



# JURNAL MUDABBIR

(Journal Research and Education Studies)

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025

<http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir>



ISSN: 2774-8391

## Analisis Isi Pesan Dakwah pada Konten “Pertanda” dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official

Maulida Rizki Hasanah <sup>1</sup>, Muhammad Naufal Annabil <sup>2</sup>, Hasbi Hasidiqi <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: [maulidarizkihasanah@gmail.com](mailto:maulidarizkihasanah@gmail.com) <sup>1</sup>, [naufalannabil4@gmail.com](mailto:naufalannabil4@gmail.com) <sup>2</sup>,  
[hhasidiqi06@gmail.com](mailto:hhasidiqi06@gmail.com) <sup>3</sup>

### ABSTRAK

Dakwah di zaman digital mengalami perubahan besar seiring dengan kemajuan platform media sosial yang berfungsi sebagai alat komunikasi massal. Penelitian ini bertujuan untuk menilai isi, pengelompokan, dan metode penyampaian pesan dakwah dalam video "Pertanda" yang dipublikasikan di kanal YouTube Adi Hidayat Official. Metodologi yang diambil adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Data dikumpulkan melalui observasi tanpa berpartisipasi dan dokumentasi berkaitan dengan konten video. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam video tersebut terbagi dalam tiga kategori yaitu: akidah, syariah, dan akhlak, dengan penekanan pada pesan akidah yang memfokuskan pada iman kepada Allah, takdir, dan kehidupan setelah mati. Penyampaian pesan dilakukan dengan cara yang komunikatif dan interaktif, menggabungkan ceramah naratif, kisah para nabi, papan tulis, variasi intonasi, dan gerakan tubuh. YouTube terbukti menjadi platform yang efektif untuk menyebarluaskan dakwah secara luas dan kontekstual.

**Kata kunci:** *Adi Hidayat, Analisis Isi, Dakwah Digital, Pesan Dakwah, YouTube.*

### ABSTRACT

*Dakwah in the digital age has undergone significant changes in line with the advancement of social media platforms that function as mass communication tools. This study aims to assess the content, categorization, and delivery methods of dakwah messages in the video “Pertanda” published on the Adi Hidayat Official YouTube channel. The methodology adopted is a descriptive qualitative approach using content analysis techniques. Data was collected through non-participatory observation and documentation related to the video content. The findings reveal that the da'wah messages in the video are divided into three categories: creed, sharia, and*

*ethics, with an emphasis on creed-related messages focusing on belief in Allah, destiny, and life after death. The messages are delivered in a communicative and interactive manner, combining narrative lectures, stories of the prophets, whiteboards, variations in intonation, and body movements. YouTube has proven to be an effective platform for disseminating dakwah widely and contextually.*

**Keywords:** *Adi Hidayat, Content Analysis, Digital Da'wah, Da'wah Message, YouTube.*

## PENDAHULUAN

Media digital saat ini telah bertransformasi menjadi tempat baru untuk menyebarluaskan ajaran agama. Dalam hal ini, aktivitas dakwah menjadi tanggung jawab kolektif untuk mengarahkan umat manusia menuju jalan Allah SWT. Perubahan dari dakwah yang berlangsung di mimbar fisik ke platform digital seperti YouTube membukakan peluang strategis sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam komunikasi agama (Kamaluddin, 2016).

Salah satu tokoh yang menggunakan media ini secara aktif adalah Ustadz Adi Hidayat, yang melalui saluran YouTube-nya menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang terorganisir dan sistematis. Saluran Adi Hidayat Official dikenal berkat kontennya yang menggabungkan argumen berbasis wahyu dan rasional, serta penggunaan pendekatan visual dan naratif. Ini membuat ceramahnya tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga sangat menarik serta mudah dipahami.

Salah satu video berjudul "Pertanda" menjadi contoh bagaimana dakwah modern bisa disajikan dengan cara yang kreatif dan reflektif, mengangkat masalah sosial dan spiritual dengan pendekatan yang sesuai dan ilmiah (Muharromah & Kamil, 2024). Kehadiran sosial media telah merombak secara signifikan cara komunikasi dakwah.

YouTube sebagai media audiovisual memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan secara bersamaan melalui elemen verbal, suara, ekspresi wajah, dan grafik visual. Menurut Suryadi (2022), kemajuan teknologi digital menciptakan ruang baru bagi dai untuk menyesuaikan metode dakwah mereka supaya lebih komunikatif, visual, dan interaktif. Ini melahirkan pendekatan-pendekatan baru dalam berdakwah yang lebih responsif terhadap karakteristik masyarakat kontemporer.

