



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PREFERENSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA TERHADAP SIARAN VIDEO YOUTUBE
USTADZ HANAN ATTAKI**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)*

Oleh:

**Husein Al Fataah
NIM: B95219101**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2022**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang menandatangani di bawah ini:

Nama : Husein Al Fataah
NIM : B95219101
Prodi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini memberikan pernyataan secara sungguh-sungguh bahwa judul *Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki* seperti yang terlampir merupakan benar karya yang ditulis sendiri. Unsur-unsur yang tidak termasuk dalam karya saya pada skripsi tersebut dilampirkan sitasi dan dilampirkan pada daftar pustaka. Jikalau pada hari esok tertera bukti bahwa pernyataan saya tidak terbukti benar dan pelanggaran ditemukan terhadap karya skripsi ini, saya siap sedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Sidoarjo, 31 Desember 2022
Yang membuat pernyataan



Husein Al Fataah
B9521910

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Husein Al Fataah

NIM : B95219101

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas
Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran
Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 31 Desember 2022
Dosen Pembimbing,



Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP: 197911242009121001

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Husein Al Fataah
B95219101

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 06 Januari 2022

Tim Penguji

Penguji 1

Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji 2

Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si
NIP. 197312171998032002

Penguji 3

Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

Penguji 4

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si
NIP. 197301141999032004

Surabaya, 6 Januari 2022

Dekan,



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang menandatangani di bawah ini:

Nama : Husein Al Fataah

NIM : B95219101

Prodi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini memberikan pernyataan secara sungguh-sungguh bahwa judul *Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki* seperti yang terlampir merupakan benar karya yang ditulis sendiri. Unsur-unsur yang tidak termasuk dalam karya saya pada skripsi tersebut dilampirkan sitasi dan dilampirkan pada daftar pustaka. Jikalau pada hari esok tertera bukti bahwa pernyataan saya tidak terbukti benar dan pelanggaran ditemukan terhadap karya skripsi ini, saya siap sedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Sidoarjo, 31 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Husein Al Fataah

B9521910



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Husein Al Fataah
NIM : B95219101
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
E-mail address : Huseinalfataah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Husein Al Fataah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Husein Al Fataah, NIM. B95219101, 2022. Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Penelitian ini dala tujuannya guna mengetahui preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki. Metode yang dipilih pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Wawancara menjadi rujukan sumber data utama terhadap preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan mengimplementasikan *purposive sampling*. Dan data-data lainnya yang dapat mendukung penelitian.

Pada preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran Youtube Ustadz Hanan Attaki ditemukan berbagai preferensi faktor mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran Youtube Ustadz Hanan Attaki. Faktor pertama adalah faktor. Faktor utama adalah faktor pembawaan yang merupakan kepribadian Ustadz tersebut. Faktor kesesuaian dengan pemuda. Faktor audio-visual dimana video tersebut diisi oleh video ilustrasi dan *background*. Dan faktor durasi yang menggambarkan lama atau tidaknya video tersebut hal ini menentukan kejenuhan dan kesenangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Pada manfaatnya mahasiswa Ilmu Komunikasi mendapatkan beberapa manfaat dengan adanya siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki. Mereka mendapatkan kemudahan akses dalam belajar agama Islam dan pendakwah yang menyampaikannya kepada mereka dengan mudah.

Kata Kunci : Preferensi, Siaran Video, Youtube, Ustadz Hanan Attaki.

ABSTRACT

Husein Al Fataah, NIM. B95219101, 2022. Preference of Communication Science Student at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya for Ustadz Hanan Attaki's Youtube Video Broadcast.

This research aims to find out the preferences of Communication Studies students at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya towards Ustadz Hanan Attaki's Youtube video broadcasts. The method chosen in this research is descriptive qualitative. Interviews are a reference for the main data source on the preferences of Communication Studies Students at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya by implementing purposive sampling. And other data that can support research.

In the preferences of Communication Science students at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya for Ustadz Hanan Attaki's Youtube broadcasts, it was found that various Communication Science student preference factors for Ustadz Hanan Attaki's Youtube broadcasts. The first factor is factor. The main factor is the innate factor which is the personality of the Ustadz. Conformity factor with youth. The audio-visual factor where the video is filled with video illustrations and backsound. And the duration factor which describes the length or absence of the video determines the saturation and enjoyment of Communication Science students. The benefits of Communication Science students get several benefits with Ustadz Hanan Attaki's Youtube video broadcast. They get easy access to studying Islam and preachers who convey it to them easily. Keywords: Preference, Video Broadcast, Youtube, Ustadz Hanan Attaki.

Keywords: Preference, Video Broadcast, Youtube, Ustadz Hanan Attaki.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Konsep	12
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KERANGKA TEORITIK	18
A. Kajian Pustaka	18
1. Preferensi	18
1.1. Pengertian Preferensi	18
1.2. Preferensi Media	18
1.3. Faktor Preferensi Media	19
2. Siaran	20
2.1. Pengertian Siaran	20

2.2. Sejarah Penyiaran.....	20
2.3. Pengertian Siaran.....	21
3. Video.....	22
3.1. Pengertian Video	22
3.2. Karakteristik Video.....	22
3.3. Jenis Video.....	23
2.4. Kelebihan Video	23
4. Youtube.....	24
4.1. Pengertian Youtube.....	24
4.2. Karakteristik Youtube.....	24
4.3. Layanan Youtube	25
B. Kerangka Teoritik.....	25
C. Analisis Perspektif Islam	28
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Subjek, Objek, Lokasi Penelitian.....	35
C. Jenis dan Sumber Data	36
D. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Validitas Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	42
B. Penyajian Data	47

C.	Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	65
1.	Perspektif Teoretis Difusi Inovasi.....	72
2.	Perspektif Keislaman.....	75
BAB V	PENUTUP	80
A.	Kesimpulan.....	80
B.	Saran dan Rekomendasi	80
C.	Keterbatasan Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		91
A.	Pedoman Wawancara	91
B.	Transkrip Wawancara.....	93
C.	Dokumentasi Wawancara.....	119

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BABI PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak zaman awal permulaan turunnya Islam, agama ini tidak pernah berhenti untuk didakwahkan, dakwah berasal dari bahasa arab yang dimana *dal*, *'ain*, dan *wawu* menjadi huruf asalnya, hingga menjadikan artinya beragam makna. mengundang, minta tolong, memanggil, meratapi, mendo'akan, memohon, menangisi, meyuruh datang, menamakan. diantara 10 makna dakwah diatas, salah satunya sebagaimana surat *al-baqarah* ayat 221, makna yang terkandung adalah mengajak dan menyeru². Awalnya dilakukan melalui Rasulullah, para sahabat atau *Khulafaur Rasyidin*, lalu kepada *Tabi'in* hingga ke masa *Tabi'ut Tabi'in* sampai pada suatu titik dimana Islam bisa masuk ke Bumi Nusantara.

Cara berdakwah ini juga harus disesuaikan dengan siapa pendakwah ini akan menyampaikan dakwahnya, sebagaimana Sunan Kalijaga yang berdakwah kepada orang Jawa dengan metode pendekatan budaya-budaya yang dimiliki oleh orang Jawa, Sunan Kalijaga berhasil membuat suatu kearifan Wayang kulit menjadi media berdakwah yang berdialog-berdialog tentang *tasawuf* dan *akhlaqul karimah* yaitu akhlaq yang baik atau sopan dengan tokoh-tokoh yang diambil dari tokoh pewayangan yang telah dikenal dan disukai oleh masyarakat jawa³. Syair Jawa pun ternyata menjadi metode dakwah yang cocok bagi umat islam di Jawa

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, PT Fajar Interpratama Mandiri, 2004), ha15.

³ Solikin Solikin, Syaiful M, and Wakidi Wakidi, "Metode Dakwah Sunan Kalijaga Dalam Proses Islamisasi Di Jawa," *Pesagi (Jurnal Pendidikan dan Penelitian Sejarah)* 1, no. 2 (April 17, 2013), accessed October 16, 2019, <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/view/246>.

sebagaimana syair *tombo ati* atau obat hati oleh Sunan Kalijaga yang dikutip berdasarkan pesan Ibrahim al-Khawwash dengan makna bahwa penyakit hati bisa disembuhkan melalui beberapa amalan-amalan saleh⁴. Lalu ada ilir-ilir yang pada bait-bait awalnya memiliki arti dan makna bangkitnya iman Islam dari hati seseorang, lalu bait kedua adalah tentang seluruh panca rukun Islam yang harus diberlakukan bagi umat Islam, dan bait ketiga dengan makna perintah untuk bertobat yaitu memperbaiki dan tidak mengulangi kesalahan-kesalahan yang dulu dilakukan, hingga bait akhir ini menjadi pamungkas yang semua ini sebaiknya dilaksanakan karena *mumpung* masih hidup dan memiliki kesempatan⁵.

Sebagaimana pula dakwah kepada generasi terkini. Suatu golongan yang lahir pada rentang kisaran tahun 1995 – 2010 diberi istilah generasi Z⁶. generasi Z sedari awal kelahirannya telah diiringi oleh perkembangan teknologi, meliputi teknologi personal komputer, atau media elektrik lainnya seperti, telepon genggam pintar, jejaring internet, hingga bermedia sosial, dengan kemudahan internet, generasi Z menggunakan hal tersebut sebagai sumber utama untuk mencari suatu informasi⁷.

Maka dakwah secara *public relation* sudah tidak digandrungi lagi. *Public relations* berawal dari pecahan

⁴ Moh. Ali Aziz, *Mengenal Tuntas al-Qur'an* (Surabaya: Imtiyaz, 2012), hal 175-176.

⁵ Hariroh Fuadatul, “Nilai-Nilai Pendidikan Tasawuf (Telaah Terhadap Tembang Dolanan Jawa Iilir-Iilir)” (Diploma, STAIN Ponorogo, 2015), Accessed October 16, 2019, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/838/>.

⁶ fadhliha Izzati Rinanda Firamadhina And Hetty Krisnani, “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme,” *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2020): 199–208.

⁷ Ibid.

kata *public* dan *relations* maka hal ini dapat diberi makna sebagai konektivitas antar publik yang dimana diharapkan hadirnya rasa saling menguntungkan antara organisasi dan publik⁸. Selain itu adapula *human relations* yang diartikan sebagai komunikasi bersifat mengundang ajakan yang dilakukan oleh individu kepada orang lain.⁹ Maka hal ini bisa dilihat dengan berbagai kegiatan-kegiatan yang ada di masjid seperti ceramah agama, atau kegiatan keagamaan-keagamaan lainnya yang belum menjadi minat bagi Generasi Z. Tercatat dari survey pada tahun 2018 yang diadakan oleh Dewan Masjid Indonesia dan dilakukan selama lima hari mulai tanggal 17-21 Juli, diantara 888 pemuda dari 12 kota metropolitan di Indonesia yang memuat cakupan Jakarta, Depok, Bekasi, Tangerang, Bogor, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Makassar, Medan, dan Palembang, terdapat akumulasi persentase sebesar 66,4 persen pemuda tidak datang ke Masjid setiap harinya. Namun 95 persen responden mengatakan bahwa di setiap Masjid perlu mengadakan berbagai kegiatan agama seperti zikir, pengajian dan tabligh akbar¹⁰.

Cara berdakwah kepada generasi Z ini berarti harus menyesuaikan dengan apa yang telah disukai dan diminati oleh generasi Z merujuk pada tindakan yang sudah dilakukan Sunan Kalijaga dengan diberlakukannya

⁸ Ida Suryani Wijaya, "Public Relations Sebagai Profesi," *Lentera* 16, no. 2 Desember (December 31, 2014), accessed October 16, 2019, https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/182.

⁹ Fauzan Fauzan, "Etika Humas Dalam Perspektif Islam : Tinjauan Epistemologis," *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 2, no. 2 (December 31, 2018): 135–154.

