenon raises questions regarding the motivations behind their viewing habits and the impact on their religious understanding and practices. This study formulates three main research, The objective of this study is to identify the internal and external factors motivating students to watch the content, analyze the influence of motivation on their religious behavior, and evaluate how the content contributes to their Islamic knowledge. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method and phenomenological perspective. The research involved 16 students from the 2021 and 2023 KPI cohorts who actively watch Ustadz Hanan Attaki's YouTube content. Data were collected through participant observation, semi-structured interviews, and documentation. The findings reveal that 11 students are driven by intrinsic motivation, such as spiritual needs, a desire for religious knowledge, and self-improvement. Meanwhile, 5 students are motivated by extrinsic factors, such as the preacher's engaging delivery, relevant content, and peer influence. It not only serves as a source of religious knowledge but also influences their attitudes and practices. This research contributes to the development of effective digital da'wah strategies tailored to the characteristics of Muslim youth, particularly students in the field of Islamic communication.

Keywords: Motivation, Students, Digital Da'wah, Ustadz Hanan Attaki, YouTube

الملخص

اسم
لرقم الجامعي
كلية الدعوة
والإعلا
نور عيون مطمينة
2130100009
ية الدعوة
والإعلام بالبرنامجالدراسيقسم
الاتصال والدعوة الإسلامي

دوافع طلبية قسم الاتصال والدعوة الإسلامية في مشاهدة محتوى الدعوة للشيخ حنان أتاكي في موقع يوتيوب

تتبع هذه الدراسة من ازدياد اهتمام الطلبة في الوصول إلى محتوى الدعوة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويُعدُّ الشيخ حنان أتاكي من أبرز الدعاة الذين يحظون باهتمام الطلبة بسبب أسلوبه. وخاصة منصة يوتيوب وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الدافعة للطلبة في السلس وموضوعاته التي تتناسب مع حياة الشباب مشاهدة محتوى الدعوة، وتحليل تأثير الدوافع على السلوك الديني، وتقييم إسهام هذا المحتوى في تعزيز أُسُخِمت في هذه الدراسة المنهج الكيفي الوصفي من خلال أسلوب دراسة الحالة. الفهم الإسلامي لديهم (2021 دفعة) طالبًا من قسم الاتصال والدعوة الإسلامية 16 وشملت عينة البحث والمقاربة الفينومينولوجية واعتمدت الدراسة على ممن يواظبون على مشاهدة محتوى الشيخ حنان أتاكي في يوتيوب (2023 و 16 طالبًا من مجموع 11 وقد أظهرت النتائج أن. الملاحظة بالمشاركة، والمقابلات شبه المهيكلة، والوثائق بينما. يشاهدون المحتوى بدوافع داخلية مثل الحاجة الروحية، وزيادة الفهم الديني، والدافع إلى إصلاح النفس وأفاد. طلبية بدوافع خارجية مثل الأسلوب الجذاب في الإلقاء وارتباط الموضوعات بحياة الشباب كمشاهد معظم المشاركين بأن هذا المحتوى أثر إيجابيًا في نشاطاتهم الدينية مثل المواظبة على الصلاة، وحضور كما صرحوا بأن استخدام اللغة البسيطة ساعدهم على فهم التعاليم. الدروس، والابتعاد عن الصحبة السيئة وتخلص الدراسة إلى أن محتوى الدعوة الرقمية إذا قُدِّم بطريقة جذابة وملائمة فإنه قادر. الإسلامية بسهولة على تحفيز الطلبة على متابعته بفاعلية، حيث لم يعد مصدرًا للمعرفة الدينية فحسب، بل أثر أيضًا في تغيير وُسُهم. المواقف والممارسات الدينية لطلبة قسم الاتصال والدعوة الإسلامية بجامعة شَهادة بَدانغ سيدمُوان هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات دعوية رقمية أكثر فاعلية وتكيفًا مع خصائص الجيل الشاب.

. الدوافع، الطلبة، محتوى الدعوة، الشيخ حنان أتاكي، يوتيوب:الكلمات المفتاحية

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, Atas Limpahan Rahmat dan Karunianya Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam tak lupa pula di panjatkan kepada suri tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad SAW, semoga kita menjadi salah satu makhluk yang mendapat safa'at di akhirat kelak amiin ya rabbal alamin.

Adapun skripsi ini yang berjudul “Motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube”. Yang mana skripsi ini di susun sebagai bagian dari syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.sos) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, mulai dari proses penyusunan proposal, pelaksanaan penelitian, hingga tahap akhir penyelesaian. Oleh karena itu penulis mengucapkan ribuan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, sebagai Wakil Rektor Bidang Akademik dan kelembagaan serta sebagai Pembimbing Akademik,

Bapak Dr. Anhar, M.A., sebagai Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja sama.

2. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Dr. Magdalena, M.Ag. Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Kerjasama Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
3. Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I, Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang senantiasa memberikan nasehat bimbingan serta dorongan agar segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag Selaku pembimbing I dan Bapak Ali Amran, S.Ag., M.Si. selaku pembimbing II penulis ucapkan terimakasih yang tak terhingga karena selalu memberikan arahan, nasehat serta ilmunya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan Yusri Fahmi, S.Ag., SS., M.Hum, serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini. serta Dosen Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan

dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

6. Penasehat Akademik Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A Terimakasih penulis ucapkan karena dalam penulisan skripsi ini, bimbingan, motivasi dan arahan yang diberikan beliau.
7. Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Terkhusus Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada Ayahanda tercinta, Syahrial dan Ibunda tercinta, Nur Aini Siregar, yang senantiasa memberikan segala bentuk dukungan, baik melalui doa, materi, motivasi, maupun semangat tanpa henti, sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan ini hingga akhir penulisan skripsi ini, Semoga Allah SWT, senantiasa melindungi dan membalas segala kebaikan Ayahanda dan Ibunda dengan keberkahan dunia akhirat. Amiin Allahumma amiin.
9. Kepada Abang saya tersayang Taufiq Hidayat, terimakasih telah menjadi abang terbaik yang selalu ada untuk penulis, yang selalu mendukung dan menuruti semua permintaan penulis, begitu juga kepada adik saya tersayang Muhammad Bukhari Al Gahzali, yang senantiasa mendukung penulis.

10. Kepada sahabat Kos saya, Nur Annisa Ritonga dan Evi Damayani Nasution, dan Desi Fitriani yang selalu menyemangati dan mengingatkan penulis untuk tetap semangat. Terimakasih telah bersama selama di perantauan ini, semoga semua kebaikan kalian di balas oleh Allah SWT.
11. Kepada sahabat kecil saya Anggi Anggrainy terimakasih telah senantiasa mendengarkan keluh kesa saya dan membersamai dari kecil hingga saat ini, terimakasih selalu mengingatkan dalam setiap hal semoga semua kebaikan akan di balas oleh Allah SWT.
12. Kepada rekan rekan seperjuangan saya sesama mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Khususnya kepada Juwita, Huday, dan Putri yang senantiasa menemani dan bertukar pikiran hingga saat ini semoga kebaikan kalian di balas oleh Allah SWT.

Dengan peuh Rasa Syukur kepada Allah SWT, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang mungkin terdapat dalam skripsi ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca kedepannya.

Padangsidempuan

Penulis
Nurainun Muthmainnah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

LEMBARAN PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIK

DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Istilah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10

G. Sistematika Pembahasan	11
---------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	14
1.Motivasi	14
2. Mahasiswa.....	16
3. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.....	18
4. Menonton	20
5. Konten Dakwah.....	22
6. YouTube	24
B. Landasan Koseptual.....	30
C. Penelitian Terdahulu	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis dan Metode Penellitian.....	40
C. Subjek Penelitian.....	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	46
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum	50
----------------------	----

1. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam	50
2. Jumlah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam	54
3. Data Informan Penelitian	55
B. Temuan Khusus.....	59
1. Faktor utama motivasi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube	59
2. Pengaruh Pengaruh motivasi terhadap sikap dan aktivitas keagamaan mahasiswa.....	62
3. Pengaruh menonton konten dakwah terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa.....	63
C. Analisis Hasil Penelitian	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Implikasi	70
C. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Gambar 1.1 Profil YouTube Ustadz Hanan Attaki

Tabel IV.I Jumlah Mahasiswa FDIK

Tabel IV.II Jumlah Mahasiswa KPI

Tabel IV.III Data Informan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara penyebaran dan penerimaan dakwah Islam. Media sosial sebagai salah satu produk dari kemajuan teknologi telah menjadi wadah baru dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.¹

Ayat tersebut mengandung perintah untuk menyampaikan dakwah dengan metode yang tepat sesuai dengan kondisi mad'u (objek dakwah). Dalam konteks kekinian, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah merupakan implementasi dari prinsip "hikmah" yang disebutkan dalam ayat tersebut.² YouTube sebagai salah satu platform media sosial yang populer telah menjadi wadah bagi para da'i untuk menyebarkan konten dakwah mereka. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Kominfo yang menyatakan bahwa YouTube merupakan platform media sosial dengan tingkat penggunaan

¹ *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2019), hlm. 281.

² Muhammad Qadaruddin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 45.

tertinggi oleh generasi muda di Indonesia, dengan persentase penggunaan mencapai 91,8%.³ Fenomena ini sejalan dengan anjuran Rasulullah SAW dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.⁴

Hadits tersebut mengandung perintah untuk menyampaikan ajaran Islam dengan berbagai cara yang memungkinkan, termasuk melalui pemanfaatan teknologi modern seperti media sosial.⁵ Salah satu pendakwah yang memanfaatkan platform YouTube dengan sangat efektif adalah Ustadz Hanan Attaki. Melalui channel YouTube @hananattaki yang saat ini telah memiliki kurang lebih 2,93 juta subscribers, beliau berhasil menarik perhatian banyak penonton, terutama dari kalangan generasi muda.⁶



Gambar 1.1 YouTube Ustadz Hanan Attaki

Konten dakwah Ustadz Hanan Attaki memiliki keunikan tersendiri dengan penyampaian yang santai, bahasa yang ringan, dan tema-tema yang

³ Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, *Survei Penggunaan TIK serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*, (Jakarta: Puslitbang Aptika IKP Kominfo, 2023), hlm. 78.

⁴ Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Shahih Bukhari*, Kitab Ahadits Al-Anbiya, Bab Ma Dzukira 'an Bani Israil, No. 3461.

⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 89.

⁶ Data diakses dari channel YouTube @hananattaki pada tanggal 15 Maret 2025.

dekat dengan permasalahan anak muda. Hal ini sesuai dengan prinsip dakwah yang ditekankan oleh Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya "Hidayatul Mursyidin" bahwa dakwah harus memperhatikan kondisi dan kebutuhan mad'u agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan efektif.⁷

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada platform YouTube, terlihat bahwa sebagian besar penonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki adalah kalangan pemuda dan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dari statistik demografi penonton yang didominasi oleh rentang usia 18-24 tahun.⁸ Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya terkait motivasi mahasiswa dalam menonton konten dakwah tersebut.

Dalam ilmu dakwah, Mohammad Natsir menjelaskan bahwa motivasi dakwah dapat berasal dari dalam (intrinsik) berupa kesadaran akan kewajiban berdakwah dan menuntut ilmu agama, serta motivasi dari luar (ekstrinsik) berupa faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam aktivitas keagamaan.⁹ Sementara itu, Abdul Basit dalam bukunya "Filsafat Dakwah" menyebutkan bahwa motivasi intrinsik dalam aktivitas dakwah berkaitan dengan kebutuhan spiritual dan pencarian makna hidup, sedangkan motivasi ekstrinsik berkaitan dengan metode, teknik penyampaian, dan lingkungan sosial.¹⁰

Menurut Fathul Bahri An-Nabiry dalam bukunya "Meniti Jalan Dakwah", motivasi intrinsik dalam mengakses informasi keagamaan meliputi

⁷Syekh Ali Mahfudz, *Hidayatul Mursyidin*, diterjemahkan oleh Chadijah Nasution, (Jakarta: Usaha Penerbitan Tiga, 2019), hlm. 67.

⁸ Hasil observasi peneliti pada platform YouTube, dilakukan pada tanggal 12-14 Maret 2025.

⁹ Mohammad Natsir, *Fiqhul Da'wah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2018), hlm. 83-85.