Dakwah digital tidak hanya fokus pada isi pesan, tetapi juga memperhatikan unsur teknis dalam penyampaian seperti kualitas video, cara berkomunikasi, dan

interaktivitas dengan audiens. Dalam hal ini, Ustadz Adi Hidayat telah menciptakan reputasi sebagai pendakwah yang tidak hanya kuat dalam material, tetapi juga paham terhadap teknik penyampaian modern dengan pendekatan yang edukatif dan terstruktur. Menurut Maulana (2020), keberhasilan dakwah dalam era digital sangat bergantung pada kemampuan pendakwah untuk mengkombinasikan substansi agama dan strategi komunikasi masa kini. Signifikansi penelitian ini adalah untuk menilai metode penyampaian dakwah kontemporer melalui media digital, serta bagaimana pesan-pesan keagamaan disusun. Penelitian ini menawarkan inovasi dengan melakukan analisis mendalam terhadap satu konten video dan menganalisisnya menggunakan metodologi analisis isi. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah digital yang lebih relevan dan bermakna.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini melihat bahwa realitas sosial bersifat subjektif dan terbentuk melalui interaksi, pengalaman, serta penciptaan makna oleh individu dalam konteks sosial yang spesifik (Manzilati, 2017). Dalam hal ini, video “Pertanda” dianggap sebagai representasi dakwah digital yang membentuk pemahaman keislaman melalui simbol, narasi, dan visualisasi pesan.

Metodologi yang diterapkan adalah analisis isi yang bertujuan untuk mendalami pesan dakwah, baik yang jelas maupun yang tersirat. Teori ini digunakan untuk menganalisis struktur pesan spiritual yang disampaikan dalam video, mencangkup tema, kategori pesan, simbol visual, dan cara penyajiannya. Sebagaimana dijelaskan oleh Krippendorff (2018), analisis isi adalah metode yang sesuai untuk mengevaluasi komunikasi dalam konteks sosial dan budaya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Observasi Partisipatif partisipasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengamatan yang mendalam terhadap video “Pertanda” yang diunggah di kanal YouTube Adi Hidayat Official, dengan mencatat

struktur pesan, gaya penyampaian, serta nilai keislaman yang terkandung dalam video tersebut. Dokumentasi dilakukan dengan menciptakan transkrip dari isi ceramah dan melakukan pengkodean untuk mengidentifikasi kategori pesan dakwah seperti akidah, syariah, dan akhlak.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diambil langsung dari video "Pertanda", sementara data sekunder diperoleh dari jurnal akademik, buku komunikasi dakwah, dan referensi online yang relevan untuk memperkuat analisis secara teoritis.

Analisis data dilaksanakan melalui beberapa langkah: reduksi data, pengelompokan tema, penafsiran makna, dan penyajian data dalam bentuk naratif (Assingily, 2021). Pendekatan ini dipilih untuk menyajikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana pesan-pesan keagamaan dikonstruksi dan disampaikan secara efektif melalui media dakwah digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan analisis dalam studi ini disajikan dalam tiga aspek utama yang menjadi perhatian utama: konten pesan dakwah, pengelompokan pesan dakwah, dan metode penyampiannya.

### **1. Konten Pesan Dakwah**

Video berjudul "Pertanda" oleh Ustadz Adi Hidayat mengungkapkan beragam pesan dakwah yang memiliki sifat spiritual dan praktis. Pesan-pesan inti yang teridentifikasi meliputi: dorongan untuk memperkuat iman kepada Allah SWT, pentingnya melakukan doa dan dzikir saat menghadapi tantangan dalam hidup, penegasan akan penerimaan terhadap takdir, serta peringatan mengenai sifat pamer kekayaan dan kesombongan. Selain itu, ada juga ajakan untuk melaksanakan ibadah sesuai kemampuan masing-masing dan membentuk keluarga dengan pandangan religius. Pesan-pesan ini mencerminkan bahwa dakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian ajaran, tetapi juga berperan dalam pengembangan karakter individu.

Ini sejalan dengan penjelasan Kamaluddin (2016) yang menyatakan bahwa pesan dakwah mencakup aspek etika, spiritualitas, dan sosial yang dapat membimbing umat dalam menjalani hidup. Menurut Eriyanto (2011), untuk komunikasi yang efektif, isi harus relevan dan menyentuh kondisi sosial audiens, dan hal ini terlihat dari cara Ustadz Adi menanggapi fenomena-fenomena terkini dengan narasi keagamaan.