¹⁰ Dewan Masjid Indonesia, "DMI-Merial Institute: 66,4 Persen Pemuda Tidak Ke Masjid Setiap Hari," *Dewan Masjid Indonesia*, last modified September 4, 2018, accessed October 17, 2019, <http://dmi.or.id/dmi-merial-institute-664-persen-pemuda-tidak-ke-masjid-setiap-hari/>.

pendekatan budaya, karena sebelumnya Sunan Kalijaga pernah memaparkan argumen bahwa masarakat hendak menjauh apabila telah di serang pendiriannya, maka caranya adalah dengan bertahap yaitu mengikuti apa yang mereka sukai dengan sekaligus mempengaruhi dengan hal tersebut, jika masyarakat telah memahami dan mengenal Islam maka dengan sendirinya kebiasaan-kebiasaan buruk akan hilang¹¹.

Jika tidak ada alternative dengan melakukan dakwah melalui siaran video dan menyebarkannya lewat media sosial, lalu bagaimana kemakmuran Masjid yang menjadi tempat dakwah Islam ini akan berlangsung, dakwah Islam ini akan menjadi sesuatu hal yang stagnan dan tidak maju serta tidak memiliki daya tarik bagi generasi selanjutnya yaitu generasi milenial. Jika ketertarikan pada dakwah Islam saja stagnan serta minim, maka agama Islam akan mengalami sebuah kemunduran. Jika ingin mengikuti apa yang telah dilakukan oleh Sunan Kalijaga maka akan lebih baik apabila dilakukan dengan metode *broadcasting* video melalui media sosial. *Broadcasting* yang dikenal di Indonesia dengan penyiaran adalah suatu cara dalam menyampaikan sebuah materi mulai dari proses produksi, persiapan untuk bahan materi siaran yang akan disiarkan hingga ke pemancaran menuju penonton atau pemirsa yang berada di suatu tempat¹². Sedangkan video adalah suatu media yang memili fungsi mampu untuk menarik perhatian serta minat dan juga jika dijadikan sebagai media belajar

¹¹ Ahmad Mukhlisin, "Pendidikan Karakter Pemimpin Melalui Tembang Dolanan (Analisis Tembang Lir-ilir Karya Sunan Kali Jaga)," *Jurnal Warna* 3, no. 1 (August 2, 2019): 41–49.

¹² Siti Rohmadini, "Pengaruh Tayangan Serial Kisah 9 Wali Episode 'Sunan Bonang Dan Gupta ja' Di Trans Tv Terhadap Kerukunan Dalam Keluarga Masyarakat Kelurahan Ampel Kota Surabaya" (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), accessed October 16, 2019, <http://digilib.uinsby.ac.id/15374/>.

maka video adalah saluran yang memaparkan suatu pembahasan dan ide sehingga membuat seseorang tidak cepat lupa serta paham tentang apa yang disampaikan¹³.

Lalu media sosial adalah suatu media dalam jaringan internet yang dapat membuat seseorang berkomunikasi, bekerja sama, maupun berbagi hingga membentuk ikatan-ikatan di dunia maya¹⁴ Di era teknologi ini terdapat beberapa media sosial yang tidak pernah luput dari perkembangan teknologi, diantaranya adalah *Facebook*, *Twitter*, *MySpace*, dan *Instagram*¹⁵. TikTok yang hadir pada tahun 2016 juga melejit naik menjadi aplikasi favorit generasi Z. Aplikasi ini juga mengalahkan punggawa terdahulu seperti YouTube dan Instagram. Dalam waktu 2 tahun saja setelah perilisannya, TikTok telah diunduh sebanyak 45,8 juta kali¹⁶.

Apabila disimpulkan berarti siaran video di media sosial jika dihubungkan dengan dakwah Islam adalah melakukan penyiaran-penyiaran video dakwah yang telah dibentuk semenarik mungkin lalu disebar dan diabagikan melalui platform-platform media sosial yang sangat digandrungi oleh generasi Z. Media sosial ini bisa menjadi

¹³ Putri- Nadya, "Efektifitas Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pengenalan Alat Musik Daerah Pada Pembelajaran Ips Bagi Anak Tunagrahita Ringan Di Sdlb 20 Kota Solok," *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus* 1, No. 2 (May 1, 2012), Accessed October 16, 2019, [Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858](http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858).

¹⁴ Ahmad Setiadi, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI," *Cakrawala - Jurnal Humaniora* 16, No. 2 (2016), Accessed October 16, 2019, [Https://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Cakrawala/Article/View/1283](https://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Cakrawala/Article/View/1283).

¹⁵ Noval Sufriyanto Talani, "Esensi Interaksi Visual Dalam Dunia Facebook Yang Virtual," *Jurnal Komunikasi* 9, No. 1 (2014): 69–84.

¹⁶ Yohana Noni Bulele, "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok," *Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology* 1, No. 1 (November 11, 2020): 565–572.

sesuatu yang memiliki nilai manfaat apabila digunakan secara benar, maka ini adalah suatu interaksi yang efektif untuk menyebarkan materi tentang nilai-nilai Islam, hingga pendakwah tidak harus berada di tv maupun radio, namun disertai syarat bahwa pendakwah tersebut tetap bersumber yang sangat terpercaya seperti poin pada *kitabullah* al-Qur'an dan rujukan *sabda* Rasulullah¹⁷. Fenomena sosial lebih menganggap bahwa media seperti *Youtube* lebih terjangkau dan banyak dimanfaatkan oleh pendakwah karena mudah untuk diakses dan komunikasi bisa tersampaikan dengan baik.¹⁸ *Youtube* tentunya menjadi sesuatu yang sangat bermanfaat bagi para pendakwah yang dimana dalam media ini mereka pergunakan untuk mencari bahan-bahan yang akan disampaikan hingga keperluan untuk pembuatan video, barulah setelah itu mereka akan menyebarkan karyanya kembali¹⁹.

Selain dari *Youtube*, Instagram pun juga menjadi sasaran para pendakwah, Yufid Tv merupakan satu dari sekian contoh akun yang berfokus pada dakwah yang sebelumnya bergelut di *Youtube* dengan menyajikan materi yang ringan namun bermanfaat.²⁰ Adapula akun yang

¹⁷ Musthofa Musthofa, "Prinsip Dakwah Via Media Sosial," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16, No. 1 (June 18, 2016): 51–55.

¹⁸ Yogi Ridho Firdaus, "Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)" (Other, IAIN SALATIGA, 2018), Accessed October 16, 2019, [Http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/](http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/).

¹⁹ Ibn Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)," *Jurnal Al-Khitabah* 4, No. 2 (January 8, 2019), Accessed October 16, 2019, [Http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951](http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951).

²⁰ Audah Mannan And Akhmad Fachri, "Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @Yufid.Tv Di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah," *Jurnal Dakwah Tabligh* 19, No. 2 (February 23, 2019): 218–237.

bermana hijabalila yang digagas oleh Ustadz Felix Siauw bersama istrinya yang mendesain videonya menjadi sebuah film pendek berdurasi satu menit dengan cerita ringan yang menggambarkan kehidupan sehari-hari.²¹ Selain itu terdapat akun bernama fuadbakh di Instagram yang menyampaikan nilai-nilai dakwah dengan efektif tentang ajaran-ajaran Islam serta berbagai perintah dan larangan dan juga fakta-fakta unik dan menarik yang berkaitan dengan syari'at Islam²². Tidak hanya dua media sosial tersebut saja, *Facebook* juga menjadi tempat yang digunakan oleh pendakwah karena terjadinya komunikasi dua arah yang dimana seseorang bisa mengomentari status yang telah dibuat oleh pendakwah²³.

Youtube merupakan sebuah laman guna membagikan video yang populer, pengguna memiliki akses untuk membagikan video, menonton video secara gratis. Secara umum video-video yang tersaji di Youtube adalah video-video yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna Youtube itu sendiri. Laman yang dibawah oleh perusahaan Google ini menyajikan fasilitas kepada para penggunanya untuk membagikan videonya sendiri dimana video tersebut dapat disebarluaskan hingga diakses kepada pengguna diseluruh dunia tanpa berbayar. Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Youtube adalah laman basis data video

²¹ Nisa Adilah Silmi, "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @Hijabalila" (Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), Accessed October 16, 2019, <http://digilib.uinsby.ac.id/26701/>.

²² Mulia Bella Nadyantana, "Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)" (Diploma, IAIN Ponorogo, 2018), Accessed October 16, 2019, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/3859/>.

²³ muhlis Muhlis, Usman Jasad, And Abdul Halik, "Bentuk Dakwah Di Facebook," *Jurnal Diskursus Islam* 4, No. 1 (May 1, 2016): 1–17.

yang paling digandrungi dalam dunia internet, juga paling lengkap dan variatif²⁴.

Laman video Youtube menjadi yang paling dominan di Amerika Serikat, tidak hanya negara tersebut saja melainkan telah dominan di seluruh dunia dengan mendominasi 43% pasar. 20 Jam durasi video tersaji pada laman Youtube setiap menitnya dengan telah ditonton oleh 6 miliar pengguna setiap harinya²⁵.

Dakwah membutuhkan pembaharuan guna menyelaraskan dengan berkembangnya era yang tidak dapat dibendung. Adanya gesekan globalisasi bisa saja menghempaskan Dakwah karena metodenya tidak memiliki relevansi dengan era yang selalu berkembang. Hal ini menuntut terbentuknya metode baru dalam dakwah yang mutlak perlu dijalankan guna memberikan tanggapan atas tantangan dakwah di masa sekarang²⁶.

Fenomena baru dalam dunia media saat ini telah terjadi suatu konvergensi media. Para penggiat media memberikan pemaparan terkait kemunculan konvergensi media yang dilihat sebagai suatu langkah multiplatform konglomerat media yang di fase sebelumnya terfokus pada satu platform saja sebagai media cetak, radio, televisi. Konvergensi media terbentuk akibat digitalisasi konten media, yang mengakibatkan media lama dan baru melebur²⁷.

²⁴ Fatty Faiqah, Muhammad Nadjib, And Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi* (2016): 259–272.

²⁵ Ibid.

²⁶ Muhamad Parhan, Prihatini Riezky A, And Sarah Alifa, "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:," *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, No. 02 (December 26, 2020): 175–196.

²⁷ Rizca Haqqu, "Era Baru Televisi Dalam Pandangan Konvergensi Media," *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 16, No. 1 (April 1, 2020): 15–20.

Konvergensi media memiliki kegunaan lain selain untuk memperkaya informasi yang telah tersaji, melainkan juga menciptakan ragam alternatif pilihan kepada khalayak untuk menaruh pilihan kepada informasi yang menjadi favoritnya, sehingga dakwah wajib dapat diakses dengan tanpa hambatan serta cepat yang dimana dakwah tersebut telah dibentuk menjadi sesuatu yang memiliki keunikan²⁸

Ustadz Hanan Attaki adalah pendakwah yang gencar melakukan dakwah kepada para pemuda dengan mendirikan salah satu gerakan yang diberi label “Pemuda Hijrah” pada tahun 2015. Gerakan ini berdiri berlandaskan keresahan dari Ustad Hanan Attaki yang meyakini bahwa dakwah Indonesia kurang memiliki perkembangan yang signifikan. Dakwah di Indonesia hanya menyentuh para Jama’ah yang memang sudah memahami dan menerapkan agama dengan baik, bertambahnya individu yang sadar lalu kembali ke jalan Allah jumlahnya sedikit²⁹.

Ustadz Hanan Attaki selaku pendiri Pemuda Hijrah sangat memiliki ketenaran digolongan pemuda, pada kanal media sosial Youtube pribadinya, Ustadz Hanan Attaki memiliki *subscribers* yang total jumlahnya menyentuh angka 411.238 *subscribers*. Dalam membentuk metode dakwahnya, Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang digandrungi anak muda, menambahkan ragam istilah gaul tapi tetap dengan bahasa-bahasa yang sangat sederhana dan memiliki kemudahan untuk dipahami para pemuda³⁰.

²⁸ Parhan, A, And Alifa, “Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media.”

²⁹ “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki) | Washiyah : Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi” (October 2, 2020), Accessed November 30, 2022, <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Washiyah/Article/View/16233>.

³⁰ Ibid.

