

**PEMAHAMAN AUDIENS PADA PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH
UST. ADI HIDAYAT DI YOUTUBE**

Nadhira Khairunnisa¹, Naufal Andyas Dary Fauzan², Nazwa Auliaddina Putri³, Jumroni⁴

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

E-mail: khairunnisandhr19@gmail.com¹, naufalandyas01@gmail.com²,
auliaddinazwa@gmail.com³, jumroni@uinjkt.ac.id⁴

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara penyebaran pesan dakwah dari media konvensional ke media baru seperti YouTube. Ustadz Adi Hidayat menjadi salah satu dai yang memanfaatkan platform ini secara aktif dan berhasil menarik jutaan penonton dari berbagai latar belakang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan dan memaknai pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui ceramah-ceramahnya di YouTube. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, untuk menggali pengalaman subjektif audiens dalam memahami isi dakwah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap enam informan yang merupakan subscriber aktif kanal YouTube Ustadz Adi Hidayat, serta melalui observasi komentar dan interaksi pengguna pada beberapa video ceramah yang paling banyak ditonton. Penelitian ini juga menemukan bahwa media digital seperti YouTube bukan hanya berperan sebagai saluran penyampaian pesan dakwah, tetapi juga menciptakan ruang interaktif antara pendakwah dan audiens melalui kolom komentar dan fitur berbagi. Dengan demikian, keberhasilan penyampaian pesan dakwah di era digital tidak hanya bergantung pada isi materi, tetapi juga pada kemampuan komunikator dalam mengelola pesan dan membangun hubungan dengan audiens. Studi ini memberikan kontribusi dalam pemahaman komunikasi dakwah digital serta membuka ruang diskusi lebih lanjut tentang dinamika audiens dalam era media baru.

Kata Kunci — Komunikasi Dakwah, Ustadz Adi Hidayat, Resepsi Audiens, Media Baru, YouTube, Fenomenologi.

PENDAHULUAN

Pemahaman audiens terhadap pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan pendakwah dalam menyampaikan materi secara efektif dan sesuai dengan karakteristik audiens. Dalam konteks dakwah digital, seperti yang dilakukan oleh Ust. Adi Hidayat di YouTube, penggunaan bahasa yang jelas, struktur penyampaian yang sistematis, serta penyajian materi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi kunci dalam meningkatkan pemahaman audiens. Menurut Junaidi Dakwah harus dilakukan secara terencana, memiliki konsep yang jelas, terukur, terorganisir, dapat dievaluasi, harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual, haruslah disampaikan dengan cara yang baik, bijak, penuh dengan hikmah, penuh perhatian, keseriusan, niat yang ikhlas karena Allah.¹

Selain teknik penyampaian yang efektif, faktor psikologis audiens juga memainkan peran yang tidak kalah penting dalam proses pemahaman pesan dakwah. Pendakwah perlu memahami kondisi psikologis audiens, termasuk kebutuhan, emosi, dan kepercayaan

¹ Junaidi, "Memahami Psikologi Audiens Dalam Dakwah," *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya* 11, no. 1 (2020).

mereka, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pesan dakwah yang disampaikan harus tepat oleh karena itu dengan melalui pendekatan psikologi komunikasi sangat penting untuk menyampaikan pesan dakwah kepada individunya agar pesan dakwah yang disampaikan dapat dipahami oleh mereka. Sesuai dengan kebutuhan karakteristik psikologisnya dan dapat mereka terapkan di dalam kehidupannya sehari – hari.²

Pemahaman terhadap kondisi sosial dan budaya audiens tidak bisa dipandang sebelah mata, karena hal ini turut menentukan seberapa relevan pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian oleh Rofiq menekankan pentingnya adaptasi pesan dakwah terhadap kondisi sosial dan budaya audiens untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik. Ust. Adi Hidayat dalam menyampaikan dakwahnya, sering menyesuaikan materi yang dibawakan dengan nilai-nilai dan isu-isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih diterima dan mudah dipahami.³

Dengan memperhatikan relevansi sosial dan budaya dalam penyampaian dakwah, Ust. Adi Hidayat juga dikenal dengan gaya penyampaian yang terstruktur dan berbasis referensi ilmiah yang sesuai dengan konteks audiens. Dalam ceramah-ceramahnya di YouTube, beliau sering menyusun materi dengan struktur yang jelas, memulai dari pengantar, pembahasan inti, hingga kesimpulan yang mudah dipahami oleh audiens. Pendekatan ini memudahkan pemirsa, terutama generasi muda, dalam mengikuti alur pemikiran dan memahami pesan yang disampaikan. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa dengan adanya struktur penyampaian yang terorganisir dapat memudahkan audiens dalam menangkap esensi dakwah yang disampaikan melalui platform digital.

