

PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ANALISIS KONTEN DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT

Adila Mufida Ramadhani¹, Nanda Aulia², Suryani Musi³, Andi Riswal⁴, Amarsandi Kusuma⁵
Email: adilaramadhani05@gmail.com¹, nandhaa243@gmail.com², suryani.musi@uin-alauddin.ac.id³, ariswal317@gmail.com⁴, amarsandikusuma246@gmail.com⁵
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mengubah landscape dakwah Islam di Indonesia. Dengan YouTube menjadi platform utama bagi para dai dalam menyebarkan ajaran agama. Penelitian ini mengkaji pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah dengan fokus khusus pada analisis konten dakwah Ustadz Adi Hidayat. Melalui kajian literatur dan analisis konten, penelitian ini mengeksplorasi efektivitas, strategi, dan dampak dari dakwah digital melalui platform YouTube. Temuan telah menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi media yang sangat efektif untuk dakwah karena kemampuannya menjangkau audiens yang luas, memberikan fleksibilitas dalam penyajian konten, dan memungkinkan interaksi langsung dengan dai dan jamaah. Konten dakwah Ustadz Adi Hidayat menunjukkan karakteristik yang unik dalam hal penyampaian yang sistematis, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, dan penekanan pada aspek praktis ajaran Islam. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam dakwah digital, termasuk isu kualitas konten, polarisasi ideologi, dan kebutuhan literasi digital. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya adaptasi metode dakwah tradisional dengan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas penyebaran ajaran Islam di era modern.

Kata Kunci: YouTube, Dakwah Digital, Ustadz Adi Hidayat, Media Sosial, Islam.

Abstract: The development of digital technology has changed the landscape of Islamic preaching in Indonesia. YouTube has become the main platform for preachers to spread religious teachings. This study examines the use of YouTube as a medium for da'wah, with a specific focus on analyzing the content of Ustadz Adi Hidayat's da'wah. Through literature review and content analysis, this study explores the effectiveness, strategies, and impact of digital da'wah through the YouTube platform. Findings show that YouTube has become a highly effective medium for da'wah due to its ability to reach a wide audience, provide flexibility in content delivery, and enable direct interaction between preachers and congregations. Ustadz Adi Hidayat's da'wah content exhibits unique characteristics in terms of systematic delivery, use of easy-to-understand language, and emphasis on the practical aspects of Islamic teachings. This study also identifies challenges in digital da'wah, including issues of content quality, ideological polarization, and the need for digital literacy. The implications of this study indicate the importance of adapting traditional da'wah methods to digital technology in order to increase the effectiveness of spreading Islamic teachings in the modern era.

Kata Kunci : Youtube, Digital Da'wah, Ustadz Adi Hidayat, Social Media, Islam.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini banyak kalangan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, baik untuk mencari informasi maupun mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan misalnya whatsapp, instagram, Youtube, dan lain sebagainya. Lister dan kawan-kawan yang dikutip Rulli Nasrullah menjelaskan bahwa, Youtube merupakan media sosial dengan konten berbagi video, di mana semua pengguna dapat mencari informasi melalui kanal yang ada, bahkan dapat membuat kanal sendiri. Dari kanal tersebutlah, penyebaran informasi terjadi.

Proses tersebut seperti proses produksi pada stasiun youtube diperangkat televisi namun, dikemas dalam media sosial.