¹⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020), hlm. 165-170.

kebutuhan akan pengetahuan agama, peningkatan keimanan, dan aktualisasi diri sebagai muslim. Sedangkan motivasi ekstrinsik meliputi faktor pendakwah (da'i), metode penyampaian, media yang digunakan, dan lingkungan sosial.¹¹

Hasil wawancara awal yang dilakukan dengan beberapa mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidimpuan pada tanggal 5 November 2024 menunjukkan bahwa mereka tertarik menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki karena beberapa alasan. Saudari anisyah, mahasiswa semester 4 menyatakan: "Saya suka menonton ceramah Ustadz Hanan Attaki karena penyampaiannya yang santai dan tidak menggurui. Tema-tema yang dibahas juga sangat relevan dengan permasalahan yang saya hadapi sebagai anak muda."¹² Senada dengan itu, Saudari Hima, mahasiswi semester 8 menambahkan:

Konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube membuat saya lebih mudah memahami ajaran Islam. Saya bisa menonton kapan saja dan di mana saja. Pembahasan tentang masalah percintaan, pertemanan, dan karir yang dikorelasikan dengan ajaran Islam membuat saya merasa dakwahnya sangat menyentuh dan aplikatif.¹³

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diidentifikasi adanya faktor motivasi intrinsik berupa keinginan untuk memahami ajaran agama secara

¹¹ Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*, (Jakarta: Amzah, 2021), hlm. 230-235.

¹² Wawancara dengan Anisyah, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, 5 November 2024.

¹³ wawancara dengan Hima, Mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, 5 November 2024.

lebih mudah, dan motivasi ekstrinsik berupa cara penyampaian pendakwah yang menarik serta konten yang relevan dengan kebutuhan anak muda.¹⁴

Ahmad Fauzi dalam bukunya "Dakwah di Era Digital" menyebutkan bahwa salah satu keberhasilan dakwah di media sosial adalah kemampuan pendakwah untuk menyesuaikan konten dengan karakteristik platform dan audiensnya.¹⁵ Ustadz Hanan Attaki tampaknya berhasil menerapkan prinsip ini sehingga konten dakwahnya diminati oleh banyak penonton, terutama mahasiswa.

Menurut Aep Kusnawan dalam jurnalnya "Transformasi Dakwah melalui Konvergensi Media", pergeseran pola konsumsi konten keagamaan dari media konvensional ke media digital merupakan bentuk adaptasi dakwah terhadap perkembangan zaman. Hal ini sesuai dengan kaidah fikih "تغير الفتوى بتغير الزمان والمكان" (perubahan fatwa/hukum sesuai dengan perubahan waktu dan tempat).¹⁶ Dengan demikian, fenomena menonton konten dakwah di YouTube dapat dipandang sebagai bentuk penyesuaian aktivitas keagamaan dengan perkembangan teknologi.

Arifin dalam penelitiannya tentang "Dakwah Multimedia" menjelaskan bahwa motivasi seseorang dalam mengakses konten keagamaan secara online dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kemudahan akses, fleksibilitas waktu, kesesuaian konten dengan kebutuhan spiritual, dan

¹⁴ Hasil analisis peneliti terhadap data wawancara dengan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Maret 2025.

¹⁵ Ahmad Fauzi, *Dakwah di Era Digital*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2020), hlm. 78.

¹⁶ Aep Kusnawan, "Transformasi Dakwah melalui Konvergensi Media", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022, hlm. 112.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jkpi/article/view/9248>

karakteristik pendakwah.¹⁷ Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji motivasi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube.

Moh. Ali Aziz dalam bukunya "Ilmu Dakwah" menjelaskan bahwa dakwah di era digital memerlukan pemahaman mendalam tentang motivasi mad'u (penerima dakwah). Ia menyebutkan bahwa motivasi intrinsik terkait dengan hidayah dan fitrah manusia untuk mencari kebenaran, sedangkan motivasi ekstrinsik terkait dengan kemasan pesan, metode penyampaian, dan kredibilitas pendakwah.¹⁸ Analisis terhadap kedua jenis motivasi tersebut sangat penting untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih efektif, terutama di kalangan generasi muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial YouTube". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah di era digital, khususnya yang ditujukan kepada kalangan mahasiswa.

Maka dari itu, peneliti mengambil penelitian yang berjudul "Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidempuan dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di

¹⁷M. Arifin, "Dakwah Multimedia: Teori dan Praktik Dakwah di Era Digital", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, 2023, hlm. 25-40.
<https://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/5728>.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 345-350.

Media Sosial YouTube" untuk mengkaji lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong mahasiswa mengonsumsi konten dakwah di platform digital serta implikasinya terhadap pemahaman dan pengamalan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas serta untuk mengetahui alasan mengenai pertanyaan di atas maka penelitian ini difokuskan pada Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021, dan 2023 dalam Menonton konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Youtube.

C. Batasan Istilah

1. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, serta penghargaan dan penghormatan.¹⁹ Dalam konteks penelitian ini, motivasi yang dimaksud adalah dorongan yang menyebabkan mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam tertarik untuk menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di platform YouTube.

¹⁹ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 23.

2. Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi.²⁰ Adapun yang dimaksud dengan mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang aktif menempuh pendidikan pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Syahada Padangsidimpuan.

3. Konten Dakwah

Konten dakwah adalah materi atau pesan-pesan keislaman yang bertujuan mengajak manusia untuk menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya sesuai dengan akidah dan syariat Islam.²¹ Dalam penelitian ini, konten dakwah yang dimaksud adalah materi ceramah, kajian, atau tausiyah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang diunggah dalam bentuk video di platform YouTube.

4. Ustadz Hanan Attaki

Ustadz Hanan Attaki adalah seorang pendakwah kontemporer yang dikenal dengan gaya ceramah yang santai, bahasa yang mudah dipahami, dan cenderung dekat dengan kalangan milenial dan generasi Z. Beliau merupakan pendiri gerakan Pemuda Hijrah atau Shift di Bandung dan aktif berdakwah melalui berbagai media sosial termasuk YouTube.²²

5. Media Sosial Youtube

²⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 1 Ayat 15.

²¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 24.

²² Fatimah Muhammadiyah, "Dakwah Digital Ustadz Hanan Attaki dan Pengaruhnya Terhadap Religiusitas Generasi Milenial," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2 (2020), hlm. 118. <https://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/2742>

YouTube adalah sebuah platform berbagi video daring yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.²³

Dalam penelitian ini, YouTube menjadi media yang digunakan untuk mengakses konten dakwah Ustadz Hanan Attaki, baik melalui akun resmi beliau maupun saluran YouTube lain yang mengunggah ceramah beliau.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Memanfaatkan YouTube sebagai media dakwah karena mudah di akses kontennya variatif, srta dapat memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mereka.²⁴

Batasan istilah ini dimaksudkan untuk memfokuskan penelitian pada aspek motivasional yang mendorong mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidempuan dalam mengkonsumsi konten dakwah Ustadz Hanan Attaki secara spesifik di platform YouTube. Penelitian tidak mencakup konten dakwah beliau di platform media sosial lainnya atau media konvensional.

D. Rumusan Masalah

1. Apa faktor-faktor utama yang memotivasi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di media social YouTube?

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hlm. 96.

²⁴ Ahmad Alwi, *Penggunaan Media Sosial YouTube Sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*. Skripsi, UIN Syahada Padangsidempuan, 2023, hlm. 47

2. Bagaimana pengaruh motivasi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di media social YouTube?
3. Apa faktor-faktor mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube mempengaruhi pemahaman mereka tentang agama islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka penelitian simpulkan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Faktor Utama yang Mempengaruhi Motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di media social YouTube?
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh motivasi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di media social YouTube?
3. Untuk mengetahui Apa faktor-faktor mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube mempengaruhi pemahaman mereka tentang agama islam?

F. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah manfaat yang dapat diperoleh atau didapatkan setelah selesai dalam proses penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini ialah:

4. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam memahami perilaku audiens dakwah digital di era media sosial. Hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai motivasi audiens dalam mengonsumsi konten dakwah, serta memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks komunikasi dakwah melalui media baru seperti YouTube. Temuan ini juga dapat menjadi rujukan ilmiah dalam pengembangan pendekatan dakwah yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi muda muslim.

5. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi mahasiswa KPI dalam melihat fenomena dakwah digital, khususnya melalui platform YouTube. Hasil penelitian ini dapat mendorong mahasiswa untuk lebih kritis dan reflektif dalam mengakses serta memanfaatkan konten dakwah sebagai media pembelajaran dan penguatan nilai keislaman. Selain itu, mahasiswa KPI juga dapat menjadikan temuan ini sebagai inspirasi untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih inovatif dan relevan dengan perkembangan teknologi, mengingat peran mereka ke depan sebagai komunikator dakwah di tengah masyarakat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian diharapkan sebagai sumber referensi bagi peneliti lainnya yang ingin mengetahui Motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 dan 2023 Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dimedia Sosial Youtube.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan keseluruhan proposal ini, maka sistematika pembahasan yang Peneliti tentukan alah sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, Fokus Masalah, Batasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, Landasan Teori, membahas tentang kajian teori, Teori Uses and Gratification, Teori Media Sosial, Teori Motivasi Menonton , Penelitian Terdahulu.

Bab III, Berisi metode penelitian yang terdiri dari waktu dan Lokasi Penelitian dilakukan, Jenis Penelitian, Subjek Penelitian, Sumber Data, serta Teknik Pengecekan Keabsahan Data.

Bab IV, Hasil Pembahasan dari Penelitian yang dilakukan dari Motivasi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial YouTube.

Bab V, Kesimpulan dan saran tentang penelitian ini, saran dan rekomendasi yang disajikan oleh penulis. Dan kesimpulan ini diambil berdasarkan hasil penelitian. Kemudian di akhiri dengan daftar pustaka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks dakwah Islam, motivasi menjadi kunci penerimaan pesan dakwah oleh mad'u. Seorang mad'u yang memiliki motivasi keagamaan akan lebih mudah tersentuh oleh pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui berbagai media. Dalam psikologi dakwah, motivasi sangat menentukan bagaimana seseorang membuka dirinya terhadap nilai-nilai Islam yang disampaikan dalam dakwah.¹

Menurut Hamzah B. Uno, motivasi terbagi menjadi dua yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam diri individu, seperti keinginan memperbaiki diri dan mendekatkan diri kepada Allah. Sedangkan motivasi ekstrinsik berasal dari luar individu, seperti dorongan lingkungan, gaya penyampaian da'i, atau pengaruh teman sebaya.² Konsep ini juga selaras dengan pendekatan dakwah yang melihat pentingnya memperhatikan latar belakang psikologis mad'u agar pesan dakwah lebih efektif.

¹ M. Arifin, Psikologi Dakwah, (Jakarta: Bumi Askara,2009), hlm.101.

² Hamzah B. Uno, Teori Motivasi dan Pengukurannya, (Jakarta: Bumi Askara,2011), hlm. 23.

Dalam konteks pendidikan dan perkembangan spiritual mahasiswa, teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow banyak digunakan. Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki jenjang kebutuhan yang dimulai dari kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri. Kebutuhan spiritual masuk ke dalam puncak hierarki, yaitu aktualisasi diri. Maka ketika mahasiswa memilih menonton dakwah, bisa jadi karena adanya kebutuhan batin untuk mendalami agama dan membentuk identitas diri religious.³

Dari sudut pandang komunikasi, *Teori Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini, mahasiswa KPI menonton konten dakwah sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan, hiburan rohani, dan pencarian jati diri. Teori ini membantu menjelaskan bahwa menonton dakwah bukan aktivitas pasif, tetapi dipilih secara sadar oleh individu berdasarkan dorongan tertentu.⁴

Motivasi dalam dakwah juga harus diiringi dengan pendekatan yang lembut, humanis, dan sesuai konteks sosial audiens. Dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125, Allah memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Oleh karena itu, motivasi yang ada dalam diri

³ Jalaluddin, Psikologi Agama, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 94.

⁴ Siti Rukiah dan Sukardi, "Motivasi Mahasiswa dalam Mengakses Konten Dakwah Digital", Jurnal Komunikasi, Vol.12, No. 2, 2020, hlm.142.

mad'u harus dijemput dengan metode penyampaian yang menarik, menyentuh hati, dan dekat dengan realitas yang mereka hadapi.⁵

2. Mahasiswa

Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi yang berada dalam tahap perkembangan menuju kematangan intelektual, emosional, dan spiritual. Dalam kajian komunikasi dan dakwah Islam, mahasiswa dipandang sebagai kelompok strategis yang memiliki peran penting dalam penyebaran nilai-nilai keislaman karena tingkat literasi dan akses mereka terhadap teknologi sangat tinggi.⁶ Mahasiswa juga dikenal sebagai kelompok yang kritis, terbuka terhadap informasi baru, dan berani dalam menyuarakan nilai yang diyakininya.