Selain struktur yang terorganisir, gaya bahasa yang lugas dan mudah dipahami juga menjadi faktor penting dalam menyampaikan pesan dakwah yang efektif. Dalam setiap ceramahnya, beliau menyajikan materi dengan bahasa yang tidak hanya sesuai dengan realitas sosial atau kondisi keseharian audiens, tetapi juga dirancang agar mudah dipahami oleh berbagai kalangan, baik yang muda maupun yang lebih tua. Menurut Nur Ahmad dakwah bersifat universal yang menjangkau semua segi kehidupan manusia, maka dalam penyampaian pun harus dapat menyentuh semua lapisan atau tingkatan.⁴

Dalam menyampaikan dakwah di YouTube, Ustadz Adi Hidayat juga memanfaatkan berbagai teknik komunikasi non-verbal, seperti intonasi suara yang tenang dan gestur tubuh yang mendukung. Hal ini menciptakan suasana yang nyaman dan kondusif bagi audiens dalam menyimak ceramah. Sebagaimana diungkapkan oleh peneliti di Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ), penggunaan komunikasi non-verbal yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat pesan yang disampaikan. Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini diberi judul “Pemahaman Audiens Pada Penyampaian Pesan Dakwah Ust. Adi Hidayat di Youtube.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada pemahaman individu terhadap penyampaian pesan dakwah Ust. Adi Hidayat di YouTube,

² Lalu Abdurrachman Wahid, “Penerapan Psikologis Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah,” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 13, no. 1 (2021).

³ Mohammad Rofiq, “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Public Speaking KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur,” *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 4, no. 2 (2024): 36.

⁴ Nur Ahmad, “TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI,” *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013): 24.

yang Dimana realitas dibentuk oleh pengalaman dan konteks sosial individu. Pemahaman Gen Z terhadap dakwah dipengaruhi oleh pengalaman menonton mereka dalam mengakses konten digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pemahaman Gen Z dalam menafsirkan pesan-pesan dakwah melalui gaya penyampaian Ust. Adi Hidayat di YouTube, serta bagaimana mereka memaknai pesan dari dakwah tersebut. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Gen Z dalam memaknai dan merespons gaya komunikasi dakwah tersebut. Penelitian ini berfokus pada penggalian data melalui wawancara, observasi, dan analisis tematik terhadap narasi informan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas dari sudut pandang Gen Z secara lebih utuh dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Ustadz Adi Hidayat dan Kanal YouTube Resminya

Ustadz Adi Hidayat, Lc., M.A. merupakan salah satu dai dan intelektual Muslim yang memiliki pengaruh besar dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Ia dikenal sebagai penceramah yang mampu menyampaikan pesan agama secara sistematis, argumentatif, dan penuh referensi. Lahir pada 11 September 1984 di Pandeglang, Banten. Ustadz Adi Hidayat menempuh pendidikan di LIPIA Jakarta dan Universitas Islam Madinah, Arab Saudi. Kemampuannya dalam menjelaskan Al-Qur'an dan Hadis membuat banyak kalangan, baik akademik maupun masyarakat awam, tertarik untuk mendengarkan ceramahnya.

Dalam beberapa tahun terakhir, Ustadz Adi Hidayat aktif berdakwah melalui platform media digital, khususnya YouTube. Kanal resminya, "Adi Hidayat Official", menjadi salah satu media dakwah yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Dalam kanal ini menyajikan berbagai konten ceramah yang dikemas secara menarik, mulai dari kajian tafsir, hadits, fiqih, hingga tanya jawab keagamaan. Format penyampaian yang fleksibel dan penyajian yang modern membuat kanal ini menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda.

YouTube sebagai media dakwah dinilai efektif karena mampu menembus batas ruang dan waktu. Media digital seperti YouTube menjadi pilihan strategis bagi para pendakwah karena dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja. Hal ini juga berlaku dalam kasus Ustadz Adi Hidayat, di mana ceramah-ceramah beliau menjadi rujukan utama bagi masyarakat yang mencari jawaban atas persoalan agama maupun kehidupan sosial secara umum. Video ceramah yang diunggah dalam kanal YouTube beliau berkisar antara 5 menit hingga lebih dari satu jam, dan mayoritas memiliki kualitas visual dan audio yang baik, serta narasi yang runtut.

Dalam konteks penelitian ini, kanal YouTube "Adi Hidayat Official" dipilih sebagai objek kajian karena menjadi salah satu media utama penyampaian dakwah oleh Ustadz Adi Hidayat. Melalui kanal ini, peneliti mengeksplorasi bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan dan bagaimana audiens memaknainya. Pemilihan Ustadz Adi Hidayat tidak hanya didasarkan pada popularitas, tetapi juga pada cara penyampaiannya yang dianggap mudah dipahami, logis, dan mampu menyentuh berbagai kalangan masyarakat.