Pemuda Indonesia yang memiliki kerinduan atas dakwah menjadi salah satu fokus dari gerakan Pemuda Hijrah. Dalam agenda dakwahnya Ustadz Hanan Attaki mengangkat tema dakwah yang menawarkan solusi atas problematika di kalangan kaum pemuda. Problematika yang terjadi pada pemuda tidak menjauh dari percintaan, perjalanan jenjang karir, hiburan, sosial, dan keluarga. Konten yang tersaji oleh Ustadz Hanan Attaki melalui Pemuda Hijrah memang dibungkus untuk memberi solusi terkait problematika pemuda yang telah disebut sebelumnya. Dari segi penggunaan bahasa yang memiliki relevansi dengan pemuda masa kini seperti “jangan kasih kendor”, “woles aja”, “geer” digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam ceramahnya³¹.

Kelebihan lain dari Ustadz Hanan Attaki adalah Ustadz Hanan Attaki berusaha memberikan penampilan yang sering melekat pada anak muda untuk menghilangkan jarak dan menimbulkan kedekatan kepada para pemuda, misalnya seperti kupluk, topi, kemeja, dan beberapa atribut yang merepresentasikan anak muda³².

Merujuk latar belakang masalah yang sudah dijabarkan dan data yang telah dibedah diatas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang “Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

B. Rumusan Masalah

Berdasar melalui latar belakang masalah diatas, dapat ditemukan masalah dalam penelitian ini yaitu:

³¹ Ibid.

³² Teguh Nurjaman And Rita Herlina, “Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial,” *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 8, No. 1 (June 30, 2021): 22–29.

1. Apa yang mendasari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki?
2. Apa manfaat yang dirasakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya setelah menikmati siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apa yang mendasari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki .
2. Mengetahui apa manfaat yang dirasakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya setelah menikmati siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki

D. Manfaat Penelitian

Hasil akhir dari penelitian ini mempunyai fungsi untuk mengetahui preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki serta memberikan pengertian kepada khalayak terkait apa yang mendasari preferensi dan manfaat apa yang telah diperoleh setelah menikmati video tersebut. Dan memberikan pengertian kepada khalayak terkait pentingnya konvergensi media karena telah berjalan era digitalisasi. Sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pencarian rujukan untuk meneliti bagaimana preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki. Juga dapat digunakan sebagai bentuk untuk melihat konvergensi media di era digital. Juga menelisik faktor apa yang mendasari preferensi dan manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi harapan dalam memperluas wawasan serta pengalaman dan dapat menghilangkan rasa ketidaktahuan bagi peneliti dalam mencari bagaimana preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran Youtube Ustadz Hanan Attaki.

b. Bagi Pendakwah

Dapat digunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran Youtube Ustadz Hanan Attaki. Agar kiranya pendakwah dapat mengerti apa yang menyentuh hati kaum generasi Z melalui apa yang disenangi oleh mereka.

E. Definisi Konsep

Setiap dimulainya penelitian terdapat pemaparan terkait suatu konsep yang hendak digunakan. Karena desain instrumen penelitian disusun oleh kerangka acuan

yang berdasarkan konsep penelitian. Sehingga dalam penelitian ini dapat diberikan batasan oleh peneliti.

1. Preferensi

Doris Grober mencetuskan pemaparan bahwa preferensi media secara umum mengharuskan pengguna media untuk menjatuhkan pilihan terkait media mana yang paling digandrungi. Kosakata preferensi secara umum dapat dimaknai sebagai pilihan utama, sehingga kata preferensi media umum digunakan dalam melihat penggunaan media massa oleh khalayak. Media massa saat ini cukup banyak dan bervariasi, sehingga masyarakat menentukan pilihan media yang paling disukai untuk digunakan sesuai tujuannya³³.

2. Siaran Video

Siaran merupakan istilah Indonesia dari *broadcasting*. Kegiatan ini merupakan sebuah proses penyampaian secara keseluruhan dengan cara menyiarkan yang dimulai dari menyiapkan materi produksi yang hendak dihantarkan melalui siaran, dilanjutkan dengan proses produksi penyiaran, pemantapan materi dan diakhiri dengan pemancaran atau penyebaran meluas kepada penerima, pemirsa, pendengar di suatu tempat. Penyebaran siaran dilakukan dengan penyebaran transmisi, seperti menggunakan media udara ataupun sebuah kabel, atau media yang lain, dan siaran memiliki sifat tersebar ke semua arah³⁴.

³³ Halomoan Harahap, "Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, No. 1 (July 5, 2017): 43.

³⁴ Rohmadini, "Pengaruh Tayangan Serial Kisah 9 Wali Episode 'Sunan Bonang Dan Guptaja' Di Trans Tv Terhadap Kerukunan Dalam Keluarga Masyarakat Kelurahan Ampel Kota Surabaya."

Definisi lain dari penyiaran berarti suatu proses penyebarluasan informasi menggunakan cara pemancaran atau penyebaran yang dikirimkan saat itu juga untuk pemirsa dimanapun lokasinya terletak. Diawali oleh persiapan bahan materi dan berakhir sampai penyebaran materi.³⁵

Media yang dapat dipertontonkan, dan juga mampu diperdengarkan dinamai sebagai media video. Fungsi dari media ini adalah dapat mengundang peminat karena kemenarikannya. Video juga memperjelas pengutaraan ide dengan cara pengilustrasian sehingga para pemirsa dapat menggunakan video sebagai media pembelajaran karena pemaparannya mudah untuk difahami dan disimpan dalam ingatan. Video bersifat ekonomis dan praktis dalam penggunaannya, hal ini akhirnya membuat video sangat memiliki relevansi apabila digunakan sebagai media pembelajaran³⁶.

Sistem yang dijalankan pada siaran video adalah dengan penyebarluasan tampilan gambar yang dapat bergerak diberi definisi sebagai video dan suara yang menyertainya diberi definisi audio dari pusat penyiaran hingga ke tempat dimana pemirsa sedang berada. Akomodasi berupa biaya, waktu, hingga tenaga juga dapat teratasi dengan siaran video yang memiliki istilah *video broadcast* dalam melakukan komunikasi dari tempat yang tidak sama. Hal ini telah berkembang, yang sebelumnya dilakukan melalui televise, saat ini dapat dilakukan

³⁵ Ibid.

³⁶ Nadya, "Efektifitas Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pengenalan Alat Musik Daerah Pada Pembelajaran Ips Bagi Anak Tunagrahita Ringan Di Sdlb 20 Kota Solok."

secara digital³⁷. Media yang didefinisikan sebagai video mempunyai kelebihan yang cukup mumpuni karena dapat menghadirkan gambar beserta iringan suara³⁸.

3. Media Sosial Youtube

Youtube merupakan sebuah laman guna membagikan video yang populer, pengguna memiliki akses untuk membagikan video, menonton video secara gratis. Secara umum video-video yang tersaji di Youtube adalah video-video yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna Youtube itu sendiri. Laman yang dibawah oleh perusahaan Google ini menyajikan fasilitas kepada para penggunanya untuk membagikan videonya sendiri dimana video tersebut dapat disebarluaskan hingga diakses kepada pengguna diseluruh dunia tanpa berbayar. Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Youtube adalah laman basis data video yang paling digandrungi dalam dunia internet, juga paling lengkap dan variatif³⁹.

Laman video Youtube menjadi yang paling dominan di Amerika Serikat, tidak hanya negara tersebut saja melainkan telah dominan di seluruh dunia dengan mendominasi 43% pasar. 20 Jam

³⁷ Dedi Usman Effendy, Agung Darmawansyah, And Rudy Yuwono, "Analisis Unjuk Kerja Sistem Digital Video Broadcast (Dvb)," *Jurnal Eccis* 3, No. 2 (2009): 10–16.

³⁸ Joni Purwono, "Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan," *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran* 2, No. 2 (2014), Accessed April 11, 2021, <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/tp/article/view/3659>.

³⁹ Faiqah, Nadjib, And Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram."

durasi video tersaji pada laman Youtube setiap menitnya dengan telah ditonton oleh 6 miliar pengguna setiap harinya⁴⁰.

4. Ustadz Hanan Attaki

Ustadz Hanan Attaki adalah pendakwah yang gencar melakukan dakwah kepada para pemuda dengan mendirikan salah satu gerakan yang diberi label “Pemuda Hijrah” pada tahun 2015. Gerakan ini berdiri berlandaskan keresahan dari Ustad Hanan Attaki yang meyakini bahwa dakwah Indonesia kurang memiliki perkembangan yang signifikan. Dakwah di Indonesia hanya menyentuh para Jama’ah yang memang sudah memahami dan menerapkan agama dengan baik, bertambahnya individu yang sadar lalu kembali ke jalan Allah jumlahnya sedikit⁴¹.

Ustadz Hanan Attaki selaku pendiri Pemuda Hijrah sangat memiliki ketenaran digolongan pemuda, pada kanal media sosial Youtube pribadinya, Ustadz Hanan Attaki memiliki *subscribers* yang total jumlahnya menyentuh angka 411.238 *subscribers*. Dalam membentuk metode dakwahnya, Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang digandrungi anak muda, menambahkan ragam istilah gaul tapi tetap dengan bahasa-bahasa yang sangat sederhana dan memiliki kemudahan untuk dipahami para pemuda⁴².

F. Sistematika Pembahasan

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki) | Washiyah.”

⁴² Ibid.

Pada bagian ini peneliti hendak menyusun sistematisasi pembahasan agar penelitian yang dilaksanakan dapat terstruktur dengan rapi dan menjadi suatu pemikiran yang padu sehingga memberikan kemudahan dalam pemahaman isi penulisan, dari sudut penulis maupun pembaca. Berikut penjabaran sistematisasi pembahasan pada Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini memuat terkait latar belakang masalah yang berpedoman pada judul penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematisasi pembahasan.

Bab II Kajian Teoritik. Yang tertuang pada bab ini adalah memuat kerangka teoritik yakni penjelasan konseptual yang selaras pada penelitian ini. Teori yang diimplementasikan, penelitian terdahulu yang memiliki konektivitas dengan penelitian juga tertuang dengan bab ini.

Bab III Metode Penelitian. Bab yang memuat terkait bahasan perkara metode yang digunakan peneliti dalam menjalankan penelitian. Tertuang pula pendekatan dan jenis penelitian, bagian analisis, jenis dan sumber data, proses tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini memuat perkara gambaran umum subjek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian (analisis data) berdasarkan perspektif teori.

Bab V Penutup. Bab ini memuat simpulan, rekomendasi, keterbatasan penelitian, serta daftar pustaka dan lampiran.

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Preferensi

1.1. Pengertian Preferensi

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada⁴³. Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu⁴⁴.

1.2. Preferensi Media

Doris Grober mencetuskan pemaparan bahwa preferensi media secara umum mengharuskan pengguna media untuk menjatuhkan pilihan terkait media mana yang paling digandrungi. Kosakata preferensi secara umum dapat dimaknai sebagai pilihan utama, sehingga kata preferensi media umum digunakan dalam melihat penggunaan media massa oleh khalayak. Media massa saat ini cukup banyak dan bervariasi, sehingga masyarakat menentukan pilihan media yang paling disukai untuk digunakan sesuai tujuannya⁴⁵.

⁴³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta, Cet Ke-10, 2000, h. 154

⁴⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya, Usana Offsetprinting, 1994, h. 62.

⁴⁵ Halomoan Harahap, "Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, No. 1 (July 5, 2017): 43.

1.3. Faktor Preferensi Media

McQuail merumuskan pemaparan terkait idealitas suatu media adalah media yang bersifat bebas, aksesibilitas menuju rujukan-rujukan informasi, serta memuat hal baik dan bervariasi. Media yang memiliki sifat bebas akan memberikan sajian informasi yang tepat dan akurat. Apabila tidak memiliki sifat yang menjunjung kebebasan maka keakuratan dan ketepatan akan kurang disajikan karena media telah dikendalikan oleh suatu kelompok demi kepentingan individual. *Freedom of the press* harus menjadi landasan dalam menyajikan informasi pada negara demokrasi⁴⁶.