Secara psikologis, mahasiswa berada dalam fase pencarian jati diri, termasuk dalam aspek keberagamaan. Teori perkembangan moral Lawrence Kohlberg digunakan dalam memahami perkembangan nilai mahasiswa. Pada tahap ini, mahasiswa cenderung menilai suatu tindakan berdasarkan prinsip moral dan nilai yang diyakini, bukan hanya sekadar kepatuhan terhadap aturan. Maka, ketika mahasiswa memilih untuk mengakses konten dakwah, itu menjadi cerminan dari motivasi internal dalam membentuk identitas spiritual.⁷

Dari perspektif komunikasi, mahasiswa dapat dianalisis melalui Teori Spiral of Silence, di mana individu akan mengemukakan pendapat atau

⁵ QS An-Nahl :125

⁶ M. Arifin, Psikologi Dakwah, (Jakarta: Bumi Askara, 2009), hlm.102

⁷ Jalaluddin, Psikologi Agama, (Jakarta: Rajawali Pers,2016), hlm.108.

menunjukkan perilaku jika merasa aman dan didukung oleh lingkungannya. Dalam dunia media sosial, mahasiswa lebih aktif menonton dan membagikan konten dakwah yang populer dan diterima secara sosial oleh kelompoknya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi konten dakwah juga dipengaruhi oleh tekanan dan kecenderungan sosial di sekitarnya.⁸

Dalam konteks dakwah digital, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) memiliki keunikan tersendiri. Mereka tidak hanya sebagai objek dakwah, tetapi juga subjek yang memahami teknik komunikasi dakwah itu sendiri. Dengan bekal akademik dan teknologi, mahasiswa KPI memiliki potensi untuk menjadi pelaku dakwah yang kreatif melalui media digital. Peran ini sangat relevan dengan tuntutan zaman di mana dakwah harus adaptif terhadap perubahan gaya hidup dan media.⁹

Sebagai kelompok yang aktif menggunakan media sosial, mahasiswa sering menjadikan konten dakwah sebagai bagian dari aktivitas kesehariannya. Mereka tidak hanya menonton untuk mengisi waktu, tetapi juga mencari makna, motivasi, dan pencerahan dalam menghadapi tantangan hidup. Karena itu, strategi dakwah yang ditujukan kepada mahasiswa harus disusun

⁸ Hafizah dan Irwansyah, “Media Sosial dan Dakwah: Analisis Perilaku Mahasiswa”, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 8, No.2, 2021, hlm. 132.

⁹ Nurfitriani M. Siregar, “Peran Mahasiswa KPI dalam Dakwah Digital”, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol, 4, No. 2, 2021, hlm. 45.

berdasarkan pemahaman terhadap karakteristik, gaya belajar, dan dinamika sosial mereka.¹⁰

3. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) merupakan cabang dari ilmu dakwah yang berfokus pada penyampaian ajaran Islam melalui media massa dan media baru. Program ini mengintegrasikan antara ilmu komunikasi modern dan nilai-nilai Islam dengan tujuan mencetak dai yang profesional dan kreatif dalam menyampaikan pesan keislaman kepada public.¹¹ Mahasiswa KPI dibekali dengan berbagai mata kuliah seperti jurnalistik Islam, komunikasi massa, retorika dakwah, produksi siaran, hingga literasi media.

KPI lahir sebagai respon terhadap perkembangan zaman, di mana dakwah tidak lagi hanya dilakukan secara lisan di atas mimbar, tetapi telah bergeser ke ruang-ruang media digital. Mahasiswa KPI dituntut untuk menguasai strategi komunikasi yang tepat sasaran, memahami karakteristik audiens, serta mampu mengolah pesan dakwah ke dalam berbagai bentuk konten yang menarik dan kontekstual.¹² Oleh karena itu, keberadaan program ini sangat penting dalam mempersiapkan dai masa kini yang responsif terhadap teknologi dan budaya populer.

¹⁰ Aep Kusnawan, *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), hlm. 65.

¹¹ Ali Mustofa, *Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 30.

¹² Aep Kusnawan, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 66.

Salah satu teori yang banyak digunakan dalam kajian KPI adalah Teori Agenda Setting, yang menjelaskan bahwa media dapat membentuk persepsi publik tentang apa yang dianggap penting. Dalam konteks dakwah, teori ini membantu mahasiswa memahami bahwa pemilihan tema dakwah dalam media sangat mempengaruhi fokus perhatian masyarakat terhadap isu-isu keislaman.¹³ Selain itu, Teori Konstruksi Sosial Realitas dari Berger dan Luckmann juga penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai Islam dikonstruksi dan disebarakan melalui media.

Mahasiswa KPI memiliki posisi strategis sebagai agen perubahan sosial dan keagamaan. Mereka dituntut untuk mampu beradaptasi dengan dinamika sosial serta mampu menjembatani pesan keislaman dengan cara yang komunikatif dan inklusif. Melalui keterampilan produksi konten, mahasiswa KPI dapat menciptakan konten dakwah yang menarik, inspiratif, dan mudah dipahami masyarakat luas.¹⁴ Mereka juga diharapkan mampu menghadirkan wajah Islam yang ramah dan mencerahkan di ruang publik.

Dengan keilmuan yang dimiliki, mahasiswa KPI dapat berperan ganda sebagai konsumen sekaligus produsen dakwah. Mereka tidak hanya menonton konten dakwah, tetapi juga belajar bagaimana menyusun pesan, menentukan target audiens, serta memilih media yang tepat untuk menyebarkan dakwah. Oleh karena itu, Prodi KPI menjadi pusat

¹³ M. Rizal Syarief, “Dakwah dan Agenda Setting di Era Digital”, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 10, No. 1, 2020, hlm. 45.

¹⁴ Nurfitriani M. Siregar, “Kreativitas Dakwah Mahasiswa KPI Melalui Media Sosial”. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 5, No. 2, 2022, hlm. 77.

pengembangan intelektual, spiritual, dan kreativitas dakwah berbasis media.¹⁵

4. Menonton

Menonton adalah aktivitas menerima pesan visual dan audio yang disampaikan melalui media seperti televisi, video, maupun platform digital seperti YouTube. Dalam perspektif komunikasi, menonton merupakan bagian dari proses penerimaan pesan (receiver) dalam model komunikasi linear, di mana penonton berperan sebagai penerima informasi dari media. Namun dalam konteks saat ini, menonton tidak lagi sekadar pasif, melainkan menjadi aktivitas aktif yang disertai proses seleksi dan interpretasi pesan oleh individu.¹⁶

Dalam studi dakwah, aktivitas menonton menjadi penting karena media telah menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan ajaran Islam secara luas. Banyak dai yang menyampaikan ceramah, kajian, dan motivasi spiritual melalui video yang kemudian ditonton oleh ribuan bahkan jutaan orang. Dengan demikian, menonton bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga sarana pembelajaran dan transformasi nilai. Hal ini juga dijelaskan oleh Al-Qur'an dalam QS. Al-

¹⁵ Ahmad Fauzi, *Dakwah Digital di Era Disrupsi*, (Jakarta: Purnada Media, 2020), hlm. 84.

¹⁶ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 64.

A'raf: 179 tentang pentingnya memanfaatkan penglihatan dan pendengaran untuk memahami kebenaran.¹⁷

Untuk menganalisis perilaku menonton, *Teori Uses and Gratifications* menjadi salah satu teori yang banyak digunakan. Teori ini menyatakan bahwa individu secara aktif memilih media dan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dalam konteks dakwah digital, penonton mencari konten yang mampu memberikan pemahaman agama, motivasi spiritual, atau bahkan hiburan religius. Mahasiswa sebagai audiens aktif menonton konten dakwah dengan tujuan tertentu, bukan karena terpaksa.¹⁸

Selain itu, Teori Keterlibatan Audiens (Audience Involvement) juga digunakan untuk melihat sejauh mana seseorang terlibat secara emosional dan kognitif dalam suatu tayangan. Semakin tinggi keterlibatan tersebut, semakin besar pula pengaruh tayangan terhadap sikap dan perilaku penonton. Konten dakwah yang menarik dan menyentuh sisi emosional audiens akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman.¹⁹ Oleh karena itu, aktivitas menonton dalam dakwah harus didesain agar membangkitkan perhatian, ketertarikan, dan refleksi spiritual.

¹⁷ QS. Al-A'raf: 179.

¹⁸ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 229.

¹⁹ Sobur, Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 105.

Di era digital, menonton telah menjadi bagian dari gaya hidup, terutama di kalangan mahasiswa. Kapan pun dan di mana pun, mereka dapat mengakses video dakwah melalui smartphone, tablet, atau laptop. Kemudahan ini membuat menonton menjadi aktivitas religius yang fleksibel dan personal. Karena itu, strategi dakwah di media digital harus mempertimbangkan kebiasaan menonton generasi muda dan mengemas pesan dakwah ke dalam format visual yang menyentuh, ringkas, dan bermakna.²⁰

5. Konten Dakwah

Konten dakwah merupakan isi pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u melalui berbagai media, baik lisan, tulisan, maupun visual. Konten ini mencakup ajakan kepada kebaikan (amar ma'ruf) dan peringatan dari kemungkaran (nahi munkar), dengan tujuan membentuk pemahaman dan perilaku keislaman pada masyarakat. Dalam media digital, konten dakwah bisa berbentuk video, podcast, infografis, maupun caption di media sosial yang menyentuh sisi spiritual audiens.²¹

Dalam tradisi dakwah klasik, isi dakwah (maudhu') harus didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis, serta memperhatikan tingkat pemahaman dan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, konten dakwah yang efektif adalah yang kontekstual dan komunikatif. Hal ini sesuai

²⁰ Aep Kusnawan, *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), hlm. 87.

²¹ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 112.

dengan prinsip QS. An-Nahl ayat 125 yang menekankan pentingnya penyampaian dakwah dengan hikmah dan pelajaran yang baik.²² Dalam praktiknya, konten dakwah perlu dirancang agar relevan dengan persoalan sosial dan psikologis yang sedang dihadapi masyarakat.

Salah satu teori komunikasi yang relevan dalam menganalisis konten dakwah adalah Teori Framing, yaitu bagaimana pesan dikonstruksi dan dikemas untuk mempengaruhi cara berpikir audiens terhadap suatu isu. Dalam konteks dakwah digital, framing digunakan untuk menampilkan wajah Islam yang ramah, terbuka, dan menyentuh aspek kehidupan sehari-hari. Konten dakwah yang dibingkai secara positif dan solutif lebih mudah diterima, khususnya oleh generasi muda.²³

Konten dakwah juga harus memperhatikan prinsip komunikasi efektif, seperti kejelasan pesan, keakuratan data, dan gaya bahasa yang sesuai. Gaya bahasa menjadi elemen penting karena menentukan sejauh mana audiens dapat memahami dan merespons isi dakwah. Oleh karena itu, banyak pendakwah kini menggunakan pendekatan bahasa sehari-hari, humor, atau storytelling untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang ringan namun bermakna.²⁴

²² QS. An-Nhl: 125.

²³ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi Ideologi dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2012), hlm. 45.

²⁴ Abdul Wahid, "Komunikasi Dakwah: Pendekatan Humanistik dalam Konten Media Sosial", *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 7, No. 2, 2020, hlm. 132.

Di era digital, pendakwah dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam menyusun konten. Visual yang menarik, durasi yang pas, dan tema yang relevan menjadi faktor utama agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Mahasiswa KPI sebagai calon dai profesional perlu memahami bahwa kualitas konten menentukan sejauh mana pesan dakwah mampu menyentuh hati mad'u. Maka, perancangan konten dakwah tidak hanya fokus pada isi, tetapi juga pada cara dan media penyampaian.²⁵

6. Ustadz Hanan Attaki

Ustadz Hanan Attaki adalah salah satu pendakwah muda di Indonesia yang dikenal luas karena pendekatannya yang santai, relevan, dan dekat dengan realitas generasi milenial dan Gen Z. Ia merupakan lulusan Universitas Al-Azhar Kairo dan pendiri komunitas Shift Pemuda Hijrah di Bandung. Gaya dakwahnya yang menggunakan bahasa sehari-hari, diselingi humor, serta membahas isu-isu anak muda seperti cinta, pergaulan, dan hijrah, membuatnya digemari kalangan mahasiswa dan pelajar.²⁶

Dalam teori komunikasi dakwah, pendekatan yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dapat dikaitkan dengan Teori Komunikasi Humanistik, yaitu penyampaian pesan yang memperhatikan sisi emosional, psikologis, dan konteks sosial

²⁵ Ahmad Fauzi, *Dakwah Digital di Era Disrupsi*, (Jakarta: Prenada Media,2020), hlm. 90.