Dengan demikian, pemahaman terhadap profil Ustadz Adi Hidayat serta karakteristik kanal YouTube resminya menjadi penting untuk mendukung analisis temuan dalam penelitian ini. Profil ini juga memperjelas konteks media dakwah digital yang menjadi latar utama dari proses penyampaian dan penerimaan pesan dakwah dalam studi ini.

B. Temuan Penelitian

1. Pemahaman Pesan Dakwah Yang Disampaikan Oleh Ust. Adi Hidayat Di Youtube

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden, ditemukan bahwa pemahaman audiens terhadap pesan dakwah Ust. Adi Hidayat di Youtube cenderung positif dan mendalam. Salah satu responden yaitu Arjuan menyampaikan bahwa banyak masyarakat yang menonton ceramah Ust. Adi Hidayat ketika sedang mengalami masalah, baik yang berkaitan dengan ibadah maupun masalah sosial. Ia mengatakan “Biasanya audiens itu mempunyai suatu masalah atau persoalan tentang ibadah atau tentang suatu permasalahan di kehidupan dirinya atau di masyarakat. Dan menjadi rujukannya itu Ustadz Adi Hidayat.” Dalam hal ini, Youtube menjadi salah satu media yang memudahkan mereka dalam mengakses jawaban dari persoalan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa audiens bersifat aktif dalam mencari konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks kehidupannya.

Penyampaian ceramah Ust. Adi Hidayat yang dinilai jelas dan terstruktur menjadi salah satu faktor utama yang memudahkan pemahaman. Arjuan juga menyoroti kemampuan Ust. Adi Hidayat dalam menjelaskan isi kandungan Al - Qur'an secara mendalam dan runtut, Ia mengatakan, “Ustadz Adi Hidayat lebih condong beliau mahir dalam menjelaskan Al-Quran. Al-Quran di diri beliau sangat melekat... karena penyampaiannya itu terstruktur dan bisa menyesuaikan tentang lawan bicaranya tersebut.” Dengan penyampaian seperti ini, penonton dapat lebih mudah memahami dan menerima pesan dakwah sesuai dengan yang dimaksudkan oleh Ust. Adi Hidayat.

Pendapat yang serupa juga disampaikan oleh Rogi yang menyatakan bahwa ceramah Ust. Adi Hidayat dapat dipahami oleh berbagai kalangan, dari yang muda hingga yang tua, dari yang ahli agama hingga masyarakat awam. Menurutnya, “Audiens ini melihat bahwa ceramah Ustadz Adi Hidayat ini dapat dicerna dan dipahami oleh berbagai kalangan. Mau dari yang tua dan muda, mau dari yang ekspor, yang ahli dalam bidangnya, walaupun orang-orang yang simpel saja...” Ini menunjukkan bahwa gaya bicara Ust. Adi Hidayat bisa menjangkau semua usia dan latar belakang. Ini menunjukkan bahwa setiap orang bisa menafsirkan isi ceramah dengan caranya masing-masing, tapi tetap mengarah pada pemahaman yang positif. Dalam teori resepsi, ini menunjukkan adanya penerimaan pesan dengan latar belakang audiens yang berbeda-beda.

Sementara itu, Bayu menilai bahwa kejelasan dalam penyampaian menjadi poin utama yang membuat pesan dakwah Ust. Adi Hidayat mudah dipahami, terutama mereka yang memiliki keterbatasan dalam pengetahuan agama. Ia menyatakan, “Pesan yang disampaikan oleh Ust. Adi Hidayat itu terkesan singkat dan jelas, sehingga para audiens pun dapat dengan mudah memahami...” Gaya komunikasi yang padat dan langsung pada inti permasalahan membuat penonton tidak merasa kesulitan saat menyerap isi dakwah. Dalam hal ini, audiens berada dalam posisi penerimaan dominan karena tidak ada hambatan dalam memahami pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens memahami pesan dakwah Ust. Adi Hidayat. Pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik karena isi dakwah disampaikan dengan pendekatan yang adaptif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Teori resepsi menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada isi pesan, melainkan juga pada bagaimana audiens memproses dan menafsirkan pesan tersebut berdasarkan pengalaman, latar belakang, dan kebutuhan personal mereka. Dalam konteks ini, Ust. Adi Hidayat berhasil membangun komunikasi dakwah yang efektif melalui media digital seperti Youtube.