Mempunyai akses terhadap sumber informasi akan memudahkan media dalam mengumpulkan berita secara baik. Media akan mendapatkan informasi langsung dari sumber yang berkompeten dan memiliki legalitas. Media yang dibatasi aksesnya terhadap sumber-sumber informasi akan menyajikan berita dari sumber kedua atau sumber yang kurang legal dan kompeten. Media massa idealnya menyajikan berbagai variasi informasi dan berbagai sudut pandang sehingga konsumen media mendapatkan pencerahan. Media yang mengarah pada industri, berusaha untuk mengembangkan berbagai variasi media seperti televisi, surat kabar, majalah, radio dan online dalam satu naungan perusahaan. Beberapa media di dunia sudah menjalankan bisnis media yang merambah berbagai negara⁴⁷.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

2. Siaran

2.1. Pengertian Siaran

Broadcasting apabila di terjemahkan, Indonesia mengenalnya dengan istilah penyiaran. Pengertian lebih lanjut dari istilah ini adalah suatu prosedural penghantaran pesan secara keseluruhan, dalam prosesnya penyiaran diawali dari melakukan persiapan materi produksi tentang apa yang akan dihantarkan, tahapan lebih lanjutnya adalah proses produksi untuk mengemas pesan tersebut hingga melakukan pemantapan materi yang hendak dihantarkan lalu kemudian dilaksanakan penghantaran pesan dengan cara disebarluaskan kepada penerima siaran atau pemirsa dan pendengar pada suatu tempat, penghantaran pesan ini dilakukan melalui transmisi siaran baik melalui udara maupun sebuah kabel hingga ke media yang lain yang memiliki sifat dapat menyebar ke semua arah⁴⁸.

Menurut Wahyudi, suatu proses penghantaran sebuah informasi melalui cara memancarkan atau menyebarluaskan dengan penyampaian langsung menuju pemirsa atau penonton dimanapun mereka berpijak yang diawali dari penyiapan bahan materi hingga kepada penyampaian materi⁴⁹.

2.2. Sejarah Penyiaran

Media penyiaran memiliki sejarah yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu berawal

⁴⁸ Siti Rohmadini, "Pengaruh Tayangan Serial Kisah 9 Wali Episode 'Sunan Bonang Dan Guptaja' Di Trans Tv Terhadap Kerukunan Dalam Keluarga Masyarakat Kelurahan Ampel Kota Surabaya" (Undergraduate, Uin Sunan Ampel Surabaya, 2017), Accessed October 16, 2019, <http://digilib.uinsby.ac.id/15374/>.

⁴⁹ Ibid.

ditemukannya radio oleh para pakar Teknik di Eropa dan Amerika yang menyebabkan penemuan teknologi media penyiaran. Yang kedua adalah sejarah media penyiaran sebagai sebuah industri yang berasal usul di Amerika. Heinrich Hertz pakar fisika Jerman yang berhasil menghantarkan dan memperoleh gelombang radio menjadi titik awal sejarah media penyiaran. Lalu Guglielmo Marconi (1874-1973) dari Italia berhasil menghantarkan sinyal morse yang berbentuk titik dan garis dari suatu alat pemancar menuju alat penerima. Penghantaran sinyal menggunakan gelombang elektromagnetik yang dilakukan oleh Marconi mampu menyebrangi lepas Samudra Atlantik pada tahun 1901⁵⁰.

2.3. Pengertian Siaran

Karakteristik yang melekat pada penyiaran memiliki keunikan dan lebih spesifik dikomparasikan dengan media bersifat cetak. Mengimplementasikan penyiaran, suatu informasi dapat tersampaikan kepada pemirsa secara langsung atau dapat diterima secara *real time* atau *live*. Semua momentum dapat secara langsung pada waktu bersamaan didengar atau dilihat oleh pendengar atau pemirsa dengan memuat populasi yang menyeluruh secara efektif dan dapat disiarkan ulang⁵¹.

⁵⁰ Sulvinajayanti Sulvinajayanti, *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran* (Parepare, Indonesia: Penerbit Aksara Timur, 2018), accessed April 11, 2021, <http://repository.iaipare.ac.id/839/>.

⁵¹ Rohmadini, "Pengaruh Tayangan Serial Kisah 9 Wali Episode 'Sunan Bonang Dan Guptaja' Di Trans Tv Terhadap Kerukunan Dalam Keluarga Masyarakat Kelurahan Ampel Kota Surabaya."

3. Video

3.1. Pengertian Video

Karakteristik media tidak hanya dapat dinikmati secara visual untuk dilihat dan audio untuk diperdengarkan disematkan pada pendefinisian video. Secara fungsional, video dapat mengundang minat serta atensi para penonton serta mempertegas pengkomunikasian ide dengan metode memberikan ilustrasi sehingga yang menonton atau pelajar yang menerapkan video sebagai saran pembelajaran dapat mempermudah pemahaman dan mudah dalam mengingatnya. Video secara efektif dan cocok ketika dioperasikan menjadi sarana pembelajaran⁵².

3.2. Karakteristik Video

Yusufhadi Miarso memberikan opininya terkait karakteristik video, sebuah hal yang mengandung unsur suara dan gambar. Media ini mempunyai keunggulan karena memuat dua jenis media, audio yang dapat diperdengarkan, dan visual yang dapat diperlihatkan. Menurut Djamarah S.B, Dkk, menyatakan video dapat dioperasikan sebagai sarana untuk pembelajaran karena terdapat sifat pendukung untuk digunakan sebagai media pembelajaran⁵³.

⁵² Putri- Nadya, "Efektifitas Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pengenalan Alat Musik Daerah Pada Pembelajaran Ips Bagi Anak Tunagrahita Ringan Di Sdlb 20 Kota Solok," *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus* 1, No. 2 (May 1, 2012), Accessed October 16, 2019, [Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858](http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858).

⁵³ Joni Purwono, "Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan," *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran* 2, No. 2 (2014), Accessed April 11, 2021, [Https://Jurnal.Fkip.Uns.Ac.Id/Index.Php/Tp/Article/View/3659](https://Jurnal.Fkip.Uns.Ac.Id/Index.Php/Tp/Article/View/3659).

- 1) Memiliki kemampuan dalam meningkatkan persepsi.
- 2) Memiliki kemampuan untuk meningkatkan pengertian.
- 3) Kemampuan untuk meningkatkan ingatan
- 4) Pembelajaran memberikan contoh langsung dan membuat pembelajaran lebih memberikan kesenangan dan menghindari kejenuhan untuk siswa.

3.3. Jenis Video

Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain mengklasifikasikan video menjadi dua bagian⁵⁴:

1. Audio-visual statis, memuat audio dan visual berupa gambar seperti video bingkai suara.
2. Audio-visual dinamis, media ini memiliki karakteristik untuk menampilkan unsur suara bergerak seperti yang ada siaran film.

Hiburan, pendokumentasian agenda kegiatan, lalu pendidikan sama-sama dijadikan sebagai tujuan kedua jenis video ini. Apa yang tersemat pada film dan video biasa mengandung informasi, menjabarkan suatu proses, memberikan penjelasan lebih lanjut terkait konsep yang rumit⁵⁵.

2.4. Kelebihan Video

Menurut Atoel video memuat kelebihan dan kegunaan seperti penyajian pesan dapat disampaikan lebih jelas agar tidak cenderung menggunakan bentuk kata-kata saja. Video mampu menghadirkan pengilustrasian yang mengatasi daya indera untuk memikirkan suatu hal. Adanya

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

video juga dapat melahirkan suatu metode pembelajaran tutorial⁵⁶.

4. Youtube

4.1. Pengertian Youtube

Pendefinisian Youtube adalah suatu media sosial untuk bagi membagikan video yang digandrungi oleh publik. Pada media sosial penikmat Youtube dapat menonton, memuat, dan bagi membagi suatu video secara gratis. Menurut Tjanatjantia video yang biasa dibagikan pada Youtube umumnya berupa film, TV, serta video buatan para pengguna yang menggunakan media sosial Youtube itu sendiri. Youtube memberikan layanan kepada penggunanya agar dapat mengupload video pada media sosial tersebut dan dapat diakses oleh pengguna yang lain di seluruh dunia⁵⁷.

4.2. Karakteristik Youtube

Pada media sosial Youtube, durasi bukanlah menjadi sebuah Batasan untuk diunggah pada media sosial tersebut. Walaupun pengguna dapat mengunggah berbagai video namun Youtube tidak mengizinkan penggunanya untuk mengunggah suatu hal ilegal. Theoldman telah memiliki capaian mendapatkan 1000 *views* akan mendapatkan suatu honorarium. Video juga dapat diunduh untuk dilihat ketika tidak terdapat jaringan internet. Dalam mengunggah video juga Youtube menawarkan fitur editor sederhana dimana

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Fatty Faiqah, Muhammad Nadjib, And Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi* (2016): 259–272.

pengguna dapat mengedit videonya terlebih dahulu sebelum diunggah⁵⁸.

4.3. Layanan Youtube

Dalam mengakses video, Youtube memberikan layanan penggunanya agar penggunanya dapat mengakses video secara gratis dan tidak berbayar. Terdapat fitur *download* atau mengunduh video tersebut agar dapat dinikmati tanpa jaringan. Youtube juga menghadirkan fitur *search* yang berguna untuk para pengguna dapat mencari video yang mereka ingin lihat dan cari. Terdapat layanan untuk melakukan siaran langsung. Biasanya media-media siaran tv nasional, media internasional, atau media yang dibangun oleh seseorang dapat melakukan siaran langsung dan para pengguna dapat mengakses siaran langsung tersebut baik sedang disiarkan atau sudah selesai disiarkan. Pada media sosial Youtube juga terdapat layanan interaksi dimana pengguna dapat memberikan *like* atau respon komentar pada video yang telah dibagikan.

B. Kerangka Teoritik

Penelitian dengan judul Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki tercetus pada fenomena kelahiran generasi Z yang beriringan dengan era teknologi dan era internet bahkan

⁵⁸ Ibid.

hingga generasi Z memiliki alias yaitu generasi internet⁵⁹. Generasi Z juga menggunakan internet dalam mencari informasi bahkan memberikan tanggapan balik kepada informasi yang tersedia⁶⁰. Melalui jurnal penelitian terdahulu diatas banyak akun media sosial yang bergerak pada dakwah Islam. Peneliti kemudian memilih Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikas Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk mengetahui bagaimana preferensi dan manfaat mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki

Penelitian ini diperkuat menggunakan teori difusi inovasi. Teori ini dicetuskan oleh Everett M Roger (1983). Teori ini memberikan pemaparan sebagai suatu jenis komunikasi khusus dimana memuat pesan yang berupa ide baru. Teori ini juga memberikan penjabaran terkait suatu tipe perubahan sosial dan budaya yaitu suatu proses perubahan yang terjadi pada susunan dan fungsi sistem sosial budaya. Inovasi dimaknai sebagai ide, praktek, atau objek yang dianggap masih segar oleh individu. Yang diyakini oleh teori ini adalah bahwa sebuah Inovasi mampu terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bias dimengerti situasi dan kondisinya⁶¹.

Komponen dari difusi inovasi memiliki dasar bahwa difusi inovasi adalah perluasan inovasi ke dalam berbagai

⁵⁹ Lintang Citra Christiani And Prinisia Nurul Ikasari, "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa," *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media* 4, No. 2 (October 27, 2020): 84–105.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Dwi Kartikawati, "Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube Di Kalangan Remaja)," *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, No. 1 (January 8, 2019), Accessed October 19, 2022, <https://Ejournal.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Jep/Article/View/447>.

aspek seperti, perlakuan, pemahaman, proses komunikasi dan norma sosial serta struktur sosial guna mengurangi ketidakpastian pengalaman dari adopter inovasi. Terdapat peran *Inovator* atau orang yang memiliki gagasan atau ide baru, serta *Adopter* yang diartikan sebagai suatu sistem sosial yang menerima ide atau gagasan dari *Inovator*.⁶² Pada difusi inovasi terdapat saluran atau media komunikasi untuk menyampaikan gagasan atau ide sang *inovator*.⁶³

Dalam pemaparannya Rogers (1983) suatu inovasi dapat mendapatkan penerimaan dan juga penolakan yang mendapatkan pengaruh dari beberapa faktor, yaitu⁶⁴:

1. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Hal ini merupakan dimana inovasi dapat menawarkan keuntungan lebih apabila di komparasikan dengan inovasi yang telah ada sebelumnya.