²⁶ Zainuddin, "Strategi Dakwah Milenial oleh Ustadz Hanan Attaki", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, 2020, hlm. 45.

audiens. Beliau memposisikan dirinya sebagai teman, bukan guru, sehingga audiens merasa nyaman dan tidak tertekan saat menerima pesan dakwah. Hal ini sejalan dengan pendekatan dakwah bil hikmah, yang mengedepankan kelembutan dan pemahaman.²⁷

Dakwah Ustadz Hanan juga menunjukkan penerapan model komunikasi dua arah, di mana terjadi interaksi aktif antara da'i dan mad'u, terutama melalui media sosial. Di kanal YouTube dan Instagram-nya, Hanan Attaki tidak hanya menyampaikan ceramah, tetapi juga berinteraksi melalui komentar, siaran langsung, dan kolaborasi dengan komunitas. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa dakwah tidak lagi satu arah, tetapi partisipatif dan bersifat dialogis.²⁸

Dalam konteks media digital, keberhasilan Ustadz Hanan Attaki juga dapat dianalisis menggunakan Teori Identifikasi. Audiens muda merasa dirinya “terwakili” oleh gaya dan topik yang diangkat, sehingga membentuk keterikatan psikologis yang kuat dengan kontennya. Teori ini menjelaskan mengapa dakwah yang disampaikan dalam gaya personal dan relatable lebih cepat diterima dan menginspirasi perubahan sikap atau perilaku.²⁹

²⁷Burhan Bungin, *Komunikasi Dakwah Kontemporer*, (Jakarta: Kencana,2018), hlm. 97

²⁸Aep Kusnawan, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*,(Bandung Remaja Rosdakarya,2016), hlm.110

²⁹Abdul Wahid, “ Peran Tokoh dalam Komunikasi Dakwah di Media Sosial”, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.8, No 1, 2021, hlm.88

Ustadz Hanan Attaki menjadi simbol perubahan gaya dakwah kontemporer di Indonesia. Ia mengangkat citra da'i muda yang tidak menghakimi, ramah, berpakaian kasual, dan dekat dengan dunia anak muda. Strategi dakwahnya menguatkan bahwa penyampaian pesan Islam tidak harus kaku dan formal, tetapi bisa fleksibel, kontekstual, dan menyentuh sisi kemanusiaan mad'u. Ini menjadi contoh nyata keberhasilan integrasi antara ilmu dakwah dan pemahaman terhadap media serta budaya populer.³⁰

7. Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara bebas dan instan. Media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Dalam konteks dakwah, media sosial membuka peluang baru untuk menyebarkan pesan Islam kepada khalayak luas secara cepat, kreatif, dan tanpa batasan geografis.³¹

Dalam perspektif dakwah Islam, media sosial dipandang sebagai wasilah atau sarana yang bisa digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman dengan pendekatan yang sesuai zaman. Media sosial memungkinkan dakwah dilakukan secara visual, interaktif, dan partisipatif, yang berbeda dengan metode konvensional. Hal ini sejalan

³⁰ Ahmad Fauzi Dakwah Digital di Era Disrupsi, (Jakarta Prenada Media, 2020), hlm 114.

³¹ Rulli Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi, (Bnadung, Simbiosis Rekamata Media, 2015), hlm.17.

dengan firman Allah dalam QS. An-Nahl: 125 yang memerintahkan untuk berdakwah dengan hikmah dan pelajaran yang baik.³²

Salah satu teori yang relevan untuk menganalisis peran media sosial dalam komunikasi dakwah adalah Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory). Teori ini menyoroti bagaimana hubungan antarindividu membentuk pola komunikasi yang saling memengaruhi. Dalam konteks dakwah digital, jaringan media sosial membentuk komunitas dakwah virtual di mana pesan keislaman dapat tersebar secara horizontal dari satu pengguna ke pengguna lain.³³

Media sosial juga bisa dianalisis dengan Teori Difusi Inovasi dari Everett Rogers, yang menjelaskan bagaimana suatu ide atau inovasi menyebar melalui masyarakat secara bertahap. Konten dakwah yang diproduksi oleh para dai muda di media sosial pada mulanya hanya diakses oleh segelintir orang (inovator), namun lambat laun menyebar ke masyarakat luas melalui proses berbagi dan adaptasi. Ini menunjukkan pentingnya desain konten dakwah yang inovatif dan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat.³⁴

Namun, penggunaan media sosial untuk dakwah juga menuntut pemahaman terhadap etika digital. Dakwah di media sosial harus

³² QS. An-Nahl: 125

³³ Hafiduddin Didin dan Amin Dajamaluddin, *Menejemen Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2012), hlm. 56.

³⁴ Aep Kusnawan *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), hlm. 102.

dilakukan dengan cara yang bijaksana, tidak provokatif, dan menghindari ujaran kebencian. Maka dari itu, mahasiswa KPI sebagai calon dai digital perlu memahami bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga ruang publik yang memerlukan tanggung jawab moral dan spiritual.³⁵

8. YouTube

YouTube adalah salah satu platform berbagi video terbesar di dunia yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan membagikan konten secara bebas. Sejak hadirnya di Indonesia, YouTube telah menjadi bagian penting dalam kehidupan digital masyarakat, terutama generasi muda. Dalam konteks dakwah, YouTube menjadi media strategis karena mampu menyampaikan pesan keislaman secara visual, menarik, dan dapat diakses kapan saja serta oleh siapa saja.³⁶

Platform ini memiliki fitur interaktif seperti kolom komentar, tombol suka, dan langganan (subscribe) yang menjadikan hubungan antara pendakwah dan audiens lebih terbuka. Interaktivitas ini mendukung model komunikasi dua arah, yang dalam dakwah berfungsi untuk mempererat hubungan emosional antara dai dan mad'u. Dengan demikian, YouTube

³⁵ Ahmad Fauzi, *Dakwah dan Media Sosial*, (Jakarta: Prenada Media, 2021), hlm 80.

³⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 112.

bukan hanya menjadi tempat menonton, tetapi juga ruang dialog dan diskusi keagamaan yang terbuka.³⁷

Dalam kajian komunikasi, penggunaan YouTube dapat dianalisis melalui *Teori Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa pengguna media bersifat aktif dan memiliki tujuan spesifik dalam mengakses suatu media. Audiens menonton video dakwah di YouTube karena ingin memperoleh informasi keagamaan, memperdalam ilmu Islam, atau mendapatkan motivasi spiritual. Maka, keberadaan konten dakwah di YouTube menjawab kebutuhan spiritual sekaligus kebutuhan hiburan religius bagi masyarakat digital.³⁸

YouTube juga relevan dikaji dengan Teori Kultivasi, yang menjelaskan bahwa paparan media yang konsisten dan berulang dapat membentuk persepsi dan sikap audiens terhadap suatu nilai atau isu. Ketika seseorang rutin menonton konten dakwah, maka pesan yang diterima akan perlahan membentuk cara pandangnya terhadap agama, kehidupan, dan moralitas. Maka dari itu, konten yang disampaikan harus benar-benar dirancang secara matang agar memberikan pengaruh positif.³⁹

Dengan segala potensi tersebut, YouTube menjadi ladang dakwah digital yang sangat besar. Para dai dan mahasiswa KPI harus mampu

³⁷ Aep Kusnawan, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 89.

³⁸ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 229.

³⁹ Hafizah, "Pengaruh Intensitas Menonton Dakwah di YouTube terhadap Sikap Religius Mahasiswa", *Jurnal Komunika*, Vol. 9, No. 2, 2021, hlm. 78.

memanfaatkan YouTube sebagai media menyampaikan ajaran Islam secara kreatif dan edukatif. Perpaduan antara pesan yang berbobot dan penyampaian yang menarik menjadi kunci keberhasilan dakwah di platform ini. Maka, YouTube tidak hanya menjadi tempat menonton, tetapi juga media pembelajaran agama yang efektif di era teknologi.⁴⁰

B. Landasan Konseptual

1. Konsep Motivasi dalam Perspektif Dakwah

Motivasi merupakan dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu.⁴¹ Dalam konteks dakwah, motivasi menempati posisi penting sebagai pendorong seseorang untuk menerima dan mengikuti pesan dakwah yang disampaikan. Dalam Al-Qur'an, konsep motivasi dapat ditemukan dalam Surah Ar-Ra'd ayat 11 : إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri." (QS. Ar-Ra'd: 11)⁴²

Ayat tersebut mengandung prinsip motivasi yang mendorong manusia untuk bergerak dan melakukan perubahan pada dirinya. Menurut Hamzah B. Uno, motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, serta penghargaan dan penghormatan.⁴³

⁴⁰ Ahmad Fauzi, *Dakwah dan Media Sosial*, (Jakarta: Prenada Media, 2021), hlm. 122.

⁴¹ Sardiman A.M., *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), hlm. 73.

⁴² *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 250.

⁴³ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 10.

Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa motivasi keagamaan seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu motivasi untuk mendapatkan ridha Allah, motivasi untuk memenuhi kebutuhan spiritual, motivasi untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan, dan motivasi untuk berinteraksi sosial dalam konteks keagamaan.⁴⁴

2. Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications merupakan teori yang memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini dikembangkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz yang menekankan bahwa pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.⁴⁵

Al-Qur'an juga mengajak manusia untuk selektif dalam menerima informasi, sebagaimana disebutkan dalam surah Al hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (QS. Al-Hujurat: 6)⁴⁶

Menurut Pawit M. Yusup, terdapat lima kategori kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media:⁴⁷

⁴⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar* (Bandung: Mizan, 2020), hlm. 98.

⁴⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), hlm. 192.

⁴⁶ *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 516.

⁴⁷ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 207.

1. Kebutuhan kognitif (informasi, pengetahuan, dan pemahaman)
2. Kebutuhan afektif (pengalaman emosional, kesenangan)
3. Kebutuhan integrasi personal (kredibilitas, status, dan kepercayaan diri)
4. Kebutuhan integrasi sosial (hubungan dengan keluarga, teman, dan masyarakat)
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan (pelarian dan pengalihan)

Dalam konteks menonton konten dakwah di YouTube, mahasiswa sebagai audiens aktif memilih konten dakwah Ustadz Hanan Attaki untuk memenuhi kebutuhan spiritual, pengetahuan keagamaan, serta kebutuhan sosial mereka.⁴⁸

3. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Media sosial telah menjadi platform yang efektif untuk dakwah di era digital. YouTube sebagai platform berbagi video menjadi salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan untuk menyebarkan konten dakwah.⁴⁹

Al-Qur'an dalam Surah An-Nahl ayat 125 memberikan landasan untuk dakwah dengan berbagai media yang artinya:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat

⁴⁸ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Digital: Peluang dan Tantangan," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 9, No. 2 (2021): 301-318. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.9.2.301-318>

⁴⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 418.

dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk." (QS. An-Nahl: 125)⁵⁰

Ayat tersebut mengisyaratkan pentingnya memilih metode dan media yang tepat dalam berdakwah, termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah di era digital.

Menurut M. Ali Aziz, dakwah melalui media sosial memiliki beberapa kelebihan, di antaranya:⁵¹

1. Dapat menjangkau audiens yang lebih luas
2. Pesan dakwah dapat diakses kapan saja dan di mana saja
3. Visualisasi pesan dakwah lebih menarik
4. Interaksi antara da'i dan mad'u dapat terjadi secara langsung meskipun terpisah jarak

Aep Kusnawan menambahkan bahwa media sosial sebagai media dakwah memiliki karakteristik yang berbeda dengan media konvensional, yaitu interaktivitas, personalisasi, dan keterlibatan pengguna yang lebih tinggi.⁵²

4. Fenomena Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Youtube

Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu da'i yang populer di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Melalui gaya dakwah yang santai, bahasa yang

⁵⁰ *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 281.