2. Elemen Penyampaian Dakwah Ust. Adi Hidayat Yang Dianggap Menarik Atau Mudah Dipahami Oleh Audiens

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa elemen penyampaian dakwah Ust. Adi Hidayat yang dianggap menarik oleh audiens adalah ketika isi ceramah terasa sangat relevan dengan kehidupan pribadi mereka. Arjuan menyampaikan bahwa, “Biasanya elemen yang menarik pada audiens itu adalah suatu yang menyangkut pautkan terhadap dirinya tentang apa yang sedang dibicarakan oleh Ustadz Adi Hidayat.” Hal ini menunjukkan bahwa audiens merasa lebih terhubung dengan isi ceramah ketika topik yang disampaikan sesuai dengan pengalaman atau permasalahan yang sedang mereka hadapi. Dalam teori resepsi, ini menunjukkan bahwa audiens melakukan interpretasi pesan secara aktif, berdasarkan pengalaman hidup masing-masing.

Selain relevansi isi, gaya bahasa Ust. Adi Hidayat yang sederhana dan mudah dipahami juga menjadi elemen penting yang disukai audiens. Rofi menjelaskan bahwa, “Ustadz Adi Hidayat ini membawa ceramahnya... dengan bahasa yang sederhana. Jadi, semua kalangan itu bisa langsung paham dan langsung mengerti.” Penyampaian yang tidak bertele-tele ini membuat pesan dakwah lebih mudah ditangkap oleh pendengar dari berbagai latar belakang, baik yang sudah paham agama maupun yang masih awam. Menurut teori resepsi, gaya penyampaian seperti ini memungkinkan audiens melakukan decoding pesan dalam posisi dominan, karena mereka menerima isi pesan sesuai dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

Rofi juga menambahkan bahwa kelebihan lain dari penyampaian Ust. Adi Hidayat adalah kemudahan dalam menangkap makna secara langsung. Ia menyatakan, “Cukup dengan sekali lihat, sekali mendengar, mereka langsung, oh ini loh yang dimaksud oleh Ustadz Adi Hidayat dan diharapkan langsung bisa diaplikasikan dalam kehidupan audiens tersebut.” Ini menunjukkan bahwa dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya memberi pemahaman, tapi juga mendorong audiens untuk langsung mempraktekkan isi pesan dalam kehidupan sehari-hari.

Sementara itu, Bayu menyoroti elemen lain yang juga membuat ceramah Ust. Adi Hidayat terasa menarik, yaitu penggunaan gaya bicara yang lugas serta adanya unsur humor. Ia mengatakan, “Cara penyampaiannya yang lugas sih, dan juga cukup ada beberapa komedi sehingga tidak terkesan kaku.” Sentuhan humor yang disisipkan dalam ceramah membuat suasana menjadi lebih santai dan menyenangkan, sehingga audiens merasa nyaman dan tidak cepat bosan saat menyimak isi dakwah.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti keterkaitan topik dengan kehidupan pribadi, penggunaan bahasa sederhana, penyampaian yang lugas, serta adanya humor, menjadi daya tarik tersendiri dalam ceramah Ust. Adi Hidayat. Elemen-elemen inilah yang membuat pesan dakwah mudah diterima dan dipahami oleh audiens. Dalam teori resepsi, ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pesan tidak hanya dipengaruhi oleh isi materi, tetapi juga oleh cara penyampaian yang membuat audiens merasa dekat, nyaman, dan terlibat langsung dengan pesan yang disampaikan.

3. Pesan Dakwah Yang Disampaikan Oleh Ust. Adi Hidayat Mempengaruhi Cara Berpikir Atau Sikap Keagamaan Audiens

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa pesan dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya dipahami secara mendalam oleh audiens, tetapi juga berpengaruh terhadap cara berpikir dan sikap keberagamaan mereka.

Arjuan menyoroti bagaimana sesi tanya jawab di akhir kajian menjadi momen penting dalam mempengaruhi pola pikir audiens. Ia menjelaskan bahwa saat audiens mengajukan pertanyaan seputar persoalan ibadah, hukum Islam, atau masalah sosial

keagamaan, Ust. Adi Hidayat mampu menjawabnya dengan dasar Al-Qur'an, hadis, dan ilmu fiqh secara runtut dan ilmiah. Dengan cara tersebut, audiens tidak hanya mendapatkan jawaban, tetapi juga diajak berpikir secara logis dan mendalam berdasarkan dalil yang kuat. Menurut Arjuan, hal ini secara tidak langsung membentuk pola pikir audiens yang lebih terarah dan bernalar dalam melihat persoalan keagamaan.

Rogi mengungkapkan bahwa ceramah Ust. Adi Hidayat turut membentuk pola pikir audiens menjadi lebih terbuka. Ia menyebut bahwa pemaparan yang disampaikan mendorong audiens untuk tidak eksklusif dalam beragama, tetapi justru bersikap moderat dan inklusif. Menurutnya, audiens yang mendengarkan ceramah Ust. Adi Hidayat cenderung lebih menerima perbedaan pandangan, bersedia mendengar argumen orang lain, dan tidak merasa paling benar sendiri. Ia menilai bahwa pengaruh ini sangat penting dalam membentuk sikap keberagaman yang damai dan toleran di tengah masyarakat yang beragam.