Pesan-pesan tersebut menggambarkan bahwa dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membentuk karakter umat. Hal ini sejalan dengan temuan Syaifuddin dan Muhid (2021) bahwa pesan dakwah modern harus mencakup aspek moral, spiritual, dan sosial yang membimbing manusia dalam kehidupan. Ashari et al. (2024) menambahkan bahwa isi komunikasi yang efektif harus kontekstual dan menyentuh realitas sosial audiens, dan ini tampak dari bagaimana Ustadz Adi merespons fenomena-fenomena aktual melalui narasi keagamaan.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya pendekatan yang sesuai dengan konteks dalam menyampaikan pesan dakwah. Seperti yang dijelaskan oleh Rahmawati et al. (2024), komunikasi yang berhasil bukan hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh keterkaitannya dengan situasi sosial pendengar. Dakwah yang berfokus pada masalah-masalah konkret yang dihadapi masyarakat, seperti tantangan hidup, keyakinan, dan ketenangan jiwa, akan lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens.

Konsekuensi dari temuan ini adalah pentingnya pendekatan yang kontekstual dalam menyampaikan pesan dakwah. Seperti yang dinyatakan oleh Krippendorff (2018), efektivitas komunikasi tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga pada relevansinya dengan konteks sosial audiens. Dakwah yang menargetkan isu-isu aktual yang dihadapi umat, seperti ujian kehidupan, keyakinan, dan ketenangan pikiran, akan lebih mudah diterima dan diterapkan oleh pendengar.

## 2. Kategorisasi Pesan Dakwah

Berdasarkan isi analisis, pesan dakwah yang terdapat dalam video "Pertanda" dibagi menjadi tiga kelompok:

- a. Akidah: kepercayaan pada kekuatan Allah, hari kiamat, dan takdir.

- b. Syariah: pelaksanaan ibadah, seperti sujud, nazar, dan kesesuaian ibadah dengan kemampuan seseorang.
- c. Akhlak: dorongan untuk bersikap tawakal, sabar, rendah hati, dan menghindari riya.

Pembagian ini mengacu pada struktur fundamental ajaran Islam, yang terdiri dari iman, Islam, dan ihsan, yang menurut Kamaluddin (2016), merupakan pilar utama dalam menyusun materi dakwah.

Ketiga kategori ini berfungsi sebagai dasar untuk menciptakan individu muslim yang lebih utuh. Aspek akidah menjadi lebih menonjol karena berkaitan langsung dengan aspek filosofis dan spiritual yang menjadi landasan perilaku umat saat menghadapi dinamika sosial.

Dalam lingkungan komunikasi dalam konteks agama, pengelompokan pesan ini membuat penerimaan serta pemahaman dari audiens menjadi lebih mudah. Zaini dan Rahmawati (2021) menyatakan bahwa pesan dakwah yang terencana dan teratur memudahkan para pendakwah dalam menyampaikan isi materi dan juga membantu audiens dalam menghayati nilai-nilai yang diajarkan. Dengan cara ini, pengelompokan ini berkontribusi pada efektivitas komunikasi dakwah di platform digital.

### 3. Cara Penyampaian Pesan Dakwah

Cara Penyampaian Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan beragam metode komunikasi dalam mendistribusikan dakwah:

- a. Cerita tentang para nabi digunakan sebagai contoh dan penegasan arti
- b. Papan tulis dipakai untuk menegaskan konsep-konsep penting
- c. Perubahan intonasi dan jeda vokal untuk menarik perhatian audiens
- d. Isyarat tubuh dan gerakan sebagai dukungan terhadap pesan verbal
- e. Sentuhan humor yang ringan bertujuan untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar

Strategi-strategi ini memperkuat pemahaman makna dalam dakwah. Dari sudut pandang komunikasi simbolik, sebagaimana dijelaskan oleh Krippendorff (2018), inti dari pesan tidak hanya terletak pada kata-katanya, tetapi juga pada cara pesan tersebut dibangun secara visual dan vokal. Ini membuat dakwah Ustadz Adi

lebih interaktif serta mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Rahmat (2001) menyatakan bahwa komunikasi yang melibatkan emosi dan simbol mesra akan meningkatkan efektivitas pesan.