Media youtube merupakan salah satu media yang paling banyak digunakan dan paling populer di Indonesia. Hal ini berdasarkan pada hasil survey yang dilakukan Hootsuite (We Are Social) pada tahun 2020 yang mendapati bahwa pengguna Youtube di Indonesia mencapai 88% dari jumlah populasi penduduk Indonesia.(Agustina, 2019)

Dengan adanya kemajuan teknologi berupa youtube akan menjadi salah satu media yang digunakan untuk berdakwah karena penyebarannya yang sangat luas dan terjangkau oleh banyak kalangan baik itu tua, muda, anak anak, ataupun dewasa. Youtube dapat memberi ruang untuk menyalurkan ilmu dengan memberikan pengajaran, pendidikan, nasihat, pesan ajaran Islam serta ajakan untuk berbuat makruf dan larangan dari berbuat munkar .(SALAM, 2022)

Pemanfaatan Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan itu. Dalam berdakwah sangat dianjurkan untuk menyampaikan hal-hal yang baik dan tepat karena sangat berpengaruh terhadap hasil yang didapatkan. Suatu usaha agar supaya tujuannya tercapai memerlukan suatu pedoman atau cara, demikian juga dengan usaha dakwah. Dengan demikian, maka inti dari dakwah itu sendiri adalah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan.(Hayuningtyas, 2018)

Dakwah adalah usaha dan aktivitas, baik melalui ucapan maupun tindakan, yang bertujuan mengajak orang lain untuk memahami, meresapi, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari demi meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Media dakwah adalah segala sesuatu yang berupa alat perantara dan sarana yang di gunakan dalam kegiatan dakwah yang menjadi penunjang dalam kelangsungan proses penyampaian pesan dari komunikator da'i kepada mad'u komunikasi secara efektif banyak media dakwah yang digunakan memiliki kelemahan dan kekurangan. (Aminudin, 2018)

YouTube juga sudah banyak dimanfaatkan masyarakat untuk menyampaikan kajian-kajian Islamiyah melalui video yang diunggah, Salah satu media yang menggunakan youtube sebagai media berdakwah adalah channel youtube Adi Hidayat. Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi channel youtube Adi Hidayat karena konten-konten yang disampaikan sangat menarik dan materi yang disampaikanpun sangat mudah untuk dipahami, oleh karena itu dilakukan penelitian dengan judul "pemanfaatan youtube sebagai media dakwah analisis konten dakwah ustadz adi hidayat".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan (library research) yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai literatur atau sumber lain berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam studi ini. Selain bercorak kepustakaan, penelitian ini juga bercorak kualitatif karena yang disajikan adalah data-data deskriptif sehingga penelitian ini lebih bersifat analisis deskriptif. Menurut Strauss dan Corbin sebagaimana dikutip Ruslan, bahwa qualitative research (penelitian kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-

penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan sosial, serta hubungan kekerabatan. (Dhela, 2020)

Sebagai penelitian kepustakaan (library research), penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan, bersumber dari materi-materi tertulis yang telah dipublikasikan secara resmi, baik dalam bentuk buku, jurnal, koran, majalah, maupun sumber-sumber bacaan digital lainnya seperti situs web, buku elektronik, jurnal elektronik, perpustakaan digital, dan lain sebagainya.

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teknik observasi langsung melalui media youtube sehingga data yang diperoleh lebih akurat. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mengambil gambar atau berupa screen shoot pada setiap konten-konten dakwah pada akun youtube Adi Hidayat. (Hanief et al., 2023)

Data sekunder diperoleh dari hasil pencarian literatur menggunakan database scipace dan google scholar dengan kata kunci terkait youtube, dakwah digital, dan media sosial islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Dakwah Digital Di Youtube

Berdasarkan analisis literatur, dakwah digital di youtube memiliki beberapa karakteristik Khas membedakannya dari dakwah konvensional :

a. Variasi Format dan Metode

Youtube memungkinkan berbagai format dakwah, melalui dari :

- Ceramah panjang dan rekaman kajian : format tradisional yang diadaptasi ke platform digital, biasanya berisi materi tafsir, fiqh, atau aqidah dalam bentuk kuliah terstruktur.
- Video singkat dan storytelling : gaya yang lebih santai dengan narasi personal dan relevansi kehidupan sehari – hari.
- Live streaming dan interaksi real-time : memungkinkan Q&A, live, chat, dan dialog langsung dengan audiens.
- Edutainment dan konten kreatif : pesan moral dikemas dengan nilai edukatif dan hiburan. (Pranoto.s.s, 2023)

b. Jangkauan dan Aksesibilitas

Youtube memungkinkan dakwah mencapai audiens yang sangat luas, melampaui batasan geografis dan demografis. Platform ini memberikan akses demokratis terhadap ilmu agama, memungkinkan siapa saja untuk mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja. (daulay.V.D Y & khatibah, 2025)