Bayu menyoroti bagaimana gaya penyampaian Ust. Adi Hidayat yang logis dan kontekstual mampu mempengaruhi cara berpikir audiens, terutama generasi muda. Ia menjelaskan bahwa Ust. Adi Hidayat kerap mengaitkan kisah-kisah sejarah Islam dengan analogi kehidupan masa kini secara masuk akal. Bagi Bayu, pendekatan ini membuat isi dakwah lebih mudah dipahami dan lebih relevan, terutama bagi mereka yang lebih tertarik dengan penjelasan yang rasional dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah tersebut mampu merangsang audiens untuk berpikir kritis dan reflektif dalam menyikapi nilai-nilai keagamaan.

Secara keseluruhan, ketiga narasumber menyatakan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ust. Adi Hidayat bukan hanya berisi materi keislaman, tetapi juga memberikan pengaruh terhadap cara audiens berpikir dan bersikap. Baik melalui penjelasan yang berbasis dalil, pendekatan yang moderat, maupun gaya penyampaian yang logis dan adaptif, dakwah Ust. Adi Hidayat berhasil menyentuh dimensi intelektual dan spiritual audiensnya. Temuan ini sejalan dengan teori resepsi, bahwa audiens adalah pihak yang aktif dan selektif dalam memaknai pesan, dan pengaruh tersebut tergantung pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan.

C. Pembahasan Hasil

1. Analisis Pesan Dakwah Yang Disampaikan Oleh Ust. Adi Hidayat Di Youtube

Hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa informan menunjukkan bahwa pesan dakwah Ust. Adi Hidayat di YouTube diterima secara positif oleh audiens dari berbagai latar belakang. Penyampaian pesan yang terstruktur, berbasis dalil, dan menggunakan bahasa yang komunikatif menjadikan ceramah beliau mudah dipahami dan relevan dengan permasalahan aktual yang dihadapi masyarakat.

Salah satu informan, Arjuan, menyatakan bahwa masyarakat sering menjadikan ceramah Ust. Adi Hidayat sebagai rujukan ketika menghadapi persoalan terkait ibadah maupun kehidupan sosial. Menurutnya, YouTube memudahkan audiens untuk mengakses jawaban atas permasalahan tersebut, karena ceramah disampaikan dengan sistematis dan terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa audiens bersikap aktif dalam mencari konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Temuan ini sesuai dengan teori Uses and Gratifications, yang menyatakan bahwa khalayak menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan bimbingan spiritual. Dalam konteks ini, audiens tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi secara aktif memilih, menonton, dan memahami ceramah yang dianggap relevan dengan situasi mereka. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang menemukan bahwa media sosial seperti YouTube menjadi sumber rujukan utama dalam pencarian jawaban keagamaan bagi masyarakat urban Muslim di Indonesia.

Selanjutnya, Rogi menyampaikan bahwa ceramah Ust. Adi Hidayat dapat dipahami oleh berbagai kalangan, dari yang berpendidikan tinggi dalam ilmu agama hingga masyarakat awam. Ia menyebut bahwa gaya penyampaian yang sederhana namun bernas membuat pesan dakwah lebih mudah dicerna oleh semua usia. Ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan Ust. Adi Hidayat bersifat inklusif dan transformatif.

Fenomena ini berkaitan dengan teori Resepsi dari Stuart Hall (1980), yang menjelaskan bahwa pemaknaan pesan oleh audiens sangat bergantung pada latar belakang sosial, pendidikan, dan budaya. Dalam temuan ini, mayoritas audiens menafsirkan pesan dakwah Ust. Adi Hidayat dalam kerangka dominant reading mereka memahami dan menerima pesan sesuai dengan maksud komunikator, karena bentuk penyampaiannya disesuaikan dengan konteks audiens Indonesia yang beragam.

Sementara itu, informan lain, Bayu, menekankan bahwa penyampaian Ust. Adi Hidayat yang “singkat dan jelas” menjadikan ceramah beliau sangat mudah dipahami. Bayu menilai bahwa analogi yang digunakan dalam menyampaikan pesan, terutama yang menghubungkan sejarah Islam dengan situasi kontemporer, sangat efektif menarik perhatian generasi muda. Dalam hal ini, Ust. Adi Hidayat menggunakan teknik komunikasi dakwah yang menggabungkan unsur informatif, edukatif, dan adaptif, yang menurut Effendy (2006) merupakan kunci komunikasi dakwah yang efektif dalam menjangkau khalayak luas.