2. Kesesuaian (*Compability*)

Penerimaan inovasi dapat memperoleh penerimaan apabila dianggap selaras dengan nilai-nilai, pengalaman, dan apa yang dibutuhkan sekarang.

3. Kerumitan (*Complexity*)

Ketika inovasi mudah dalam pengaplikasiannya, maka akan semakin lancar pula penerimaan inovasi tersebut pada kalangan masyarakat.

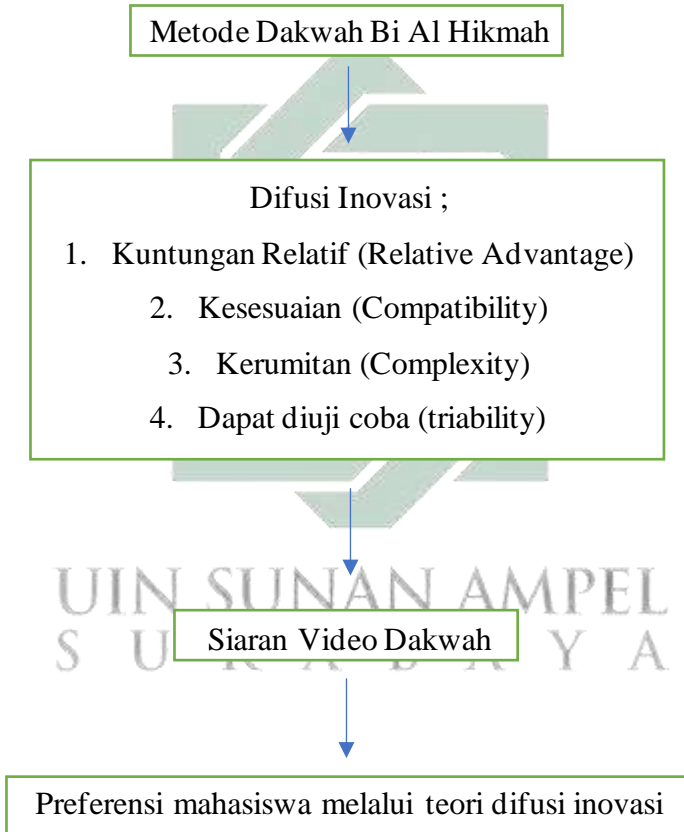
4. Dapat Diuji Coba (*Triability*)

⁶² Nur Azizah, “Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal,” *Jurnal Heritage* 6, No. 2 (July 9, 2018): 30–37.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Putri Mayang Anata Dewi Sukma, “Analisis Adopsi Uang Elektronik Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Ovo Di Kota Malang),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 7, No. 2 (January 28, 2019), Accessed December 3, 2022, <https://jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/5466>.

Faktor ini adalah dimana apakah masyarakat bisa langsung mencoba inovasi yang ada atau harus terikat apabila menggunakannya. Dapat diartikan dimana sesuatu akan cepat diterima apabila dapat diuji cobakan terlebih dahulu⁶⁵.



C. Analisis Perspektif Islam

⁶⁵ Azizah, “Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal.”

Ditelaah melalui sisi bahasa “*da'wah*” memiliki asal muasal dari bahasa Arab yang dapat diartikan sebagai panggilan, seruan, atau ajakan. Yang mendakwahkan agama Islam kepada khalayak umum adalah *Da'i* dan khalayak umum yang menerima dakwah dari *Da'i* diberi nama sebagai *Mad'u*. Definisi umum yang ada pada khalayak terkait dakwah adalah merupakan upaya dan usaha guna mengajak khalayak umum agar melakukan serta meninggalkan sesuatu. Dalam menyampaikan dakwahnya para *Da'i* memerlukan suatu media yang tepat⁶⁶.

Perkembangan teknologi masa kini telah membawa perubahan terkait bagaimana manusia melakukan komunikasi. Dalam melakukan interaksinya, saat ini manusia sering mengoperasikan media sosial daripada melakukan komunikasi secara langsung. Pada era sekarang *handphone* menjadi suatu hal kebutuhan primer bagi khalayak umum. *Handphone* adalah sarana untuk mencari informasi saat ini, dalam relevansinya dengan dakwah, mengerti media yang digunakan menjadi salah satu strategi dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat⁶⁷. Hal ini selaras dengan firman Allah pada Qur'an Surah 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

⁶⁶ Karim, “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang.”

⁶⁷ Muhammad Habibi, “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenial,” *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, No. 1 (October 16, 2018), Accessed December 2, 2022, [Http://Jurnal.inpontanak.Or.Id/Index.Php/Alhikmah/Article/View/1085](http://Jurnal.inpontanak.Or.Id/Index.Php/Alhikmah/Article/View/1085).

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Tercantum 3 metode efektif yang dapat diimplementasikan ketika hendak melakukan agenda dakwah, salah satu dari metode tersebut adalah dakwah *Bi Al-Hikmah, Bi Mauidzhoh Hasanah, Billati Hiya Ahsan* yang dimengerti sebagai dakwah dengan memahami situasi dan kondisi siapa yang menjadi sasaran berdakwah, memberikan nasihat yang baik dan beradu argument dengan cara-cara yang baik⁶⁸. Sunan Kalijaga pernah memaparkan argumen bahwa masarakat hendak menjauh apabila telah di serang pendiriannya, maka caranya adalah dengan bertahap yaitu mengikuti apa yang mereka sukai dengan sekaligus mempengaruhi dengan hal tersebut, jika masyarakat telah memahami dan mengenal Islam maka dengan sendirinya kebiasaan-kebiasaan buruk akan hilang⁶⁹.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penjabaran dibawah ini merupakan suatu sumber jurnal penelitian terdahulu sebagai perbandingan terhadap penelitian penulis:

1. Judul penelitian **“Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @Yufid.Tv Di Instagram Sebagai Tren Media**

⁶⁸ Husna, “Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur’an.”

⁶⁹ Ahmad Mukhlisin, “Pendidikan Karakter Pemimpin Melalui Tembang Dolanan (Analisis Tembang Lir-Iilir Karya Sunan Kali Jaga),” *Jurnal Warna* 3, No. 1 (Augut 2, 2019): 41–49.

Dakwah” yang ditulis oleh Audah Mannan dan Akhmad Fahri⁷⁰.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu seberapa jauh pengguna media sosial memiliki minat dengan dakwah Islam yang di siarkan melalui vidgram (video Instagram) yang saat ini Instagram menjelma sebagai aplikasi jejaring sosial yang memiliki banyak peminat. Kesimpulan dari penelitian diatas adalah, fitur vidgram yang dimuat oleh Instagram pada aplikasinya, dimaksimalkan oleh Yufid Tv dengan menghadirkan serta mengunggah konten yang memiliki rupa video poster. animasi video yang memiliki bahan foto serta video yang dicampur menjadi satu, lalu dtambahkan keterangan berdasarkan audio sebagai rujukannya untuk dimasukkan kedalam video. Pengikut yang bertambah secara signifikan menjadi satu dari sekian faktor Yufid Tv mempertahankan konten video poster yang diisi pada akun jejaring social Instagramnya.

2. Judul penelitian **“Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)”** yang ditulis oleh Ibnu Hajar⁷¹.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa efektif strategi dakwah Islam yang dilakukan melalui aplikasi *Youtube* dimana di aplikasi *Youtube* kita dapat membagikan video apapun dengan durasi yang sangat Panjang.

⁷⁰ Audah Mannan And Akhmad Fachri, “Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @Yufid.Tv Di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 19, No. 2 (2018): 218–237.

⁷¹ Ibn Hajar, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)” 4, No. 2 (2018), Accessed September 20, 2022, <https://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951>.

Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian diatas adalah para da'i yang hendak memanfaatkan internet sebagai media berdakwah, Youtube menjadi satu dari sekian aplikasi yang sangat bermanfaat guna memenuhi kebutuhan mereka, mulai dari sisi untuk mencari aplikasi *editing*, mencari inspirasi ide konten video, tata cara mengedit, hingga mempublikasikan karya untuk disebarluaskan.

3. Judul penelitian **“Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)”** yang ditulis oleh Yogi Ridho Firdaus⁷².

Penelitian ini dilakukan guna menjabarkan tentang efektif atau tidaknya dakwah melalui *Youtube* bagi mahasiswa beserta kekurangan dan kelebihanannya jika berdakwah menggunakan *broadcasting* video.

Kesimpulan dari penelitian diatas adalah konten video ceramah yang dipublikasikan pada aplikasi Youtube yang diterapkan menjadi metode dakwah yang di studikan pada mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga dinilai sangat eifisien dan materi yang dakwah yang hendak dicari oleh mahasiswa dapat ditemukan pada aplikasi Youtube sehingga materi dapat dicari dengan mudah.

4. Jurnal berjudul **“Methods Of Da’wah And Social Networks In Dealing With Liberalism And**

⁷² Yogi Ridho Firdaus, “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)” (Other, IAIN SALATIGA, 2018), Accessed September 20, 2022, [Http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/](http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/).

Extremism” yang ditulis oleh Ahmad Munawar Ismail Wan Kamal Mujani Ahmad Aiman Zuhaily A.M⁷³.

Penelitian dilakukan untuk meneliti bagaimana media sosial memiliki kontribusi dalam digunakan sebagai metode dakwah karena kehadiran media sosial saat ini telah melekat dengan aktivitas sehari-hari masyarakat. Terdapat beberapa hal lain yang dapat dimasuki untuk gerakan dakwah yaitu melalui hal-hal yang bersifat *trend* atau dapat menjadi *trend* di masyarakat.

Kesimpulan dari penelitian diatas adalah kolaborasi antara Sosial jaringan, media massa, industri fashion dan halal industri adalah faktor kunci dalam keberhasilan gerakan dakwah. Oleh karena itu, 4 macam peran tersebut dapat menjadi strategi dan metodologi terhebat dalam menyampaikan dakwah secara efektif.

5. Judul penelitian **“Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars”** yang ditulis oleh Nurdin Rusli⁷⁴.

Penelitian diatas dilakukan untuk mencari tentang bagaimana potensi kesuksesan media internet yang disebut sebagai new media digunakan untuk mendakwahkan agama Islam.

Kesimpulan emuan menunjukkan bahwa media sosial, seperti Facebook, Blog, Milis, dan You Tube, dapat menjadi instrumen komunikasi baru yang potensial

⁷³ Ahmad Muna war Ismail, Wan Kamal Mujani, And Ahmad Aiman Zuhaily A. M, “Methods Of Da’wah And Social Networks In Dealing With Liberalism And Extremism,” *Islamiyyat : Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal Of Islamic Studies* 40, No. 2 (2018): 131–139.

⁷⁴ Nurdin Rusli, “Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da’wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars,” *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (June 1, 2013): 1–21.

untuk diadopsi dan dimanfaatkan oleh umat Islam dan para ulama untuk tujuan dakwah. Argumen ini didasarkan pada tingginya tingkat adopsi dan penggunaan media sosial di Indonesia dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Sejumlah tokoh Muslim kunci yang berhasil mengadopsi dan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan dakwah, seperti AA Gym dan Nur Maulana, merupakan bukti lain yang mendukung argumen tentang potensi penggunaan media sosial di Indonesia. dakwah. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa media sosial harus diadopsi dan digunakan oleh umat Islam untuk menyampaikan dakwah dengan sukses karena skalabilitas jangkauan ummah tanpa dibatasi oleh waktu dan geografis. adopsi dan penggunaan media sosial untuk dakwah tidak hanya akan meningkatkan khalayak Muslim, tetapi juga berpotensi menarik komunitas non-Muslim lainnya untuk memahami Islam dengan baik karena publisitasnya. Ini dapat membantu membentuk kembali kesalahpahaman Islam di antara masyarakat non-Muslim setelah insiden 11 September di New York. Hasilnya, manfaat nyata penyebaran pesan Islam melalui dakwah bisa tercapai secara efektif.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang memiliki relevansi dengan penelitian yang telah dipaparkan diatas adalah pendekatan secara humanistik. Dengan perspektif fenomenologis sebagai dasarnya. Melalui pendekatan humanistik mendorong peneliti untuk ikut aktif secara mendalam ketika melakukan observasi sikap dan perilaku dari subjek yang ada dalam penelitian, berusaha melakukan pembauran dengan individu atau kelompok yang sedang diteliti, karena partisipan observasi terdapat di dalam pendekatan humanistic⁷⁵.