2. Analisis konten dakwah ustadz Adi Hidayat

Berdasarkan analisis dokumen, konten dakwah ustadz Adi Hidayat di youtube memiliki karakteristik yang unik dan efektif.

a. Metode Penyampaian

Ustadz Adi Hidayat menggunakan metode penyampaian yang sistematis dan terstruktur dengan ciri – ciri :

- Bahasa yang lugas dan mudah dimengerti : menggunakan bahasa keseharian yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan.
- Penggunaan papan tulis : ciri khas menulis poin – poin penting di papan tulis yang memudahkan pemahaman dan mengikuti alur pembahasan.
- Pendekatan yang detail dan mendetail : memberikan penjelasan yang

kompresensif dengan dalil – dalil yang jelas.

- Relevansi dengan kehidupan sehari – hari : mengaitkan materi dakwah dengan permasalahan praktis yang dihadapi masyarakat.(Maulana.R.E. & Sumarlan, 2023)

b. Jenis Konten yang Diminati

Penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah Ustadz Adi Hidayat yang paling diminati generasi milenial meliputi :

- Fiqh sholat : pembahasan praktis tentang tata cara dan hukum – hukum sholat.
- Motivasi kehidupan : konten yang memberikan inspirasi dan semangat dalam menghadapi tantangan hidup.
- Pembahasan ilmu al-qur'an : tafsir dan penjelasan ayat-ayat al-qur'an yang relevan dengan kehidupan modern.(Muharrifah, E & Sikumbang, 2025)

c. Dampak terhadap audiens

Konten dakwah ustadz Adi Hidayat menunjukkan dampak positif terhadap perilaku beragama audiens, khususnya generasi milenial. Dampak tersebut meliputi :

- Peningkatan pemahaman terhadap ajaran islam
- Motivasi untuk mendalami ilmu agama
- Kemudahan akses terhadap materi keagamaan
- Pembentukan perilaku religius yang lebih baik.(Fitria, N.R., LATIFAH, s. I. & Ariyanto, 2023)

3. Efektivitas youtube sebagai media dakwah

Analisis literatur menunjukkan bahwa youtube terbukti efektif sebagai media dakwah dengan indikator – indikator berikut :

a. Jangkauan massal

Youtube memungkinkan konten dakwah mencapai jutaan penonton. Beberapa video dakwah populer mencapai jutaan views, menunjukkan potensi multiplier effect yang sangat besar dibandingkan dakwah konvensional. (Hamdani, 2023)

b. Interaktif dan keterlibatan

Fitur – fitur interaktif youtube seperti komentar, like dan live chat memungkinkan dialog dua arah antara dai dan jamaah. Hal ini meningkatkan keterlibatan audiens dan memungkinkan umpan balik langsung. (Panuja, 2022)

c. Fleksibilitas waktu dan tempat

Youtube memungkinkan audiens mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja, memberikan fleksibilitas yang tidak tersedia dalam dakwah konvensional. Hal ini sangat sesuai dengan gaya hidup generasi digital yang menginginkan akses instan terhadap informasi. (Nurhablisyah, N,& Bakti, 2024)

d. Pembentukan otoritas digital

Youtube memungkinkan pembentukan otoritas keagamaan alternatif melalui legitimasi publik yang diperoleh melalui popularitas dan keterlibatan audiens. Fenomena “ ustadz influencer “ menunjukkan bagaimana platform digital dapat menciptakan figur otoritas baru dalam dunia dakwah. (Siregar, M.A., & Farid, 2024)