Secara keseluruhan, ketiga informan menggambarkan bahwa ceramah Ust. Adi Hidayat di YouTube tidak hanya dipahami, tetapi juga berdampak pada cara berpikir dan sikap keberagamaan audiens. Penyampaian yang mengedepankan logika, dasar keilmuan, dan pendekatan psikologis membentuk citra da'i yang kredibel dan terpercaya, sebagaimana dijelaskan dalam teori komunikasi persuasif oleh Hovland et al. (1953) yang menempatkan kredibilitas sebagai unsur penting dalam keberhasilan penyampaian pesan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya terletak pada isi dakwah, tetapi juga pada kemampuan menyesuaikan gaya penyampaian dengan kebutuhan audiens, memanfaatkan media digital secara efektif, dan menghadirkan kedalaman makna yang mampu menyentuh sisi intelektual dan emosional pendengar.

2. Analisis Elemen Penyampaian Dakwah Ust. Adi Hidayat Yang Dianggap Menarik Atau Mudah Dipahami Oleh Audiens

Berdasarkan wawancara dengan tiga informan, ditemukan bahwa elemen-elemen dalam penyampaian dakwah Ust. Adi Hidayat yang dianggap menarik atau mudah dipahami tidak hanya terletak pada isi materi, tetapi juga pada pendekatan komunikatif, relevansi pesan, dan gaya personal beliau dalam menyampaikan dakwah. Temuan ini memperlihatkan bahwa bentuk penyampaian pesan sangat menentukan sejauh mana dakwah dapat diterima dan diinternalisasi oleh audiens. Pertama, menurut informan Arjuan, daya tarik ceramah Ust. Adi Hidayat terletak pada keterkaitan isi ceramah dengan kondisi pribadi audiens. Ia mengatakan bahwa audiens merasa tersentuh dan “tersangkut paut” karena topik yang dibahas sering kali relevan dengan masalah hidup yang sedang mereka alami. Arjuan menyebut bahwa hal ini menimbulkan kesadaran batin, atau dalam istilahnya: “hidayah” dan “elemen kebaikan”.

Temuan ini berkaitan dengan teori relevansi pesan dalam komunikasi interpersonal dan publik, yang menekankan pentingnya person-centered messages yakni pesan yang dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan, nilai, dan pengalaman pribadi audiens. Dalam konteks dakwah, keterkaitan topik dengan pengalaman personal audiens memperkuat daya pengaruh pesan dan memudahkan proses penerimaan secara emosional dan spiritual.

Kedua, menurut informan Rogi, kekuatan Ust. Adi Hidayat terletak pada penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan. Ia menyebut bahwa ceramah beliau tidak membutuhkan “penerjemahan ulang” oleh audiens, karena apa yang disampaikan langsung bisa dipahami dalam sekali dengar. Ini menunjukkan bahwa Ust. Adi Hidayat memiliki kemampuan menyampaikan pesan kompleks dalam bentuk yang ringkas dan jelas.

Dalam konteks teori komunikasi dakwah, ini selaras dengan prinsip *al-bayān wa al-tablīgh*, penyampaian pesan yang jelas, tidak berbelit-belit, dan dapat dipahami oleh sasaran dakwah. Effendy (2006) juga menyebut bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kejelasan (*clarity*) dan kesesuaian pesan dengan tingkat pemahaman audiens. Pendekatan bahasa sederhana ini berperan besar dalam memperluas jangkauan dakwah kepada masyarakat umum, termasuk mereka yang minim pengetahuan keagamaan.

Ketiga, informan Bayu menambahkan bahwa kelugasan dan selipan humor ringan menjadi elemen yang membuat dakwah Ust. Adi Hidayat tidak terasa kaku. Menurutnya, penggunaan sedikit komedi menjadikan suasana dakwah lebih akrab dan mengurangi jarak antara dai dan audiens. Hal ini membuat ceramah lebih menarik, mudah diikuti, dan tidak menegangkan.

Pendekatan ini sejalan dengan prinsip etnografi komunikasi yang menekankan pentingnya kesadaran konteks sosial dan budaya dalam interaksi verbal. Humor yang digunakan secara tepat tidak hanya menciptakan keterlibatan emosional, tetapi juga dapat memperkuat hubungan komunikatif antara da'i dan jamaah. Dalam psikologi komunikasi, pendekatan ini dikenal sebagai *relational approach* yang memprioritaskan koneksi antar personal untuk memperkuat pengaruh pesan.

Secara umum, hasil temuan menunjukkan bahwa elemen-elemen penyampaian yang dianggap menarik oleh audiens berkaitan erat dengan relevansi isi, kejelasan bahasa, dan kehangatan penyampaian. Kombinasi ini memungkinkan dakwah tidak hanya diserap secara kognitif, tetapi juga diterima secara emosional dan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi dakwah modern, kompetensi komunikasi interpersonal seorang dai sama pentingnya dengan penguasaan materi keislaman.