⁵¹ M. Ali Aziz, "Dakwah di Era Digital: Peluang dan Tantangan," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 8, No. 1 (2020): 40-58. <https://doi.org/10.15642/jki.2020.8.1.40-58>

⁵² Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2018), hlm. 110.

mudah dipahami, dan tema yang relevan dengan kehidupan anak muda, Ustadz Hanan Attaki berhasil menarik perhatian kalangan muda termasuk mahasiswa.⁵³

Al-Qur'an menekankan pentingnya menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh mad'u, sebagaimana disebutkan dalam Surah Ibrahim ayat 4:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ
وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Dan Kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana. (QS. Ibrahim: 4)⁵⁴

Konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube dikemas dengan gaya yang khas, menggunakan bahasa gaul yang familiar bagi anak muda, dan sering mengaitkan nilai-nilai Islam dengan tren kekinian. Hal ini menjadikan konten dakwahnya mudah diterima dan diaplikasikan oleh kalangan muda, termasuk mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.⁵⁵

5. Motivasi Menonton Konten Dakwah di Youtube

Motivasi mahasiswa dalam menonton konten dakwah di YouTube dapat dijelaskan melalui konsep kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Menurut Maslow, manusia memiliki lima tingkatan

⁵³ Fatimah Husein, "Fenomena Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Kalangan Milenial," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2 (2022): 145-160. <https://doi.org/10.29240/jdk.v5i2.4521>

⁵⁴ *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 255.

⁵⁵ Mohammad Zamroni, "Gaya Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 1 (2023): 78-95. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.10.1.78-95>

kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.⁵⁶

Al-Qur'an juga memberikan landasan tentang motivasi untuk mencari ilmu dan kebaikan, sebagaimana disebutkan dalam Surah Al-Mujadilah ayat 11:

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

"Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Teliti apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Mujadilah: 11)⁵⁷

Ayat ini menjadi salah satu motivasi bagi mahasiswa untuk memperdalam ilmu agama melalui berbagai media, termasuk konten dakwah di YouTube. Dalam konteks menonton konten dakwah di YouTube, motivasi mahasiswa dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek:⁵⁸

1. Motivasi untuk mendapatkan pengetahuan agama (kognitif)
2. Motivasi untuk mendapatkan ketenangan jiwa (afektif)
3. Motivasi untuk mengikuti tren dan bersosialisasi dengan teman sebaya (sosial)
4. Motivasi untuk membentuk identitas diri sebagai muslim/muslimah yang baik (identitas)
5. Motivasi untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat (utilitas)

⁵⁶ Abraham H. Maslow, *Motivation and Personality* (New York: Harper & Row, 1970), hlm. 35.

⁵⁷ *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 543.

⁵⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2019), hlm. 245.

Al-Qur'an juga mengajarkan untuk memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya, sebagaimana dalam Surah Al-'Ashr ayat 1-3:

وَالْعَصْرِ, إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ, إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ
وَتَوَّصَوْا بِالصَّبْرِ

Demi masa. Sungguh, manusia berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasihati untuk kebenaran dan saling menasihati untuk kesabaran. (QS. Al-'Ashr: 1-3)⁵⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hasanah menunjukkan bahwa motivasi utama mahasiswa menonton konten dakwah di media sosial adalah untuk meningkatkan pengetahuan keagamaan, mendapatkan inspirasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari sesuai ajaran Islam, dan mendapatkan hiburan yang bernuansa islami.⁶⁰

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian 1	
Nama & Judul	Abdul Salam,Muliaty Amin,Kamaluddin Tajibu Dakwah Melalui YouTube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)
Tujuan	Mengetahui pesan dakwah dan metode penyampain Ustadz Hanan Attaki di Chanel YouTube pada mahasiswa KPI
Metode	Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif
Hasil Penelitian	Mahasiswa KPI sering menonoton dakwah Hanan Attaki karena pembahasannya yang mudah dipahami, motivatif,dan relevan dengan anak muda. Audiovisual dan tema yang

⁵⁹ *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hlm. 601.

⁶⁰ Nur Hasanah, "Motivasi Mahasiswa dalam Mengakses Konten Dakwah di Media Sosial," *Jurnal Penyiaran Islam*, Vol. 7, No. 2 (2023): 204-218. <https://doi.org/10.15642/jpi.2023.7.2.204-218>

	diangkat juga menarik.
Perbedaan	Penelitian ini fokus pada analisis pesan dan metode penyampaian, bukan hanya motivasi menonton
Persamaan	Sama-sama meneliti mahasiswa KPI dan Motivasi menonton konten dakwah Hanan Attaki di YouTube

Penelitian 2	
Nama & Judul	Rifa Zarifah Pengaruh Materi Dakwah dan Terapan Sikap Keberagamaan Penonton Chanel YouTube Hanan Attaki
Tujuan	Menganalisis pengaruh materi dakwah dan terapan media terhadap sikap keberagamaan penonton chanel YouTube Hanan Attaki
Metode	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif
Hasil Penelitian	Materi dakwah dan terapan media berpengaruh signifikan terhadap sikap keberagamaan penonton chanel Hanan Attaki
Perbedaan	Penelitian ini fokus pada sikap keberagamaan
Persamaan	Sama -sama membahas pengaruh konten dakwah Hanan Attaki pada Mahasiswa KPI

Penelitian 3	
Nama & Judul	Ahmad Alwi Penggunaan Media Sosial YouTube sebagai sarana dakwah di kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Tujuan	Menegetahui bagaimana penggunaan Youtube sebagai sarana dakwah di kalangan mahasiswa KPI dan mengetahui motif penggunaan YouTube sebagai sarana dakwah oleh mahasiswa KPI
Metode	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif

Hasil Penelitian	Mahasiswa KPI angkatan 2020-2021 sudah menggunakan YouTube untuk dakwah, namun sebagian besar konten dakwah dibuat untuk memenuhi tugas kuliah.
Perbedaan	Penelitian ini fokus pada mahasiswa yang membuat konten dakwah
Persamaan	Sama-sama membahas motivasi mahasiswa KPI dalam mengakses konten dakwah di YouTube.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, dengan fokus pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan institusi pendidikan tinggi Islam negeri yang terletak di Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sendiri menjadi pusat pengembangan ilmu-ilmu dakwah dan komunikasi Islam di universitas ini. Fakultas ini memiliki beberapa program studi, termasuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa fakultas tersebut merupakan tempat di mana mahasiswa Prodi KPI menempuh pendidikan, sehingga memudahkan akses terhadap responden penelitian. Selain itu, lingkungan akademik di fakultas ini juga relevan dengan tema penelitian, yakni motivasi mahasiswa dalam mengonsumsi konten dakwah digital, khususnya dari Ustadz Hanan Attaki di platform YouTube. Dengan demikian, lokasi ini dianggap ideal untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan memahami konteks sosial-akademik yang

memengaruhi perilaku konsumsi media mahasiswa dalam kaitannya dengan konten dakwah digital.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang peneliti tentukan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu di mulai dari bulan november 2024 hingga juli 2025. Rentang waktu delapan bulan ini dipilih untuk memungkinkan pengumpulan data yang komprehensif dan analisis mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Selama masa penelitian, peneliti akan melakukan serangkaian observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran tentang motivasi dan kepuasan mahasiswa dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki. Dengan alokasi waktu yang cukup, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang signifikan dan bermanfaat bagi pengembangan strategi dakwah digital yang efektif.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena secara menyeluruh dengan mengutamakan proses daripada hasil, dan menekankan pada makna serta pemahaman berdasarkan deskripsi dalam bentuk narasi.¹ Pendekatan ini cocok untuk menggali secara mendalam tentang motivasi mahasiswa dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial YouTube.

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 6.

Metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu metode penelitian yang mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu unit sosial, individu, kelompok atau lembaga masyarakat.² Dalam konteks penelitian ini, studi kasus akan memungkinkan peneliti untuk mendalami motivasi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam secara khusus dan mendalam.

Pendekatan fenomenologis digunakan untuk memahami makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh mahasiswa terkait dengan aktivitas menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki. Pendekatan ini membantu peneliti untuk memahami fenomena tersebut dari sudut pandang mahasiswa itu sendiri.³ Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengungkap esensi dari pengalaman mahasiswa ketika mengonsumsi konten dakwah di platform YouTube.

C. Subjek Penelitian

- a. Subjek Penelitian ialah mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 dan 2023 yang menonton konten YouTube Ustadz Hanan Attaki.
- b. Objek penelitian ini adalah motivasi mahasiswa dalam menonton konten YouTube Ustadz Hanan Attaki. Aspek-aspek yang akan diteliti mencakup:
 1. Faktor-faktor yang mendorong mahasiswa untuk menonton konten tersebut.

² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), hlm.80

³ Hasbiansyah, O., "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", *Jurnal Mediator*, Vol. 9, No. 1, (2008), hlm. 163-180.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1146>

2. Persepsi mahasiswa terhadap konten yang disajikan.
3. Dampak yang dirasakan mahasiswa setelah menonton konten tersebut.
4. Pola konsumsi konten YouTube Ustadz Hanan Attaki di kalangan mahasiswa.

D. Sumber Data

a. Data Primer

Ialah sumber data yang di peroleh secara langsung dari hasil pengamatan dalam penelitian, bersumber kepada informasi dan informan, pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer ialah Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, dan 2023 yang mana mahasiswa angkatan 2021 berjumlah 7 dan mahasiswa angkatan 2023 berjumlah 9 orang.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber relevan untuk memahami motivasi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial YouTube, yaitu faktor yang mendukung seperti salah satu dosen mata kuliah, kaprodi, dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap suatu objek penelitian dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.⁴ Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang diteliti dan kemungkinan petunjuk untuk memecahkannya.⁵

Secara umum, observasi terbagi menjadi dua jenis utama:

Observasi partisipan adalah metode pengumpulan data di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari orang atau situasi yang diamati sebagai sumber data.⁶ Peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data dan merasakan suka duka yang dialami, sehingga data yang diperoleh akan lebih lengkap dan tajam. Dalam observasi non-partisipan, peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas yang sedang diamati, melainkan hanya sebagai pengamat independen.⁷ Peneliti mencatat, menganalisis, dan selanjutnya membuat kesimpulan tentang perilaku atau fenomena yang diamati. Dalam penelitian ini peneliti memilih mengambil observasi partisipan yang mana observasi partisipan memungkinkan peneliti untuk memahami konteks di mana mahasiswa mengonsumsi konten dakwah, termasuk faktor situasional yang mungkin mempengaruhi motivasi mereka. Serta Keterlibatan langsung memungkinkan peneliti untuk membangun

⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), hlm. 136.

⁵ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), hlm. 158.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 227.

⁷ S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 107.

hubungan kepercayaan dengan mahasiswa yang diteliti, sehingga mereka lebih terbuka dalam mengungkapkan motivasi mereka.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.⁸ Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang utama untuk menggali pemikiran, konsep, pengalaman, dan pengetahuan informan secara mendalam.⁹

Secara umum, wawancara dalam penelitian terbagi menjadi tiga jenis:

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur adalah wawancara di mana peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.¹⁰ Dalam wawancara terstruktur, setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pewawancara mencatatnya. Jenis wawancara ini sering digunakan ketika peneliti sudah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh.

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 186.

⁹ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 130.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 233.

b. Wawancara Semi-Terstruktur

Wawancara semi-terstruktur merupakan kategori in-depth interview di mana pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Jenis wawancara ini sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subjek yang diteliti.

Untuk penelitian tentang motivasi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube, wawancara semi-terstruktur merupakan teknik yang paling tepat digunakan. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk menggali motivasi mahasiswa secara mendalam, sambil tetap mempertahankan fokus penelitian melalui pedoman wawancara yang telah disiapkan.¹¹

¹¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 179

Teknik ini memberikan fleksibilitas untuk mengajukan pertanyaan lanjutan (probing) berdasarkan jawaban informan, sehingga dapat mengungkap aspek-aspek motivasi yang mungkin tidak terprediksi sebelumnya.¹² Format semi-terstruktur menciptakan suasana wawancara yang lebih santai dan terbuka, sehingga mahasiswa lebih nyaman dalam mengungkapkan motivasi pribadi mereka dalam menonton konten dakwah.¹³

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu catatan kejadian yang diperoleh dari lokasi penelitian dapat berbentuk lisan atau tulisan. Dokumentasi diperoleh sebagai data pelengkap dalam data penelitian.¹⁴

F. Teknik Analisis Data

Analisis Data adalah rangkaian kegiatan pengelompokan, sistematis, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, alamiah. Peneliti menggunakan analisis data kualitatif, analisis data kualitatif adalah suatu proses analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.¹⁵

Analisis data adalah proses menyusun data yang diperoleh dari lapangan penelitian. Selanjutnya ditelaah dan diperiksa keabsahan datanya

¹² Aep Kusnawan, "Teknik Wawancara dalam Penelitian Dakwah", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 6, No. 1, (2012), hlm. 55-67. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/362>

¹³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020), hlm.125

¹⁴ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi penelitian Kualitatif* (Jawa Barat:CV Jejak, 2018), hlm. 145.