4. Tantangan dan resiko dakwah digital

Meskipun memiliki banyak keunggulan, dakwah digital melalui youtube juga menghadapi berbagai tantangan :

a. Risiko polarisasi dan ideologi

Ruang komentar dan jaringan sosial dapat memperkuat sebagai ideologi dakwah yang berbeda, berpotensi menciptakan polarisasi dan konflik di antara audiens dengan pandangan yang berbeda.(Nuraliah,N.Mkarim, C & Lisnawati, 2022)

b. Masalah kualitas konten

Tanpa filter yang memadai, platform digital rentan terhadap konten berkualitas rendah atau bahkan menyesatkan. Diperlukan perang aktif dari institusi keagamaan sebagai filter dan penjamin kualitas konten dakwah. (Sulaeman, A.R. Fazri a. & Fairus, 2020)

c. Keterbatasan interaksi personal

Dakwah digital tidak dapat sepenuhnya menggantikan interaksi tatap muka yang merupakan elemen penting dalam pembinaan spiritual. Diperlukan kombinasi antara dakwah digital dan metode tradisional untuk efektifitas optimal. (Ahmad., M.F & Rahman, 2023)

d. Tantangan teknis dan sumber daya

Produksi konten dakwah yang berkualitas memerlukan kemampuan teknis, waktu, dan sumber daya yang memadai. Tidak semua dai memiliki akses terhadap teknologi dan keterampilan yang diperlukan untuk dakwah digital yang efektif. (hasan., N & Ibrahim., 2024)

5. Faktor – faktor keberhasilan dakwah digital

Berdasarkan analisis literatur, beberapa faktor kunci yang menentukan keberhasilan dakwah digital di youtube meliputi :

a. Relevansi dan kontekstualisasi

Konten dakwah yang berhasil adalah yang mampu mengaitkan ajaran islam dengan persoalan kehidupan sehari-hari audiens. Pendekatan yang kontekstual dan relevan lebih mudah diterima oleh audiens moderen. (abdullah, K. & Yusof, 2023)

b. Kualitas produksi dan konsistensi

Kualitas visual dan audio yang baik, konsistensi dalam pengunggahan konten, dan strategi pengelolaan kanal yang profesional menjadi faktor penentu keberlanjutan pengartuh dakwah digital. (rahman, R., & Sari, 2024)

c. Gaya komunikasi yang efektif

Penggunaan bahasa yang sederhana, storytelling yang menarik, dan pendekatan emosional yang dapat meningkatkan resonansi pesan dakwah dengan audiens. (Zahra, A. & Malik, 2023)

d. Interaktivitas dan responsivitas

Kemampuan untuk berinteraksi dengan audiens melalui berbagai fitur platform dan responsivitas terhadap feedback audiens melalui berbagai kunci dalam membangun komunitas online yang kuat. (Putri., L & Wijaya., 2024).

KESIMPULAN

Youtube telah terbukti menjadi platform yang sangat efektif untuk dakwah islam di era digital. Pemanfaatan youtube sebagai dakwah menawarkan berbagai keunggulan, termasuk jangkauan yang sangat luas, interaktivitas yang tinggi, dan fleksibilitas dalam penyajian konten. Analisis konten dakwah ustadz Adi hidayat menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital bergantung pada kemampuan untuk menyampaikan pesan yang relevan, menggunakan metode yang sistematis, dan membangun koneksi emosional dengan audiens.