Deskriptif-kualitatif dipilih menjadi jenis penelitian ini. Sebuah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud memaparkan fenomena yang terjadi dan dijalankan dengan mengikutsertakan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dipergunakan adalah wawancara, mengamati, dan memanfaatkan dokumen⁷⁶. Peneliti menggunakan jenis penelitian ini dengan beralasan fenomena yang peneliti ambil adalah sebuah fenomena yang selaras dengan penelitian deskriptif-kualitatif.

B. Subjek, Objek, Lokasi Penelitian

Subjek yang akan diteliti adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

⁷⁵ Ahmad Tamrin Sikumbang, "Teori Komunikasi (Pendekatan, Kerangka Analisis Dan Perspektif)," *Journal Analytica Islamica* 6, No. 1 (December 20, 2017): 77–84.

⁷⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2017), Hal. 5

Surabaya Angkatan 2019 dan telah *mensubscribe* Youtube Ustadz Hanan Attaki serta mengikuti videonya selama 3 bulan hingga 6 bulan terakhir.

Objek yang akan dilakukan penelitian oleh penelitian adalah preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan. dalam hal ini peneliti berusaha untuk mengamati terkait bagaimana dan manfaat preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Lokasi penelitian yang menjadi fokus peneliti adalah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang terletak pada Jl. A Yani No. 117 Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yang pertama data primer dan data sekunder⁷⁷:

1. Data Primer

Memuat data utama yang didapatkan secara langsung dengan melaksanakan wawancara dengan narasumber tanpa adanya perantara. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah mengumpulkan hasil wawancara peneliti bersama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang menopang dan menambahkan kelengkapan pada data primer yang memuat hasil transkrip wawancara, hasil dokumentasi wawancara dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), Hal. 223.

Surabaya, bentuk lain dapat berupa jurnal dan artikel yang sumbernya lain daripada informan saat terjun lapangan.

Sumber data yang didapatkan peneliti dalam meneliti penelitian diatas adalah melalui informan yang dikolektif oleh peneliti itu sendiri. Teknik yang dioperasikan dalam menentukan informan menggunakan cara melaksanakan wawancara dan pengamatan. Observasi yang dilakukan di penelitian adalah dengan melaksanakan pengamatan non *participant observation* terhadap preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

D. Tahapan-Tahapan Penelitian

Menurut Moleong dalam Fitriana (2016), ada tiga tahapan pokok dalam penelitian kualitatif yaitu⁷⁸:

a. Tahap pra lapangan

Dalam tahap pra lapangan ini memuat hal-hal yang perlu dilaksanakan seperti mengerjakan penyusunan rancangan penelitian, menentukan lokasi penelitian, menyelesaikan perijinan, menilai situasi dan kondisi di lokasi penelitian, memilih individu yang akan dijadikan narasumber, menyiapkan pertanyaan.

b. Tahap kegiatan lapangan

Dalam tahap lapangan dimengerti sebagai peneliti mulai menyusuri lapangan atau lokasi penelitian untuk memperoleh data dari penelitian tersebut.

⁷⁸ 2841134011 Laela Fitriana, "STRATEGI BENCHMARKING DALAM MENINGKATKAN KINERJA DI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (Studi Multi Kasus Di MTsN Aryojeding Dan SMPi Al-Azhaar Tulungagung)" (Thesis, IAIN Tulungagung, 2016), accessed April 12, 2021, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3183/>.

c. Tahap analisis data

Setelah mengoleksi data yang diperoleh dari lapangan, maka selanjutnya peneliti harus melakukan pengolahan terhadap data yang telah diperoleh serta menganalisis data agar dapat ditarik suatu kesimpulan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Proses untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa teknik, yaitu⁷⁹:

a. Observasi

Observasi memuat kegiatan peneliti saat melakukan pengamatan, penglihatan, serta melakukan evaluasi dan studi tingkah laku secara langsung di lapangan yang memiliki korelasi dengan unsur-unsur penelitian. Metode dalam observasi adalah dengan melaksanakan pengamatan secara terjun langsung melihat kegiatan yang terjadi. Peneliti akan melakukan interaksi secara langsung dengan objek penelitian yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara memuat suatu proses untuk menanyakan jawaban secara langsung dan bertatap muka dengan informan guna melakukan pertukaran informasi atau gagasan guna mendapatkan data dalam penelitian. Wawancara dilaksanakan dengan menyodorkan pertanyaan langsung dan tidak dengan tertutup kepada informan atau pihak yang terkait agar mendapatkan informasi yang terperinci dan mendetail. Pada penelitian ini data yang hendak diperoleh adalah seputar preferensi

⁷⁹ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal 243.

mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Seluruh data ini mesti dilakukan melewati teknik wawancara karena data yang hanya diketahui informan secara terperinci tidak dapat apabila hanya dilakukan melewati dokumentasi dan pengamatan, wawancara yang dipilih adalah wawancara bebas, sehingga tidak mengikat dan dapat dikondisikan sesuai dengan apa yang ada di lapangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dijalankan oleh peneliti saat peneliti melaksanakan pengamatan seputar preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki akan mengeluarkan data penting yang tertulis dan juga rekaman, berupa foto yang menyokong hasil penelitian yang sedang dilaksanakan. Dokumentasi yang dijalankan juga memberikan kekuatan terkait bukti otentik adanya penelitian yang dijalankan oleh peneliti, sehingga data yang diperoleh merupakan data yang valid.

F. Teknik Validitas Data

Mencari secara baku interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang tidak berubah atau masih dapat berubah. Maksud dari ketekunan pengamatan adalah menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam keadaan yang sangat selaras terhadap persoalan yang sedang diteliti dan memutuskan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

Peneliti melaksanakan pengamatan dengan teliti dan mendetail secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang nampak. Kemudian peneliti mengkaji secara detail sampai pada satu titik sehingga pada pengecekan tahap

pertama tampak salah satu atau keseluruhan faktor yang diteliti sudah dipahami dengan cara yang umum⁸⁰.

Dalam mengolah data, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melaksanakan pengamatan terhadap beberapa aspek objek penelitian. Data yang telah ditemukan oleh peneliti kemudian akan berlanjut untuk di analisa, dengan dipaparkan menggunakan kata-kata dari hasil data yang telah peneliti raih.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis yang merujuk kepada data yang telah diraih saat di lapangan. Data yang telah disatukan akan ditarik pada sebuah kesimpulan secara umum yang kemudian dapat berkembang menjadi suatu hipotesis atau teori.

a. Reduksi data

Dalam mengerjakan reduksi data perlu terlebih dahulu identifikasi satuan (unit), tahap awalnya dengan memilah adanya satuan yang merupakan bagian terkecil dalam data yang relevan apabila dihubungkan dengan fokus dan masalah pada penelitian⁸¹. Peneliti disini menjalankan reduksi data yang diawal sangat luas menjadi mengkerucut dan memiliki batasan yang tidak keluar dari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

b. Penyajian Data

Hasil dari data serta informasi yang telah dikoleksi dan disusun untuk dapat ditarik sebuah kesimpulan serta sebagai pedoman untuk menarik sebuah tindakan agar data yang diperoleh masih

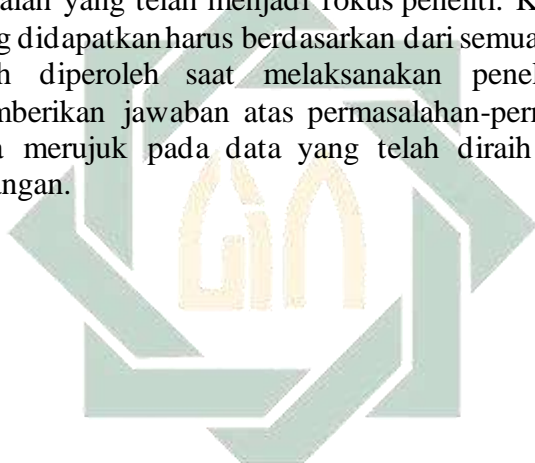
⁸⁰ Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004), Hlm.329-330.

⁸¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2012), Hlm.288

memiliki konektivitas dari inti permasalahan. Setelah dikumpulkan dan dilakukan penyusunan, data tersebut kemudian dilakukan analisis.

c. Verifikasi atau Kesimpulan Data

Reduksi dan penyajian data yang telah dirampungkan dan telah di verifikasi serta ditarik kesimpulan dapat menjadi sebuah jawaban dari rumusan masalah yang telah menjadi fokus peneliti. Kesimpulan yang didapatkan harus berdasarkan dari semua data yang telah diperoleh saat melaksanakan penelitian dan memberikan jawaban atas permasalahan-permasalahan juga merujuk pada data yang telah diraih ketika di lapangan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Salah satu kampus yang menempatkan posisinya di Surabaya adalah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan merupakan satu dari sekian perguruan tinggi tertua yang berada di Indonesia. Pada sistem kegiatan pembelajarannya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menyajikan ragam program studi yang telah terakreditasi nasional, serta mengadopsi standar internasional dalam melaksanakan pendidikan dan melakukan pengelolaan perguruan tinggi⁸².

Salah satu program studi yang terdaftar pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah Ilmu Komunikasi yang memfokuskan kajian dalam mengembangkan ilmu komunikasi Pengembangan konsep, teori, metode penelitian, etika, perspektif Islam dan penciptaan keahlian dalam bidang kewirausahaan, industri kreatif dan konsultasi media. Membangun wawasan dan keterampilan analitis, kritis, kreatif dan inovatif dalam desain di kalangan akademisi, industri komunikasi dan media yang berlandaskan nilai-nilai keislaman⁸³.

⁸² “Sejarah | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For The Smart, Pious, Honorable Nation,” Accessed December 2, 2022, <https://Uinsby.Ac.Id/Pages/277/Sejarah>.

⁸³ “Profil Prodi Ilkom | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For The Smart, Pious, Honorable Nation,” Accessed December 2, 2022, <https://Uinsby.Ac.Id/Pages/245/Profil-Prodi-Ilkom>.

Mahasiswa ilmu komunikasi disematkan pada mahasiswa jurusan komunikasi pada fakultas Dakwah dan Komunikasi yang termuat pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang sedang melakukan studi Sarjana Strata 1. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berdiri pertama kali pada tahun 29 November 2001⁸⁴.

Nama Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jurusan/Departemen : Komunikasi

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

2. Profil Data Informan

Berikut adalah beberapa profil informan dalam penelitian pemanfaatan siaran video youtube Ustadz Hanan Attaki bagi generasi z di mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu:

- a. Subjek merupakan mahasiswa aktif semester 7 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- b. Subjek pernah sekilas atau sering melihat siaran video dakwah atau ceramah di platform media sosial
- c. Subjek adalah Angkatan 2019.
- d. Subjek bersedia meluangkan waktunya untuk dimintai informasi terkait penelitian.
- e. Subjek telah melakukan subscribe Youtube Ustadz Hanan Attaki.
- f. Subjek telah mengikuti Youtube Ustadz Hanan Attaki selama 3 bulan hingga 6 bulan terakhir.