¹⁵ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Arruz Media, 2016), hlm.241.

kemudian ditafsirkan untuk memberi makna pada analisa. Analisa data dilakukan dengan tiga cara yaitu:

- a) Reduksi data: Reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyerdehanaan, transformasi dasar yang muncul dari catat-catatan tertulis di lapangan. Setelah peneliti lapangan memperoleh data melalui observasi dan wawancara, mereka anggap penting untuk dimasukkan dalam laporannya. Hal ini juga memerlukan bahasa terdokumentasi yang jelas dan konsisten dengan data. Data yang diperoleh dari lapangan akan dirangkum dan memilih hal-hal pokok yang memfokuskan kepada sesuatu yang penting dan membuang yang tidak perlu.
- b) Penyajian data : Penyajian data merupakan proses penyusunan informasi secara sistematis dalam rangka memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian dan pengambilan tindakan. Menggunakan dimensi secara sistematis, dan secara deduktif sehingga akan semakin mudah untuk di pahami.
- c) Kesimpulan : Membuat rumusan-rumusan singkat dan jelas yang memberikan jawaban atas poin-poin pada rumusan masalah sebagai hasil penelitian.¹⁶ Pada saat kegiatan analisis data yang berlangsung secara terus menerus, baik yang berlangsung di lapangan maupun setelah selesai dari lapangan. Untuk mengarah pada hasil kesimpulan ini tentunya harus berdasarkan hasil analisis data yang berasal dari

¹⁶ Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cipta Mustaka Media, 2014), hlm. 156-158.

observasi, wawancara maupun dokumentasi sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan terkait permasalahan yang peneliti teliti.

G. Teknik Keabsahan Data

Setelah data yang diperlukan, baik berasal dari data primer maupun data sekunder, selanjutnya dideskripsikan dengan jelas sesuai dengan sistematika yang dirumuskan sehingga analisis yang terdapat dalam rumusan masalah dapat dipahami menjadi suatu konsep yang utuh. Peneliti berpedoman kepada pendapat Lexy J. Meleong yang mengatakan bahwa teknik untuk menjamin keabsahan data itu antara lain:

- a. Penunjang keikutsertaan; Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai tujuan penelitian tercapai. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.
- b. Ketekunan Pengamatan; Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain, jika perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup, maka ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman.
- c. Triangulasi; Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang sering dipakai adalah pemeriksaan melalui sumber

lainnya, artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berada dalam metode kualitatif.¹⁷

¹⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2002), hlm.331.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah satu dari empat Fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Fakultas ini berasal dari Jurusan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan yang dibuka pada tanggal 21 Maret 1997 yang tertuang tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan dan pada masa itu Jurusan Dakwah hanya memiliki Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.¹⁸

Seiring berjalannya waktu ada banyak kemajuan yang telah dicapai oleh STAIN Padangsidempuan. Sejarah dan perkembangan Jurusan Dakwah, hingga beralih menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Seiring dengan peralihan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang Status Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan menjadi Institut Agama

Islam Negeri Padangsidimpuan dan Peraturan Menteri Agama Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan data kerja Institut Agama Islam Padangsidimpuan, maka Jurusan Dakwah juga turut beralih status menjadi Fakultas dengan 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 2015.¹⁹

Dua Puluh Enam Tahun sejak adanya Jurusan Dakwah hingga menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi telah banyak mengalami pergantian pimpinan mulai dari H. Zulfan Efendi Hasibuan, M.A (Ketua Jurusan Dakwah periode 1997-2002 dan periode 2002-2006), kemudian digantikan oleh H. Ali Anas, MA (Ketua Jurusan Dakwah 2006-2010). Selanjutnya digantikan oleh Fauziah Nasution, M.Ag (Ketua Jurusan Dakwah periode 2010-2013). Pada tahun 2014, Jurusan Dakwah beralih status menjadi Fakultas.

Fauziah Nasution M.Ag menjadi Dekan Pertama Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi masa periode 2014-2018, Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos., M.A sebagai wakil Dekan I Bidang Akademik selama dua tahun, kemudian digantikan oleh Dr. Sholeh Fikri, M.Ag, Drs.

¹⁸ Rencana Strategi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun 2020/2024, hlm. 1-2.

Kamaluddin, M.Ag sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan Keuangan, Fauzi Rizal S.Ag., M.A sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Selanjutnya posisi Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi diisi oleh Dr. Ali Sati, M.Ag pada periode 2017- Mei 2022, Dr. Mohd. Rafiq, M.A selaku wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Sholeh Fikri, M. Ag Selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Saat ini Dr. Hj. Magdalena, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Periode 2022 s/d 2026, Dr. Anas Habibi Ritonga. M.A selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Sholeh Fikri, M. Ag Selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.²⁰

- a. Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Untuk mengetahui berapa jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan bisa dilihat pada tabel berikut ini:

¹⁹Rencana Strategi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun 2020/2024. hlm.3.

b. Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

Untuk mengetahui berapa jumlah mahasiswa Fakultas
Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan bisa dilihat pada tabel
berikut ini:

Table IV.I Jumlah Mahasiswa FDIK

No	Prodi	Tahun	Jumlah
1.	Kpi	2023	131
2.	Bki	2023	233
3	Pmi	2023	49
4.	Md	2023	113
	Jumah		564 ²¹

Sumber: Informasi Akademik

Total data keseluruhan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi yang aktif pada tahun 2023 berjumlah 546. Data diambil
pada Juni 2024.²²

²⁰Rencana Strategi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun 2020/2024. hlm.4

²¹ Hasil wawancara bersama Ketua Program Studi KPI UIN Syahada Padangsidimpuan, 30 April 2025

²² Data: Informasi Akademik

2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Visi

Menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi bertaraf Internasional Dengan Paradigma Keilmuan Teo-antropo-eko-sentris dalam membangun masyarakat yang saleh, moderat, dan cerdas.

b. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran dalam ilmu-ilmu dakwah, komunikasi, sosial, dan humaniora dengan paradigm Teoantroekosentris berbasis *ICT*.
2. Melakukan dan mengembangkan penelitian dalam ilmu-ilmu dakwah, komunikasi, sosial, dan humaniora dengan paradigm Teoantroekosentris melalui Pendekatan Integrasi Keilmuan.
3. Melakukan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat dengan menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, kemodrenan, keindonesiaan, dan kearifan lokal.
4. Menerapkan sistem manajemen tata kelola dan mutu yang baik (good faculty governance and culture) berbasis *ICT*.
5. Mengimplementasikan kerja sama (networking) dengan lembaga-lembaga pendidikan, penelitian, sosial keagamaan, sosial kemasyarakatan, dan pemangku kepentingan

(*stakeholder*) di tingkat regional, nasional, dan internasional.

6. Melakukan transformasi terencana menuju fakultas dakwah dan ilmu komunikasi bertaraf internasional dan membangun masyarakat yang saleh, moderat, dan cerdas.

c. Tujuan

Tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu “Menghasilkan lulusan yang memiliki akhlak al-karimah, kreatif dan memiliki *soft skill* serta mampu berperan aktif dalam kegiatan dakwah Islam di tengah masyarakat”.

3. Visi, Misi, Profil Jurusan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

a. visi

Adapun visi dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, “Menjadi Program Studi yang Unggul dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Untuk Menghasilkan Lulusan Yang Profesional dan Berdaya Saing Global”.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yang unggul dan integratif-interkonektif

berbasis Teoantropoekoesentris (Al-hilaiyah, Al-insaniyah, Al-kauniyah).

- 2) Melakukan dan mengembangkan penelitian dan publikasi berputasi dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam dengan pendekatan interkonektif berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
- 3) Meningkatkan partisipasi pengabdian kepada masyarakat dalam rangka peyiaran Islam berbais *ICT* dan kearifan lokal.
- 4) Melakukan pembinaan akhlak, kreativitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat.
- 5) Melaksanakan kerja sama secara terpadu dan efektif di bidang Tri Dharma perguruan tinggi dengan perusahaan media massa dan media penyiaran nasional, LSM, instansi pemerintah, dan organisasi profesi. Menjamin mutu lulusan yang profesional, berdayasaing global dan tata kelola yang baik.²³

Profil Lulusan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

- 1) Da'i
- 2) Praktisi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- 3) Advokasi Kebijakan Media
- 4) Jurnalis
- 5) *Public Relation*

²³ Disarikan dari hasil penelitian, 30 April 2025

4. Jumlah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jumlah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam selama sepuluh tahun terakhir mencapai 256 mahasiswa. Adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut ini²⁴

Table IV.II Jumlah Mahasiswa KPI

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2023	42
2	2022	26
3	2021	21
4	2020	23
5	2019	20
6	2018	24
7	2017	23
8	2016	17
9	2015	12
10	2014	48
Jumlah		256

Sumber:informasi akademik

5. Data Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2024 hingga bulan April 2025 terhitung sejak penulisan proposal hingga pelaksanaan riset di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Program Studi

²⁴ Hasil wawancara bersama Ketua Program Studi KPI UIN Syahada Padangsidempuan, 12 April 2025

Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 dan 2023. Nama-nama informan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table IV.II Data Informan Penelitian

No	Nama	Nim
1	Himayatu Thoyyibah	2130100005
2.	Iqrimah Sihombing	2130100002
3.	Diana Puspita Siagian	2130100016
4.	Heni Aprida Sipahutar	2130100012
5.	Juwita Hartati	2130100004
6.	Hudayani Syiroh	2130100006
7.	Rio Anggara	2130100020
8.	Syahrul Ramadhan	2130100011
9.	Rahmat	2330100007
10.	Riska Ramadhani	2330100008
11.	Mirda Rahmadani	2330100006
12.	Anhar Aulia	23301000
13.	Ali Usman Siregar	2330100011
14.	Reski	233000000
15.	Yuni Syahrani	2330100017
16.	Fatimah Zahro	2330100033
17.	Mahadir Ardiansyah	2330100024

Sumber disarikan dari hasil wawancara bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2021 dan 2023

B. Temuan Khusus

1. Faktor- faktor utama yang mempengaruhi motivasi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan, ditemukan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki. Motivasi ini muncul dari dorongan internal dan pengaruh eksternal, seperti keinginan memperbaiki diri, mencari ketenangan batin, serta ketertarikan terhadap gaya dakwah Ustadz Hanan yang khas. Himayatu Thoyyibah mengatakan:

Awalnya saya nonton hanya iseng, tapi setelah dengar isi ceramahnya, saya merasa kayak beliau tuh bicara langsung sama saya. Itu bikin saya ketagihan nonton terus. Saya sering merasa sedang dinasihati secara pribadi, padahal beliau bicara di video. Kontennya bikin hati adem dan saya jadi lebih introspektif. Saya sekarang bahkan menantikan upload terbaru dari channel beliau.

Selain itu Iqrimah juga mengatakan dalam wawancara bersama bahwa ia menonton konten dakwah karena ia ingin lebih mendalami ajaran agama islam sebagaimana terdapat dalam wawancara sebagai berikut:

Saya nonton karena ingin tahu lebih banyak tentang Islam, tapi saya juga nggak suka yang berat-berat. Nah, Ustadz Hanan itu pembawaannya ringan, bahasanya gampang dimengerti. Saya jadi makin semangat belajar agama karena caranya menyampaikan itu menyenangkan. Saya juga suka karena beliau nggak menghakimi, justru mendorong kita untuk pelan-pelan memperbaiki diri.

Selain itu Diana Puspita juga mengatakan bahwasanya ketika ia sedang terkena masalah kemudia ia mendengarkan dakwah ustadz hanan

attaki ia merasa tenang sebagaimana terungkap dalam wawancara berikut:

Pas saya lagi banyak masalah, saya ketemu videonya di beranda YouTube. Saya nonton, dan ternyata bikin adem. Sejak itu saya rajin nonton. Saya merasa Ustadz Hanan bisa membaca kondisi anak muda zaman sekarang. Cara beliau menyampaikan juga tidak menggurui, tapi justru seperti sahabat yang menasihati dengan lembut.