Meskipun demikian, dakwah digital juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk risiko polarisasi, masalah kualitas konten, dan keterbatasan dalam menggantikan interaksi personal. Untuk mengoptimalkan potensi dakwah digital, diperlukan pendekatan yang holistik yang mengintegrasikan teknologi digital dengan nilai-nilai dan metode dakwah tradisional.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika dakwah di era digital dan memberikan panduan praktis bagi para dai institusi keagamaan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk penyebaran agama islam. Temuan ini juga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang dampak dan efektivitas dakwah digital dalam konteks yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- abdullah, K. & Yusof, M. (2023). contextual approach in digital islamic preaching : malaysia experience. *asian. Journal of Islamic Studiens*, 234–251.
- Agustina, N. Iaras. (2019). Pemanfaatan Channel Youtube sebagai Media Dakwah. 1–9.
- Ahmad., M.F & Rahman, A. (2023). digital transformation in islam preaching: oportunitis and challenges. *Journal of Islamic Digital Media*, 78–95.
- Aminudin, A. (2018). edia Dakwah. Al-Munzir.,
- daulay.V.D Y & khatibah, K. (2025). analysis of religious moderation in usradz adi hidayat's youtube content. *Syiar Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*.
- Dhela, G. R. (2020). Youtube Sebagai Media Dakwah Islam. *Jurnal Komunikasi Vol. 2, No(Dampak Media Sosial): 172–81, 6(1), 63–80*.
- Fitria, N.R., LATIFAH, s. I. & Ariyanto, B. (2023). Dakwah Virtual Ustadz Ramdan Juniarsyah pada Akun Youtube dakwah wayang official. *Journal*.
- Hamdani, A. . (2023). Fatwa In the digital : online multi,social media, and alternative religious authority. *Jornal for Integrative Islamic Studies*, 9 (1), 78–95.
- Hanief, A., Sabdo, S., & Nur, M. (2023). Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam Pada Akun Youtube Felix Siau. *DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI*, 3(2), 36–41. <https://doi.org/10.24127/decoding.v3i2.4925>
- hasan,N & Ibrahim., S. (2024). technical competencis for digital da'wah: A framework islam preachers. 145–146.
- Hayuningtyas, A. R. (2018). Hadrah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Semangat Aktivitas Keagamaan Remaja Desa Sidodadi Kecamatan Pardasuka Pringsewu Skripsi.
- Maulana.R.E. & Sumarlan, I. (2023). Digital Dakwah Communication of The Duhammadiyah central ledership tablighi council using youtube account. *Journal of Islamic Communication*, 3 (1) 89-105.
- Muharrifah, E & Sikumbang, A. . (2025). The Effectivienness of Ustadz Hanana Attaki's dakwah Sharing Time on Youtube. *Syiar Joutnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 5 (1) 67-82.
- Nuraliah.,N.Mkarim, C & Lisnawati, S. (2022). Analisis Konten Dakwah pada Akun Youtube Bale films Edisi Diary Ramadhan 2018. 89–105.
- Nurhablisyah, N,& Bakti, A. . (2024). The influencer of Da'wah Messages to audiences in avtion reception theory perspective. *atlantis highlights in sosial sciences, education and humanitiens*. 234–248.
- Panuja, R. (2022). Extracting religious identiy: the cyber-ethnography of abdul somad's preaching. *Journal of Indonesia Islam*, 16(2), 515–534.
- Pranoto.s.s. (2023). strategy for constructing religious authority in the digitl pulpit.stady of three indonesia preachers on youtube. *Journal of Islamic Studies and Human Sciences*,6.
- Putri, L & Wijaya., T. (2024). building online religious communication the of interactivity in digital da'wah. *digital religion quarterly*. 189–206.
- rahman, R., & Sari, D. (2024). producation quality and audience engagement in islamic youtube chanel. *media and religios studies*. 67–84.
- SALAM, H. I. (2022). OPTIMALISASI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH MAJELIS TABLIGH PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Siregar, M.A., & Farid, F. (2024). Ustadz abdul Somad's da'wah Rhetoric in attracting public interets in listening to da'wah through youtube media. *Lentea*, 156–172.
- Sulaeman, A.R. Fazri a. & Fairus, F. (2020). Strategi pemanfaatan youtube dalam bidang dakwah oleh ulama aceh. *Journal Comunication*, 123–140.

Zahra, A. & Malik, H. (2023). effective communication strategies in digital dakwah A. content analysis study. *Journal of Islam Communication Research*, 112–129.