3. Analisis Pesan Dakwah Yang Disampaikan Oleh Ust. Adi Hidayat Mempengaruhi Cara Berpikir Atau Sikap Keagamaan Audiens

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pesan dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya dipahami sebagai informasi keagamaan, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap pola pikir dan sikap keberagamaan audiens. Tiga narasumber yakni Arjuan, Rogi, dan Bayu menggambarkan bagaimana ceramah beliau mampu membentuk cara audiens berpikir secara kritis, terbuka, serta menumbuhkan sikap keberagamaan yang lebih moderat dan kontekstual.

Arjuan menyampaikan bahwa pengaruh terhadap cara berpikir audiens terlihat dari kebiasaan Ust. Adi Hidayat membuka sesi tanya jawab di akhir kajian. Melalui pertanyaan dari audiens seputar hukum Islam, ibadah, atau masalah kehidupan sosial, Ust. Adi Hidayat menjawab dengan rujukan langsung kepada Al-Qur'an, hadis, serta fikih. Menurut Arjuan, hal ini bukan hanya memberikan solusi, tetapi juga membentuk pola pikir yang rasional, berbasis dalil, dan ilmiah bagi audiens.

Temuan ini mencerminkan konsep komunikasi dakwah edukatif, dimana da'i tidak hanya menyampaikan perintah agama, tetapi juga memberi ruang dialogis agar audiens dapat memahami alasan dan konteks dari suatu ajaran. Menurut Suryanegara (2019), komunikasi dakwah yang edukatif bersifat dua arah dan mendorong tumbuhnya kesadaran rasional atas nilai-nilai agama, bukan sekadar menerima dogma secara pasif.

Rogi mengungkapkan bahwa ceramah Ust. Adi Hidayat berpengaruh terhadap pola pikir terbuka dan sikap keberagamaan moderat. Ia menjelaskan bahwa ceramah tersebut mengajarkan pentingnya menerima argumen orang lain, terbuka terhadap perbedaan pandangan, dan menghindari sikap eksklusif dalam beragama. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga membentuk karakter sosial yang toleran dan dialogis.

Pendapat Rogi berkaitan dengan konsep moderasi beragama yang belakangan menjadi perhatian penting dalam wacana dakwah kontemporer di Indonesia. Sebagaimana diungkapkan oleh Azra (2020), moderasi beragama adalah upaya menyeimbangkan antara keyakinan dengan toleransi, serta menolak ekstremisme dalam bentuk apa pun. Dakwah yang mendorong penerimaan terhadap keragaman pendapat merupakan bentuk aktualisasi dari semangat Islam wasathiyah (jalan tengah).

Bayu, narasumber ketiga, menyoroti bahwa Ust. Adi Hidayat mampu menganalogikan sejarah Islam dengan kehidupan masa kini secara logis dan mudah dimengerti. Bagi Bayu, pendekatan ini sangat efektif terutama bagi generasi muda yang cenderung menyukai penjelasan rasional dan kontekstual. Penyampaian dakwah yang menghubungkan masa lalu dengan realitas kekinian membuat pesan terasa lebih dekat dan bermakna.

Analisis Bayu memperkuat pandangan bahwa gaya dakwah Ust. Adi Hidayat menggunakan pendekatan kontekstual dan historis, yaitu menyampaikan pesan agama dengan membumikan nilai-nilai Al-Qur'an melalui contoh yang aktual. Dalam konteks dakwah digital, pendekatan ini sangat penting karena audiens tidak hanya menuntut kebenaran dalil, tetapi juga pemahaman yang logis dan aplikatif. Menurut Nasution (2021), pendekatan dakwah yang berbasis kontekstual mampu menjembatani ajaran Islam dengan tantangan zaman modern tanpa kehilangan esensi nilai ajaran tersebut.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa pesan dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformasional, mempengaruhi cara berpikir dan sikap keberagamaan audiens. Kemampuan menyampaikan dakwah dengan pendekatan ilmiah, terbuka, dan logis membuat audiens lebih reflektif dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah yang berhasil tidak hanya dilihat dari seberapa banyak informasi disampaikan, tetapi sejauh mana pesan tersebut membentuk cara pandang dan sikap hidup audiens dalam menjalani keberagamaannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ust. Adi Hidayat melalui platform YouTube berhasil dipahami secara baik dan diterima secara positif oleh audiens dari berbagai latar belakang. Ceramah-ceramah beliau tidak hanya menyampaikan materi keislaman secara normatif, tetapi juga mempengaruhi cara berpikir dan membentuk sikap keberagamaan audiens. Elemen-elemen seperti penggunaan bahasa yang sederhana, struktur penyampaian yang sistematis, keterkaitan topik dengan permasalahan nyata, serta gaya komunikasi yang lugas dan santai menjadikan dakwah beliau mudah dipahami dan lebih membumi. Audiens merasa bahwa pesan dakwah tersebut menyentuh sisi personal mereka dan memberikan solusi atas permasalahan hidup yang mereka alami.