Dari beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, berikut adalah narasumber yang memiliki

⁸⁴ Ibid.

kriteria dimaksud serta bersedia untuk dimintai informasi terkait penelitian yakni :

1. Ahmad Ziauddin Sardar
2. Sekar Pratiwi
3. Faisal Hamdan Fuadi
4. Ainin Amelia
5. Itsnaini Jihan Nissa

Subjek dalam penelitian adalah seseorang yang dipilih menjadi sampel penelitian serta terikat langsung dalam penelitian tersebut. Subjek penelitian yang telah diseleksi oleh peneliti dapat membagikan pernyataan dan informasi yang selaras serta dapat memberikan jawaban segala yang menjadi pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti memutuskan mereka menjadi informan tersebut karena mereka semua selaras dalam kategori wawancara dan dirasa dapat membagikan data yang diinginkan oleh peneliti dalam penelitian ini serta memberikan informasi yang dapat peneliti amati untuk mengungkap fakta di lapangan. Berikut merupakan profil informan pada penelitian ini:

a) Ahmad Ziauddin Sardar

Informan pertama adalah Ahmad Ziauddin Sardar yang akrab disapa dengan nama Sardar⁸⁵ Ia merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019 yang seringkali melihat siaran video dakwah pada media sosial youtube. Sardar sering melihat video dakwah Ustadz Adi Hidayat dan Cak Nun bahkan Ustadz Hanan Attaki sendiri. Sardar juga menjadi anggota aktif Dakwah TV. Sardar adalah kelahiran tahun 2001 yang saat ini berumur 21 Tahun. Dan telah mensubscribe Youtube Ustadz

⁸⁵ Informan pertama Ahmad Ziauddin Sardar.

Hanan Attaki serta mengikuti videonya dalam waktu 6 bulan terakhir.

b) Sekar Pratiwi

Informan kedua adalah Sekar Pratiwi yang biasa disapa dengan nama Sekar⁸⁶. Ia merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019 yang biasanya melihat siaran video dakwah pada media sosial youtube. Sekar sering melihat video dakwah Ustadz Adi Hidayat dan Ustadz Muhammad Faizar, Ustadz Felix Siauw, dan Ustadz Salim A Fillah, juga Ustadz Hanan Attaki. Sekar adalah kelahiran tahun 2000. Saat ini telah berusia 22 Tahun. Dan telah *mensubscribe* Youtube Ustadz Hanan Attaki serta mengikuti videonya dalam waktu 3 bulan terakhir.

c) Faisal Hamdan Fuadi

Informan yang ketiga adalah Faisal Hamdan Fuadi yang biasa dipanggil Faisal⁸⁷. Ia merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019. Faisal biasa melihat konten dakwah Habib Ja'far di youtubenanya. Faisal selain menjadi mahasiswa juga menjadi santi di Pondok Pesantren An-Nur Surabaya. Faisal adalah kelahiran tahun 2001, saat ini berusia 21 Tahun. Dan telah *mensubscribe* Youtube Ustadz Hanan Attaki serta mengikuti videonya dalam waktu 6 bulan terakhir.

d) Ainin Amelia

⁸⁶ Informan kedua Sekar Ayu Pratiwi.

⁸⁷ Informan ketiga Faisal Hamdan Fuadi.

Informan yang keempat adalah Ainin Amelia yang biasa dipanggil Ainin⁸⁸. Ia merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019. Ainin biasa mencari kajian dengan *hashtags* #kajianislam atau #kajianustadzah, Ustadz Hanan Attaki juga sering didengarnya. Ainin adalah anggota Suara Fakultas Dakwah. Ainin adalah kelahiran tahun 2000. Saat ini telah berusia 22 Tahun. Dan telah *mensubscribe* Youtube Ustadz Hanan Attaki serta mengikuti videonya dalam waktu 3 bulan terakhir.

e) **Itsnaeni Jihan**

Informan yang kelima adalah Itsnaeni Jihan yang biasa dipanggil Jihan⁸⁹. Ia merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019. Jihan telah melakukan *subscribe* terhadap akun Youtube Shift Media yang merupakan gerakan yang diciptakan oleh Ustadz Hanan Attaki untuk mendorong pemuda *hijrah*. Jihan biasanya menonton video Ustadz Syam di media sosial

Tiktok. Jihan merupakan anggota dari Dakwah TV. Jihan merupakan kelahiran tahun 2000. Saat ini telah berusia 22 Tahun. Dan telah *mensubscribe* Youtube Ustadz Hanan Attaki serta mengikuti videonya dalam waktu 6 bulan terakhir.

⁸⁸ Informan keempat Ainin Amelia.

⁸⁹ Informan kelima Itsnaeni Jihan.

B. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali⁹⁰.

a) Faktor Yang Mendasari Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki

Dalam preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki, tentu terdapat beberapa faktor yang menjadikan video tersebut membuat tertarik mahasiswa Ilmu Komunikasi. Sehingga mereka memutuskan untuk melihat video Ustadz Hanan Attaki untuk mempelajari agama atau mencari solusi atas permasalahan mereka. Berikut merupakan beberapa faktor yang mendasari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

1. Faktor Pembawaan Ceramah

⁹⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, No. 33 (January 2, 2019): 81–95.

Dengan adanya kecanggihan teknologi di era sekarang menghadirkan ragam media sosial di Indonesia, salah satunya media sosial Youtube. Agenda dakwah Islam saat ini tidak hanya dapat dilakukan di Masjid saja melainkan bisa dimanapun dengan mengunggah video di media sosial Youtube. beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya selaku menjadikan faktor pembawaan menjadi suatu hal yang penting ketika mereka mendengarkan ceramah. Sebagaimana diungkapkan oleh Sardar, sebagai berikut :

“Ustadz Hanan Attaki kan masih muda ya, itu kalo menurutku dan jiwa mudanya dan pertama kali tampil di media itu tau bahwa Ustadz Hanan Attaki itu oh, tampilannya itu seperti anak muda, itu yang pertama. *First Impression* kan dulu make kuplukan habisitu biasa ngonolo tidak seperti ustadz ustadz biasane kan kopyahan yo sorbanan duduk tinggi, biasane kan gitu, ya kebanyakan tapi kan”⁹¹

Gaya bahasa yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki, analogi-analogi yang diciptakan oleh Ustadz Hanan Attaki juga memiliki pengaruh terhadap Sekar, sebagai berikut:

“Beliau menggunakan bahasa yang santai dalam melakukan dakwahnya, bahasa yang santai dimana beliau menggunakan bahasa

⁹¹ Wawancara dengan informan 1 Sardar pada tanggal 19 Desember 2022.

gaul dan kekinian itu menjadi ciri khas dari gaya ceramah beliau."⁹²

“Bahasa yang beliau sampaikan dengan analogi-analogi beliau dapat dengan mudah diterima oleh orang-orang yang bahkan awam dan pastinya itu akan menarik untuk para pemuda sendiri apalagi yang baru belajar untuk hijrah mempelajari agamanya mempelajari Islam”⁹³

Faisal juga memberikan pernyataan yang sama terkait pembawaan dakwah Ustadz Hanan Attaki, sebagai berikut :

“Taaa tentu, apalagi beliau ini punya karakter yang kalem, santai, adem saat memberikan ceramah, mungkin hal itu juga bisa jadi alasan untuk mudah diterima oleh siapapun yang mendengar ceramahnya beliau”⁹⁴

Pembawaan juga menjadi hal yang penting bagi Ainin, dalam pernyataannya sebagai berikut:

“Emang menurutku salah satu ciri khas Ustadz Hanan Attaki itu salah satunya bahasa gaulnya beliau gitu, jadi cara penyampaiannya beliau, cara pembawaannya beliau, atau cara beliau ingin mengemas video beliau itu sih yang menjadi

⁹² Wawancara dengan informan 2 Sekar Pratiwi tanggal 22 Desember 2022

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Wawancara dengan informan 3 Faisal pada tanggal 19 Desember 2022.

generasi muda tertarik mendengarkan dakwah di jaman yang sekarang, gitu ya. Jadi bukan kita ngga tertarik di dakwah yang formal atau biasa-biasa aja itu, bukan, tapi, salah satu hal keunikan dari Ustadz Hanan Attaki dari bahasa gaulnya beliau dari video kekiniannya beliau itu membuat kita menarik kita sebagai kaum muda itu jadi asik gitu mendengarkan dakwahnya beliau. Itu sih.”⁹⁵

Jihan juga senada dengan beberapa informan sebelumnya, pembawaan menjadi salah satu faktor, berikut pernyataannya :

“Iya membuat tertarik karena saya menyukai ceramah yang bahasa yang digunakan itu tidak berat terus Ustadz Hanan Attaki itu kalo ceramah dia pake bahasa-bahasa gaul yang mudah dipahami oleh para pemuda. Jadi aku tertarik untuk mendengar dakwah. Iya tertarik aja, gara-gara Ustadz Hanan Attaki aku udah nge-*subscribe* itu dari 2019 bayangkan.”⁹⁶

2. Faktor Kesesuaian Dengan Pemuda

Ketika melakukan dakwah kita tidak bisa serta merta langsung ceramah begitu saja, melainkan harus mengerti situasi dan kondisi di lapangan, serta mengerti gambaran kepada siapa kita akan mendakwahkan, hal ini untuk mencegah perbuatan

⁹⁵ Wawancara dengan informan 4 Ainin pada tanggal 20 Desember 2022.

⁹⁶ Wawancara dengan informan 5 Jihan pada tanggal 23 Desember.

yang sia-sia dan pesan dakwah yang disematkan dapat tersampaikan kepada para penerima pesan dakwah dengan efektif hingga tepat sasaran. Sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Sardar, sebagai berikut:

“Ustadz Hanan Attaki sendiri beliau itu mencoba membaur, pola komunikasinya dibangun, kayak gimana sih? Untuk dapet simpati dari anak muda? Contoh kecilnya kan kayak “Chattingan” gaul gaul e kayak relate banget gituloh dengan kehidupan sehari-hari dan anak muda jaman sekarang, gimana sih? Kehidupan percintaan misal insecure atau overthinking pembahasan-pembahasan seperti itu yang sering dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dan mungkin oleh sebab itu juga anak-anak muda pun opo yo tak jarang juga yang suka mendengarnya gitu.”⁹⁷

Materi yang sesuai dengan masalah pemuda ini juga dirasakan oleh Faisal, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Yang aku rasain sii gitu, dari mulai cara pembawaan sama materi-materi yang dibawakan juga emang relate sama anak-anak muda”⁹⁸

⁹⁷ Wawancara dengan informan 1 Sardar.

⁹⁸ Wawancara dengan informan 3 Faisal.

Tema yang dibawakan oleh Ustadz Hanan Attaki juga dirasakan oleh Ainin bahwa hal tersebut tidak jauh-jauh dari dirinya :

“Kalo dari aku pribadi sih terbilang sangat-sangat mudah ya untuk diadaptasikan di lingkungan sekitar kita maupun kegiatan sehari-hari, karena emang tema dari dakwahnya beliau ini kebanyakan motivasi, jadi entah dari motivasi belajar, entah dari motivasi buat bangun kepercayaan kita terus motivasi buat ngajak kita buat lebih dekat sama yang diatas, bagaimana kita jadi orang ikhlas itu kayak engga jauh-jauh gitulo dari kita. Engga jauh-jauh dari kepribadian kita jadi kita diajarkan buat mengatur kesabaran, ikhlas, gitu itu kayak motivasi banget gitulo buat diri sendiri.”⁹⁹

Jihan juga senada dengan apa yang dirasakan oleh informan lainnya, pernyataannya sebagai berikut :

“Menurut aku sendiri dengan gaya bahasanya beliau saat berceramah terus saat pengemasan video dakwahnya beliau itu sangat mudah dipahami apabila menyertakan contoh-contoh yang apa ya? dikaitkan sama keseharian anak-anak muda sekarang gitulo jadi bener-bener bisa diterima malah lebih gampang untuk mengingat-ingat apaya kesan pesan dari Ustadz Hanan Attaki karena

⁹⁹ Wawancara dengan informan 4 Ainin.

bahasa yang digunakan itu bahasa yang sehari-hari kita gunakan juga.”¹⁰⁰

3. Faktor Audio dan Visual

Video adalah suatu media yang memuat dari gabungan audio yang bisa didengarkan dan visual yang bisa dilihat, hal ini yang membuat video sangat menarik apabila digunakan sebagai media pembelajaran. Disisi lain media sosial Youtube adalah media sosial untuk membagikan video. Sebagaimana dalam pernyataan yang dikemukakan oleh Jihan, sebagai berikut :

“Iya, karena dengan ilustrasi video tambahan *backsound* sama tambahan *voice over* membuat jadi beda gitulo, apalagi videonya itu nggak melulu nge-*shoot* kondisi ceramah pada waktu itu jadi kayak gabungan-gabungan video gituloh jadi kita itu gak bosen. Kita melihat sesuatu yang menurut kita menarik dan ndengernya itu ndengerin dakwah Ustadz Hanan Attaki dengan bahasa yang mudah dipahami dan juga dikasi *backsound*, jadi kita itu sebagai generasi Z jadi apaya nggak bosen gitulo liatnya, kalo ceramah yang formal kan kita kayak dinasehatin sama orang yang lebih tua dari kita, kalo ceramah formal kan biasanya kayak bahasanya berat dan kaku gitulo buat kita anak-anak gen Z itu.”¹⁰¹

¹⁰⁰ Wawancara dengan informan 5 Jihan.