Beberapa informan lainnya juga menjelaskan bahwa cara penyampain ustadz hanan yang lembut membuat mereka tersentuh ketika mendengarkannya sebagaimana terungkap saat wawancara bersama bersama Huday bahwa ia mengatakan:

Saya merasa seperti didengar, padahal cuma nonton video. Ustadz Hanan tahu cara menyentuh hati anak muda. Isi dakwahnya seperti mengobati keresahan saya. Bahkan saya jadi terbiasa mencatat pesan-pesan penting dari video beliau agar bisa saya renungkan kembali di waktu pribadi.

Lainnya dengan Anhar juga mengatakan ceramah beliau membawa semangat dan memberi hal-hal positif saat dia sedang merasa gagal atau hilang arah. Sebagaimana terungkap dalam wawanacara sebagai berikut:

Menurut saya, motivasi saya muncul karena isi ceramah beliau seperti motivasi harian. Saya jadi lebih semangat dan positif setelah nonton. Ketika merasa gagal atau kehilangan arah, saya biasanya cari video Ustadz Hanan karena pasti ada tema yang pas untuk kondisi saya.

Berdasarkan wawancara bersama beberapa informan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak sekedar mencari informasi keagamaan, tetapi

juga menginginkan kenyamanan emosional dan spiritual dari konten yang mereka tonton.

2. Pengaruh motivasi terhadap sikap dan aktivitas keagamaan mahasiswa

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa motivasi dalam menonton konten dakwah berdampak pada perilaku dan kegiatan keagamaan mahasiswa. Banyak yang merasa lebih sadar untuk menjalankan ibadah dengan lebih baik dan lebih tenang dalam menghadapi ujian hidup. Sebagaimana Fatimah Mengungkapkan dalam wawancaranya sebagai berikut:

Setelah nonton kontennya secara rutin, saya merasa lebih disiplin dalam ibadah. Ustadz Hanan sering bahas tentang pentingnya sholat, dan itu memotivasi saya. Saya juga merasa lebih ikhlas dalam beribadah, karena beliau sering menekankan pentingnya niat dan kesadaran dalam beragama.

Selanjutnya Mahadir salah satu informan mengungkapkan bahwa ia dulu sering lalai namun saat mendengar dan rutin melihat konten dakwah ustadz hanan ia termotivasi lebih rajin shalat tepat waktu sebagaimana terungkap dalam wawancaranya:

Dulu saya sering lalai, tapi sekarang saya mulai merasa nggak enak kalau telat sholat. Itu semua karena saya sering denger beliau bahas tentang waktu dan prioritas. Saya juga merasa lebih peduli dengan ibadah sunnah karena penjelasannya bikin saya sadar bahwa ibadah itu bukan beban, tapi kebutuhan.

Kemudian Reski juga mengatakan semenjak ia sering menonton konten dakwah ustadz hanan ia merasa tenang sebagaimana terungkap dalam wawancara bersama beliau:

Setiap kali hati saya nggak tenang, saya nonton dakwah beliau, dan saya merasa lebih baik. Saya juga jadi lebih terbuka bahas agama sama teman-teman. Bahkan kami sering berdiskusi tentang isi video terbaru beliau. Saya merasa dakwah beliau mengubah cara saya melihat Islam, yang ternyata bisa dibahas dengan bahasa yang hangat.

Selain itu Rahmat juga juga mengatakan: Saya nggak langsung berubah total, tapi saya jadi lebih mikir sebelum bertindak. Saya juga lebih sering ikut kajian setelah rutin nonton. Saya merasa lebih bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan agama saya.

Kemudia Riska juga menambahkan bahwa konten beliau seolah-olah pengingat baginya untuk komitmen dalam nilai-nilai agama, sebagaimana terungkap dalam wawancara bersamanya sebagai berikut:

Saya sekarang lebih memilih konten yang bermanfaat. Saya juga mulai lebih rajin ngajak teman buat bahas tentang isi dakwahnya. Saya merasa terbantu untuk tetap istiqamah lewat konten beliau, karena setiap video seakan jadi pengingat agar saya tetap menjaga komitmen terhadap nilai-nilai agama.

Berdasarkan wawancara bersama beberapa informan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa, Temuan ini menunjukkan bahwa konten dakwah digital yang ditonton secara sadar dan konsisten mampu membentuk sikap keagamaan yang lebih baik.

3. Pengaruh konten dakwah terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa

Konten dakwah Ustadz Hanan Attaki tidak hanya berdampak pada sikap, tetapi juga memperkaya pemahaman keagamaan mahasiswa KPI. Informan mengungkapkan bahwa penjelasan Ustadz Hanan

mempermudah mereka memahami ajaran Islam dalam konteks kekinian.

Dalam wawancara bersama Mirda ia mengatakan mengatakan bahwa ceramah ustadz hanan itu menyentuh sehingga ia menerapkan kedalam kehidupan sehari-harinya sebagaimana terungkap dalam wawancara sebagai berikut:

Biasanya saya susah paham soal konsep sabar dan syukur, tapi setelah nonton ceramah beliau, saya jadi ngerti maknanya dan bisa nerapin ke hidup saya. Cara beliau membahas itu menyentuh banget, terutama karena sering pakai kisah yang kita temui sehari-hari.

Begitu pula dengan Ali ia juga mengungkapkan tema-tema yang di bawakan beliau relevan dengan kehidupan remaja saat ini sebagaimana ia mengatakan dalam wawancaranya:

Ustadz Hanan itu suka pakai kisah nyata dan cerita remaja. Itu bikin saya paham, kayak Islam itu nggak cuma soal ibadah, tapi juga akhlak dan pergaulan. Saya merasa lebih siap menerapkan Islam dalam keseharian, bukan cuma dalam kegiatan keagamaan formal.

Begitu juga dengan Yuni ia juga menyampaikan:

Saya jadi tahu bahwa banyak nilai Islam itu sebenarnya relevan dengan kehidupan mahasiswa, kayak soal menghargai waktu, menjaga perasaan orang lain. Bahkan saya mulai menerapkan beberapa prinsip itu di organisasi kampus dan interaksi sehari-hari.

Beberapa informan lainnya juga mengatakan gaya bicara beliau yang lembut membuat mereka terikut dalam suasana dakwah begitu juga dengan etma yang di bawakan berhubungan dengan problematika saat ini sebagaimana terungkap saat wawancara bersama Heni ia mengatakan:

Kontennya ngajarin saya cara jadi muslimah yang kuat tapi juga lembut. Saya belajar banyak soal kepribadian dari isi ceramahnya. Ustadz Hanan juga sering bahas tentang bagaimana perempuan seharusnya bersikap sesuai dengan ajaran agama, tapi tetap kuat menghadapi tantangan zaman.

Kemudian Juwita juga mengatakan:

Sebelumnya saya pikir dakwah itu harus formal, tapi ternyata nggak juga. Saya jadi lebih termotivasi buat belajar agama dari YouTube. Saya juga jadi lebih rajin mencatat poin-poin penting dari video beliau sebagai bahan refleksi diri.

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa KPI mengalami peningkatan pemahaman tentang ajaran Islam secara menyeluruh dan kontekstual berkat penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki yang sesuai dengan karakter generasi muda.

C. Analisis Hasil Penelitian

1. Motivasi Intrinsik Mahasiswa

Sebanyak 9 dari 16 informan menyampaikan bahwa alasan utama mereka menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki adalah untuk memperbaiki diri, mendapatkan pencerahan, dan mencari ketenangan batin. Mereka merasa konten dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan bisa menyentuh perasaan dan membuat hati lebih tenang, terutama saat sedang menghadapi masalah pribadi atau sedang berada dalam fase pencarian jati diri. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk menonton datang dari dalam diri mereka sendiri, bukan karena paksaan atau tren. Inilah yang disebut dengan motivasi intrinsik, sebagaimana

dijelaskan oleh Hamzah B. Uno bahwa motivasi intrinsik adalah dorongan internal yang muncul karena keinginan pribadi.

Kalau dikaitkan dengan teori Maslow, mahasiswa ini sedang berada di level kebutuhan aktualisasi diri, yaitu keinginan untuk berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik secara spiritual. Dan menurut *Teori Uses and Gratifications*, mereka aktif memilih konten dakwah di YouTube karena merasa konten tersebut bisa memberikan kepuasan batin, bukan hanya informasi biasa. dan dapat dikatakan konten Ustadz Hanan menjadi semacam “penguat iman digital” bagi mahasiswa, menjadi teman saat sepi, pelipur saat gelisah, dan pengingat saat mulai jauh dari agama.

2. Pengaruh Gaya Komunikasi Ustadz Hanan Attaki

Sebanyak 11 informan menyebutkan bahwa mereka sangat menyukai gaya komunikasi Ustadz Hanan. Kata mereka, cara penyampaiannya tidak kaku, tidak menghakimi, bahkan kadang terasa seperti ngobrol sama teman sendiri. Topik yang dibahas juga dianggap sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka sebagai anak muda—seperti tentang cinta, pergaulan, semangat hijrah, hingga rasa galau. Penyampaian yang ringan tapi dalam ini membuat mahasiswa merasa nyaman dan tidak terintimidasi. Ini sesuai dengan Teori Komunikasi Humanistik, bahwa komunikasi yang menghargai perasaan audiens akan lebih mudah diterima.

Gaya dakwah Ustadz Hanan membuat mahasiswa merasa terwakili. Dalam Teori Identifikasi, dijelaskan bahwa ketika seseorang merasa mirip atau cocok dengan sosok yang dilihatnya, maka mereka akan lebih mudah menyerap pesan yang disampaikan. Nah, mahasiswa melihat Ustadz Hanan bukan sebagai da'i yang menasehati dari atas mimbar, tapi sebagai sosok yang selevel, yang paham betul keresahan mereka.

3. Media Sosial YouTube Sebagai Sarana Dakwah yang Efektif

Yang menarik, semua dari 16 informan (100%) menyatakan bahwa YouTube adalah tempat utama mereka menonton konten dakwah Ustadz Hanan. Alasannya simpel: mudah diakses, bisa ditonton ulang, dan bisa memilih sendiri topik yang ingin ditonton. Hal ini memperkuat Teori Uses and Gratifications, bahwa audiens zaman sekarang bukan lagi pasif seperti zaman dulu. Mahasiswa KPI sebagai audiens aktif memilih konten dan platform yang paling cocok dengan kebutuhannya dalam hal ini, YouTube jadi solusi paling fleksibel.

Ditambah lagi, menurut Teori Jaringan Sosial, mahasiswa juga sering berbagi konten ke teman-temannya melalui WhatsApp, Instagram, atau TikTok. Ini artinya, dakwah Ustadz Hanan tidak berhenti di satu layar saja, tapi menyebar dari satu mahasiswa ke mahasiswa lainnya. Ada semacam gerakan “diam-diam” di mana mahasiswa saling menyebarkan nilai-nilai kebaikan melalui media

sosial. Dapat disimpulkan bahwa YouTube tidak hanya jadi media nonton, tapi juga media penyambung dakwah digital yang efisien dan kekinian.

4. Perubahan Sikap dan Perilaku Mahasiswa

Sebanyak 7 informan menyampaikan bahwa mereka mengalami perubahan positif setelah rutin menonton konten dakwah Ustadz Hanan. Misalnya, menjadi lebih rajin salat, lebih sabar, lebih bisa jaga diri dari pergaulan negatif, dan lebih termotivasi untuk memperbaiki diri. Ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang baik memang bisa membawa dampak nyata. Menurut Teori Kultivasi, media yang dikonsumsi secara terus-menerus bisa membentuk pola pikir dan kebiasaan seseorang. Jadi meskipun hanya ditonton lewat HP atau laptop, tapi efeknya bisa sangat terasa dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu informan bilang: "Dulu saya salatnya masih bolong-bolong, tapi setelah sering nonton ceramah Ustadz Hanan, jadi malu sendiri kalau nggak salat." Ini contoh nyata bahwa konten dakwah yang relate konsisten bisa menumbuhkan kesadaran diri tanpa harus merasa dihakimi.