Selain memberikan pemahaman, ceramah Ust. Adi Hidayat juga mendorong pola pikir yang lebih terbuka dan sikap keagamaan yang lebih moderat. Melalui pendekatan dakwah yang dialogis, berbasis dalil, serta kontekstual dengan kehidupan masyarakat, audiens tidak hanya menyerap informasi agama tetapi juga mengalami perubahan dalam

cara mereka merespons keberagaman dan tantangan sosial keagamaan. Keberhasilan komunikasi dakwah Ust. Adi Hidayat tidak hanya terletak pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuannya menyesuaikan gaya penyampaian dengan karakteristik dan kebutuhan audiens masa kini.

Saran

Bagi para pendakwah digital, disarankan untuk menerapkan pendekatan dakwah yang serupa dengan yang dilakukan oleh Ust. Adi Hidayat, yaitu dengan menyampaikan materi secara terstruktur, berbasis dalil, namun tetap komunikatif dan mudah dicerna. Pendakwah juga diharapkan lebih peka terhadap isu-isu sosial dan kebutuhan psikologis audiens agar dakwah yang disampaikan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Bagi masyarakat atau audiens, penting untuk tetap bersikap kritis dalam menyikapi konten dakwah digital. Masyarakat sebaiknya lebih selektif dalam memilih sumber dakwah dan tidak langsung menerima informasi tanpa memverifikasi kebenarannya. Sikap ini penting untuk menghindari penyebaran paham keagamaan yang ekstrim, intoleran, atau menyesatkan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan membandingkan lebih dari satu tokoh pendakwah atau melakukan studi longitudinal mengenai dampak dakwah digital terhadap perubahan sikap keagamaan dalam jangka panjang. Penelitian lebih lanjut juga bisa mengkaji peran algoritma media sosial dalam menentukan keterpaparan audiens terhadap konten dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhary, Muhammad Wahyu. "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Keharusan Rumah Makan Tutup Saat Ramadhan Dalam Konten Tiktok @Pares.Id." Universitas Satya Negara Indonesia, 2024.
- Ahmad, Nur. "TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI." AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam 1, no. 1 (2013): 24.
- Azra, Azyumardi. "Moderasi Beragama Dalam Perspektif Indonesia." Jurnal Maarif Institute 15, no. 1 (2020): 12–18.
- Burleson, Brant R. "The Experience and Effects of Emotional Support: What the Study of Cultural and Gender Differences Can Tell Us About Close Relationships, Emotion, and Interpersonal Communication." *Personal Relationships* 10, no. 1 (2003): 1–23.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Fifi Nurdiana Putri. "Gaya Bahasa Ustadz Adi Hidayat Dalam Ceramah 'Menanggapi Hinaan Dan Celaan' Di Kanal YouTube Audio Dakwah." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya., 2023.
- Gamble, Teri Kwal, dan Michael Gamble. *Communication Works*. 11th Ed.,. New York: McGraw-Hill, 2014.
- Hall, Stuart. *Encoding/Decoding*." Dalam *Culture, Media, Language*, Disunting Oleh Stuart Hall et Al. London: Hutchinson, 1980.
- Hovland, Carl I., Irving L. Janis, dan Harold H. Kelley. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven, CT: Yale University Press, 1953.
- Junaidi. "Memahami Psikologi Audiens Dalam Dakwah." AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya 11, no. 1 (2020).
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1973): 509–523.
- Lubis, M. "Dakwah Digital Dan Perilaku Keberagaman Generasi Muda Di Indonesia."

- Jurnal Komunikasi Islam 12, no. 1 (2022): 45–60.
- McQuail, D. *Mass Communication Theory*, Fifth Edition. London: SAGE Publications, 2000.
- Monica Indriya Pramesti. “Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah.” Universitas Muhammadiyah Jakarta., 2023.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Nasution, Irfan. *Dakwah Kontekstual Di Era Digital: Menjawab Tantangan Zaman Melalui Media Sosial*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Rofiq, Mohammad. “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Public Speaking KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur.” *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 4, no. 2 (2024): 36.
- Saville-Troike, Muriel. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. 3rd Ed. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2003.
- Sayyidah, S., Ramadoni, M. A., & Bakti, A. F. “Program Dakwah Pada ‘Channel YouTube Ustadz Adi Hidayat Official’ Perspektif Audiences.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, , STAIN Mandailing Natal, 2023.
- Suryanegara, Ahmad. *Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Wahid, Lalu Abdurrachman. “Penerapan Psikologis Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dakwah.” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 13, no. 1 (2021).