Dalam pandangan komunikasi simbolis, seperti yang dijelaskan oleh Damanik (2023), makna tidak hanya terdapat pada kata-kata, tetapi juga pada cara pesan tersebut dibentuk secara visual dan lisan. Ini membuat dakwah Ustadz Adi lebih interaktif dan lebih mudah dimengerti oleh berbagai audiens. Komunikasi yang meliputi emosi dan simbol yang kuat meningkatkan dampak pesan (Rahmawati et al., 2024). Dakwah yang disampaikan dengan bantuan retorika dan visualisasi, seperti yang dilakukan oleh Ustadz Adi, tidak hanya menyampaikan informasi agama, tetapi juga menghidupkan makna pesan secara emosional dan logis. Akibatnya, pendakwah di era digital diwajibkan untuk menguasai berbagai media serta teknik komunikasi modern agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan juga diterima dengan baik oleh publik yang luas.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital yang disajikan dengan narasi yang kuat, struktur pesan yang jelas, dan gaya penyampaian yang komunikatif dapat memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat modern sekaligus menjaga inti ajaran Islam.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengindikasikan bahwa video berjudul "Pertanda" dalam saluran YouTube Adi Hidayat Official menyampaikan pesan-pesan dakwah yang disusun secara terstruktur, mudah dipahami, dan relevan dengan konteks. Pesan-pesan yang disampaikan terbagi dalam tiga kategori utama: akidah, syariah, dan akhlak. Dalam hal ini, pesan akidah menjadi yang paling dominan, dengan penekanan pada kepercayaan kepada Allah, takdir, dan kehidupan setelah mati.

Kategori syariah menekankan pentingnya menjalankan ibadah sesuai dengan kemampuan individu, sementara kategori akhlak mendorong penguatan sikap tawakal, kesabaran, dan menghindari sifat angkuh. Metode yang diterapkan oleh Ustadz Adi Hidayat sangat berkontribusi pada efektivitas komunikasi dakwah. Pendekatan yang melibatkan kisah-kisah nabi, penggunaan papan tulis, variasi intonasi, bahasa tubuh, serta sentuhan humor menjadikan ceramahnya lebih menarik dan mudah dicerna oleh berbagai kalangan. Strategi ini selaras dengan prinsip komunikasi simbolik, yang menekankan pentingnya elemen visual dan emosional dalam penguatan pesan.

Gaya penyampaian yang komunikatif dan edukatif menjadi salah satu kekuatan utama dalam menjangkau audiens digital yang beragam. Pemanfaatan cerita, media visual seperti papan tulis, serta intonasi dan bahasa tubuh memperkuat kedalaman pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, melainkan juga oleh cara penyampaiannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa platform digital seperti YouTube bisa menjadi alat dakwah yang efisien bila dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat. Pesan-pesan dakwah yang dihadirkan dengan konteks yang sesuai dan relevan dengan kehidupan masyarakat dapat membangun pemahaman serta perilaku keagamaan yang lebih kokoh. Dengan begitu, dakwah digital berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi agama, tetapi juga sebagai alat untuk membangun karakter umat secara menyeluruh.



## REFERENSI

- Ashari, M. F., Dova, M. K., & Jaya, C. K. (2024). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(2), 137-161.
- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Eriyanto. (2011). *ANALISIS ISI: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi & Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. PRENADAMEDIA GROUP.
- KAMALUDDIN. (2016). Pesan Dakwah. *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 02(02), 37-58.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. sage Publications.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Muharromah, S. D., & Kamil, A. Z. (2024). REKONSTRUKSI PERAN DAN KEDUDUKAN PEREMPUAN DI ERA KONTEMPORER: ANALISIS TAFSIR AUDIOVISUAL ADI HIDAYAT DI YOUTUBE ADI HIDAYAT OFFICIAL. *AL FAWATIH Jurnal Kajian al-Qur'an dan Hadis*, 5(2), 243-262.
- Rahmat, J. (2001)). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rahmawati, D., & Zaini, A. (2021). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, 8(1), 162-172. <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266-279. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Sambas, S. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Pustaka Setia.
- Sukayat, T. (2023). Da'wah communication in the Contemporary Era: Implementing da'wah ethics on social media. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 43(2), 375-390. <https://doi.org/10.2158/jid.43.2.18465>
- Syaifuddin, & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah (AJID)*, 20(1), 17-28. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Gaya Media Pratama.
- Toyiba, U. M., Ilmiana, A. A., Mayardhi, A., Hudedi, & suryandari, M. (2023). Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official, Episode Klik Adi "Boleh Muslim Mengucapkan Selamat Natal?" *Student Scientific Creativity Journal*, 1(1), 296-308.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.