Kemudian jika dikaitkan dengan Teori Keterlibatan Audiens, semakin seseorang merasa tersentuh secara emosional dengan apa yang ditonton, maka semakin besar juga dampaknya. Jadi ketika mahasiswa benar-benar menonton dengan hati, bukan hanya sekadar

lewat, maka konten itu bisa membekas dan jadi penggerak perubahan diri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Faktor utama yang memotivasi mahasiswa menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki adalah motivasi intrinsik, yaitu dorongan dari dalam diri untuk mendekatkan diri kepada Allah, mencari ketenangan hati, dan memperbaiki diri. Sebanyak 9 dari 16 informan menyatakan bahwa mereka menonton karena merasa isi dakwah menyentuh batin dan memberikan inspirasi spiritual, terutama saat sedang menghadapi masalah atau ingin hijrah ke arah yang lebih baik.
2. Motivasi mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor ekstrinsik, seperti gaya komunikasi Ustadz Hanan yang santai, relatable, dan tidak menggurui. Sebanyak 11 dari 16 informan menyebutkan bahwa cara penyampaian yang ringan namun dalam, membuat mereka merasa lebih nyaman dan mudah memahami pesan dakwah. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan komunikasi dakwah yang humanis mampu membangun kedekatan emosional dengan mad'u.
3. Kebiasaan menonton konten dakwah Ustadz Hanan membawa pengaruh positif terhadap pemahaman dan sikap keberagamaan mahasiswa. Sebanyak 7 informan mengaku mengalami perubahan sikap, seperti lebih rajin salat, menjaga pergaulan, dan lebih semangat belajar agama. Ini menunjukkan bahwa paparan konten dakwah yang intens dan emosional dapat membentuk sikap religius mahasiswa secara bertahap.

B. Implikasi

Bagi pengembangan dakwah digital, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang menyentuh sisi emosional dan psikologis audiens muda lebih efektif diterima. Ini menjadi masukan bagi para da'i atau lembaga dakwah agar menyesuaikan gaya penyampaian dengan karakteristik generasi Z.

Bagi pendidikan tinggi keislaman, khususnya di Prodi KPI, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya sebagai konsumen konten dakwah, tapi juga potensial menjadi kreator dakwah digital. Dengan pemahaman komunikasi yang mereka miliki, mahasiswa KPI dapat dilatih untuk memproduksi konten dakwah kreatif seperti yang dilakukan Ustadz Hanan.

Bagi mahasiswa sendiri, konten dakwah di media sosial dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan spiritual pribadi. Namun, mereka juga harus lebih bijak dan selektif dalam memilih konten, agar tidak hanya menonton sebagai hiburan, tetapi juga sebagai proses pendewasaan religius yang terus menerus.

C. Saran

1. Untuk para da'i, diharapkan terus mengembangkan gaya dakwah yang komunikatif, dekat dengan kehidupan anak muda, dan tetap menyampaikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang santun. Gaya seperti Ustadz Hanan terbukti berhasil menarik minat mahasiswa dalam jumlah besar.

2. Untuk lembaga pendidikan atau kampus, diharapkan mendukung mahasiswa dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana belajar agama dan berdakwah. Misalnya, dengan menyediakan pelatihan konten kreatif Islami atau kajian online berbasis YouTube.
3. Untuk mahasiswa KPI, disarankan agar menjadikan konten dakwah sebagai sarana refleksi diri dan pembelajaran keagamaan yang berkelanjutan. Mahasiswa juga diharapkan mampu meniru semangat kreatif dakwah Ustadz Hanan dengan tetap menjaga nilai-nilai keislaman yang rahmatan lil 'alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020.
- Ahmad Fauzi. *Dakwah Digital di Era Disrupsi*. Jakarta: Prenada Media, 2020.
- Ahmad Fauzi. *Dakwah dan Media Sosial*. Jakarta: Prenada Media, 2021.
- Ahmad Nizar. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Cipta Mustaka Media, 2014.
- Ahmad Alwi. *Penggunaan Media Sosial YouTube Sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*. Skripsi. UIN Syahada Padangsidempuan, 2023.
- Aep Kusnawan. *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Aep Kusnawan. *Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.
- Aep Kusnawan. "Transformasi Dakwah melalui Konvergensi Media." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 2 (2022): 112. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jkpi/article/view/9248>.
- Aep Kusnawan. "Teknik Wawancara dalam Penelitian Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 6, No. 1 (2012): 55–67. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/362>
- Albi Anggito dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Ali Mustofa. *Ilmu Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Burhan Bungin. *Komunikasi Dakwah Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS, 2012.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.

- Fathul Bahri An-Nabiry. *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Amzah, 2021.
- Hafiduddin Didin dan Amin Djamaluddin. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Press, 2012.
- Hafizah dan Irwansyah. "Media Sosial dan Dakwah: Analisis Perilaku Mahasiswa." *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 8, No. 2 (2021): 132.
- Hafizah. "Pengaruh Intensitas Menonton Dakwah di YouTube terhadap Sikap Religius Mahasiswa." *Jurnal Komunika* Vol. 9, No. 2 (2021): 78.
- Hamzah B. Uno. *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Hamzah B. Uno. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Hasbiansyah, O. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi." *Jurnal Mediator* Vol. 9, No. 1 (2008): 163–180.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1146>
- Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Survei Penggunaan TIK serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*. Jakarta: Puslitbang Aptika IKP Kominfo, 2023.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2002.
- M. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2016.
- M. Arifin. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- M. Arifin. "Dakwah Multimedia: Teori dan Praktik Dakwah di Era Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol. 7, No. 1 (2023): 25–40.
<https://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/5728>.
- M. Rizal Syarief. "Dakwah dan Agenda Setting di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 10, No. 1 (2020): 45.
- Mohammad Natsir. *Fiqhud Da'wah*. Jakarta: Media Dakwah, 2018.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Muhammad bin Ismail Al-Bukhari. *Shahih Bukhari*, Kitab Ahadits Al-Anbiya, Bab Ma Dzukira 'an Bani Israil, No. 3461.
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Nurfitriani M. Siregar. "Peran Mahasiswa KPI dalam Dakwah Digital." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 2 (2021): 45.

- Nurfitriani M. Siregar. "Kreativitas Dakwah Mahasiswa KPI Melalui Media Sosial." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 5, No. 2 (2022): 77.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- S. Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018.
- S. Nasution. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Siti Rukiah dan Sukardi. "Motivasi Mahasiswa dalam Mengakses Konten Dakwah Digital." *Jurnal Komunikasi* Vol. 12, No. 2 (2020): 142.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Syekh Ali Mahfudz. *Hidayatul Mursyidin*. Diterjemahkan oleh Chadijah Nasution. Jakarta: Usaha Penerbitan Tiga, 2019.
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020.
- Zainuddin. "Strategi Dakwah Milenial oleh Ustadz Hanan Attaki." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol. 7, No. 1 (2020): 45.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pedoman Observasi

Pengamatan atau kegiatan observasi yang dilakukan pada penelitian “Motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 dan 2023 Dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube” yang bertujuan untuk mencari, mendapatkan dan mengumpulkan hal hal yang berkaitan dengan penelitian. Digunakan aspek yang menjadi motivasi mahasiswa dalam menonton konten dakwah di youtube yang meliputi:

- a. Mengobservasi Apa yang menjadi motivasi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan penyiaran Islam dalam Menonton Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Youtube.
- b. Mengobservasi Seberapa sering mahasiswa Menonton Konten Dakwah di Youtube.
- c. Mengobservasi Apa pengaruh yang terjadi ketika setelah Menonton Konten Dakwah di Youtube.

2. Pedoman Wawancara

a. Identitas Informan

- 1) Nama :
- 2) Usia :
- 3) Jenis Klamini:

b. Pedoman Wawancara untuk Data Primer

- 1) Sejak kapan Anda mulai menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube dan bagaimana awal mula Anda mengenalnya?
- 2) Seberapa sering Anda menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube dan tema apa yang paling Anda sukai?
- 3) Apa yang membuat konten dakwah Ustadz Hanan Attaki berbeda atau menarik dibandingkan dengan ustadz atau penceramah lainnya?
- 4) Informasi keagamaan seperti apa yang Anda cari dan dapatkan saat menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki?
- 5) Bagaimana perasaan atau suasana hati Anda setelah menonton konten dakwah beliau?
- 6) Sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, apakah konten dakwah beliau memberikan inspirasi untuk karir Anda di bidang dakwah? Mohon jelaskan.
- 7) Nilai-nilai atau ajaran apa dari konten dakwah Ustadz Hanan Attaki yang berhasil Anda terapkan dalam kehidupan sehari-hari?
- 8) Apakah Anda sering mendiskusikan atau membagikan konten dakwah Ustadz Hanan Attaki dengan teman-teman? Bagaimana responnya?
- 9) Apakah menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki merupakan kebutuhan spiritual atau hiburan bagi Anda? Mohon jelaskan.
- 10) Bagaimana konten dakwah beliau membantu Anda memahami persoalan keagamaan yang relevan dengan kehidupan Anda sebagai mahasiswa?
- 11) Perubahan perilaku atau kebiasaan seperti apa yang Anda alami setelah rutin menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki?

- 12) Menurut Anda, apa kelebihan YouTube sebagai platform untuk menyebarkan konten dakwah dibandingkan media lainnya?
- 13) Bagaimana gaya bahasa dan penyampaian dakwah Ustadz Hanan Attaki mempengaruhi ketertarikan Anda untuk menonton kontennya?
- 14) Apakah latar pendidikan Anda sebagai mahasiswa KPI mempengaruhi cara Anda memahami dan mengapresiasi konten dakwah beliau?
- 15) Apa harapan Anda ke depannya terhadap konten dakwah Ustadz Hanan Attaki atau konten dakwah di media sosial secara umum?

c. Pedoman Wawancara untuk Data Sekunder

- 1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu tentang fenomena dakwah di media sosial YouTube, khususnya konten dakwah Ustadz Hanan Attaki?
- 2) Menurut pengamatan Bapak/Ibu, apa yang membuat konten dakwah Ustadz Hanan Attaki diminati oleh kalangan mahasiswa KPI?
- 3) Bagaimana Bapak/Ibu menilai konten dakwah Ustadz Hanan Attaki dari perspektif keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam?
- 4) Apakah Bapak/Ibu melihat adanya perubahan perilaku atau pemahaman keagamaan pada mahasiswa yang rutin menonton konten dakwah Ustadz Hanan Attaki?
- 5) Menurut Bapak/Ibu, apa kelebihan dan kekurangan dari metode dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attaki di media sosial?
- 6) Bagaimana saran Bapak/Ibu agar mahasiswa KPI dapat memanfaatkan konten dakwah di YouTube secara kritis dan selektif?

- 7) Menurut Bapak/Ibu, bagaimana prospek dakwah digital di masa depan dan peran mahasiswa KPI dalam pengembangan dakwah di media sosial?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Pribadi

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Nama | : Nurainun Muthmainnah |
| 2. NIM | : 2130100009 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Tempat dan Tanggal Lahir | : Ujung Padang, 05 Oktober 2003 |
| 5. Anak Ke- | : 2 dari 3 bersaudara |
| 6. Kewarganegaraan | : Indonesia |
| 7. Agama | : Islam |
| 8. Alamat | : Jayantri, Kota Paret, Bagan Batu, Riau |
| 9. No. Telepon/Hp | : 085148116996 |
| 10. E-mail | : nurainunmuthmainnah5@gmail.com. |

II. Identitas Orang Tua

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. Nama Ayah | : Syahrial |
| 2. Nama Ibu | : Nur Aini Siregar |
| 3. Pekerjaan Orang Tua | |
| Ayah | : Wirasuwasta |
| Ibu | : Ibu Rumah Tangga |

III. Pendidikan

1. SD Negeri 200512 Salambue dari Tahun 2009-2015
2. PP. Ath Thohiriyah Gunung Selamat dari tahun 2015-2018
3. PPM Arrasyd Pinag Awan dari Tahun 2018-2021
4. UIN SYAHADA Padangsidempuan dari tahun 2021-2025

IV. Motto Hidup

Libatkan Allah Dalam Setiap Keadaan

V. Pengalaman Organisasi

Senat Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Himpunan Mahasiswa Islam

Padangsidempuan, Juli 2025

Nurainun Muthmainnah
2130100009

LAMPIRAN DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2023



2. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2021



3. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2023



4. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2023



5. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2023



6. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2023



7. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2021



8. Dokumentasi Wawancara Bersama Mahasiswa Kpi Angkatan 2021