¹⁰¹ Wawancara dengan informan 5 Jihan.

Suara dari video Ustadz Hanan Attaki sendiri sangat berpengaruh bagi Ainin dalam mendengarkan dakwah Ustadz Hanan Attaki, sebagaimana berikut pernyataannya :

“Okee, ee sedikit cerita ya mungkin dari siaran video Ustadz Hanan Attaki yang membuat aku tertarik untuk mendengarkan dakwah beliau itu salah satunya dari segi suara sih, jadi suara yang dikeluarkan oleh Ustadz Hanan Attaki terutama dalam lantunan ayat suci Al-Qur’an ya itu sangat merdu ya, terus penyampaian pesan dakwahnya beliau ini terhadap pendengar itu kayak bikin adem gitu, salah satunya itu sih, aku sebagai pendengar itu ngerasa tenang gitu dengerin dakwahnya beliau.”¹⁰²

Menurut Sekar, dengan adanya audio dan visual yang menenangkan membuat psikologisnya untuk fokus mendengarkan dakwah Ustadz Hanan Attaki:

“Dengan adanya video seperti *one minute booster* atau video lain yang dikonsep sedemikian rupa biasanya yang saya lihat itu berlatar pemandangan alam dengan *background* yang menyesuaikan dengan ceramah beliau, nah ini menjadikan gaya dakwah beliau memiliki poin tersendiri karena jika dilihat dari kondisi saat ini dimana pemuda lebih banyak menghabiskan

¹⁰² Wawancara dengan informan 4 Ainin.

waktu di sosial media atau di dunia maya sehingga dengan video ilustrasi dan audio yang berisikan ceramah beliau dengan *background* yang menenangkan secara psikologi membuat saya bisa lebih fokus mendengarkan dan memahami ceramah beliau, itulah mengapa bahwa secara otomatis gaya dari bagaimana dari cara beliau menyampaikan pesan dakwah membuat saya lebih tertarik mempelajari agama Islam.”¹⁰³

4. Faktor Durasi

Video tentu memiliki hitungan durasi. Melansir pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)¹⁰⁴, durasi adalah perhitungan terhadap seberapa lama sesuatu hal itu berlangsung, Ustadz Hanan Attaki seringkali membagikan video *one minute boosternya* tentunya video motivasi dengan durasi satu menit pada media sosial Youtube dan Instagramnya. Dengan durasi yang begitu panjang dapat mempengaruhi kejenuhan dalam mendengarkan ceramah juga tidak menghabiskan banyak waktu. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Faisal pada pernyataannya sebagai berikut :

“Pertama karena itu hanya satu menit jadi tidak memakan waktu yang lama dan kita bisa mendengarkannya kapanpun.”¹⁰⁵

¹⁰³ Wawancara dengan infotman 2 Sekar.

¹⁰⁴ “Arti Kata Durasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed December 28, 2022, <https://kbbi.web.id/durasi>.

¹⁰⁵ Wawancara dengan informan 3 Faisal.

Tetapi pembawaan sang pendakwah tetap menjadi suatu hal yang penting bagi Faisal terlepas dari durasi panjang atau pendek, sebagaimana berikut :

“Kalo durasi lama itu tergantung materi yang dibahas sama bagaimana cara si penceramah membawakan materi dakwahnya, itu yang nentuin bakal bosan atau engga buat dengerin ceramah yang durasi cukup lama.”¹⁰⁶

Sardar memaparkan dengan adanya singkat itu membuatnya tambah senang karena langsung kepada intinya, sebagaimana pernyataannya berikut :

“Kebanyakan anak muda mungkin lebih menyukai *one minute booster* daripada video yang durasi *full* kadang kan *full* kan sejam, sejam setengah, bahkan 2 jam, bahkan ada yang 3 jam, itu ya ada kajian *live* Youtube biasanya, kan disimpan di Youtube kan, lha itu kalo *one minute booster* itu menurutku tambah seneng aja, tambah inti.”¹⁰⁷

Durasi menjadi salah satu hal yang menentukan kejenuhan Sekar dalam mendengarkan video dakwah, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Wawancara dengan informan 1 Sardar.

“Jadi menurut saya pribadi belajar dengan jangka waktu 1,5 jam – 2 jam entah itu mata pelajaran umum atau agama sekalipun dan dilakukan dalam jangka waktu selama itu tanpa adanya istirahat otomatis akan membuat saya bosan dan jenuh dan secara otomatis juga akan menurunkan kemampuan saya dan fokus saya dalam memahami materi yang disampaikan. Itulah mengapa menurut saya penting bagi seorang pembicara ataupun seorang penceramah memiliki gaya komunikasi yang bisa membuat audiensnya tidak mudah bosan ketika mendengarkan apa yang ia sampaikan meskipun waktunya terbilang lama.”¹⁰⁸

Video singkat Ustadz Hanan Attaki dapat mengena menurut Jihan karena langsung membahas poin utamanya, sesuai dengan pernyataannya sebagai berikut :

“Kalo untuk video yang *one minute booster itu*, biasanya inti-intinya dari ceramah gitu ya kayak gong-gongnya kayak *quotes-quotesnya* gitu dan menurutku *one minute booster* itu malah yang kayak ngena gitulo ini ceramahnya atau poin-poinnya itu emang yang penting banget gitu.”¹⁰⁹

Berdasarkan penjabaran wawancara yang telah disajikan, telah dipaparkan terkait faktor yang mendasari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi

¹⁰⁸ Wawancara dengan informan 2 Sekar.

¹⁰⁹ Wawancara dengan informan 5 Jihan.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki. Terdapat beberapa faktor yang menjadi ketertarikan mereka kepada siaran video Ustadz Hanan Attaki. Faktor utama dan yang paling kuat yang membuat gen Z mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah faktor pembawaan, dimana pembawaan Ustadz Hanan Attaki yang seperti anak muda, menggunakan bahasa gaul, mampu mengemas tema yang sulit dan menyampaikannya dengan mudah. Sehingga hal ini membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Adapula faktor kedua adalah faktor kesesuaian dengan pemuda. Faktor tersebut merupakan dimana apa yang didakwahkan dengan Ustadz Hanan Attaki mulai dari pembawaannya serta apa yang dibahas pada videonya sangat berhubungan dengan apa yang dialami pemuda pada kehidupan sehari-hari.

Faktor selanjutnya yang membuat Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah faktor audio visual. Faktor audio visual adalah faktor terkait bagaimana cara Ustadz Hanan Attaki mengemas videonya dengan video ilustrasi serta background tambahan serta voice over. Hal ini menjadi faktor yang mendasari preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

Faktor yang terakhir adalah faktor durasi. Dimana video Ustadz Hanan Attaki dikemas dengan

seberapa lama. Ustadz Hanan Attaki sering membagikan video dengan durasi satu menit. Hal ini dianggap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan durasi yang pendek langsung sesuai intinya dan lebih mengena dan tidak menimbulkan efek jenuh.

b) Manfaat Yang Dirasakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Setelah Menikmati Video Ustadz Hanan Attaki

Saat ini mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menggunakan internet sebagai lahan untuk mencari informasi dan ilmu pengetahuan, mulai dari yang bersifat umum hingga ke ilmu pengetahuan agama. Tentunya dengan menggunakan siaran video yang dipublikasikan lewat media sosial Youtube ini akan membawa manfaat kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mempelajari ilmu agama. Berikut beberapa manfaat yang didapatkan mahasiswa Ilmu Komunikasi setelah melihat siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki.

1. Kemudahan Aksesibilitas

Dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dibagikan melalui siaran Youtube memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi. saat ini yang dibutuhkan hanya perlu membuka *handphonenya* dan dapat memilih video ceramah apa dan siapa yang akan dilihat. Adanya kemudahan aksesibilitas ini membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak perlu menempuh jarak yang jauh atau menunggu waktu sekolah dan kuliah terlebih dahulu untuk mempelajari agama Islam. Hal ini

selaras dengan apa yang dinyatakan oleh Faisal, berikut pernyataannya :

“Salah satu opsi utama ketika pengen mencari pencerahan terkait permasalahan yang dialami untuk saat ini memang Youtube jadi jawaban. Pertama aksesnya mudah. Kedua, disana bisa mendapatkan pencerahan dari Ustadz-ustadz yang lain juga yang menurut kita bisa diterima di akal sama hati. Ketiga, metode ceramah dengan video di Youtube/medsos yang lain juga kita bisa mudah membagikan ilmu yang didapat tadi ke orang lain, misal dijadiin *snaps* WA atau IG gitu”¹¹⁰

Kemudahan dalam mengakses video ceramah ketika di publikasikan ke Youtube ini juga dirasakan oleh Sekar dalam pernyataannya sebagai berikut :

“Dengan adanya video-video ceramah di Youtube seseorang dapat dengan mudah mencari apa, tema apa yang ingin mereka ketahui ceramah agama tentang apa yang ingin mereka ketahui, hukum seperti apa yang ingin mereka ketahui, meskipun memang belajar agama tidak cukup hanya dengan melihat video saja, tetapi itu, bisa melihat video-video di Youtube bisa menjadi salah satu langkah seseorang untuk kemudian lebih serius mempelajari

¹¹⁰ Wawancara dengan informan 3 Faisal.

agamanya dan mencari guru untuk memperdalam agamanya.”¹¹¹

Ainin juga senada dengan para informan lainnya, media sosial Youtube membawa kemudahan, pernyataannya sebagai berikut :

“Karena emang orang sekarang itu kayak anak-anak terus ibu-ibu terus guru-guru pun, pembelajaran mereka itu biasanya itu kayak diliatin di Youtube gitulo. Jadi kayak yaudah kita bisa belajar yang lebih mudah gitulo, tinggal *pencet* Youtube, tinggal kita cari gitulo, kita mau belajar agama apa, kita mau lihat dakwahnya siapa, itu mudah banget buat di akses gitu.”¹¹²

Kemudahan akses ini juga dirasakan oleh Jihan dengan adanya siaran video Ustadz Hanan Attaki yang dipublikasikan pada media sosial Youtube. Sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Tentu sangat memudahkan karena video itu bisa di ulang-ulang jadi kita itu kalo lupa mungkin kita bisa lihat lagi gitulo videonya. Ceramah yang dikemas dalam bentuk video itu lebih memudahkan kita banget untuk mendengarkan ceramah-ceramah dan dakwah-dakwah Islam. Selama ini aku nggak pernah menemukan kesulitan buat nyari

¹¹¹ Wawancara dengan informan 2 Sekar.

¹¹² Wawancara dengan informan 4 Ainin.

video-video ceramah yang emang apaya, lagi kita butuhkan, dan kita pelajari, apalagi Youtube mudah banget dicarinya, karena juga apaya, ada fitur beranda yang terkait gitulo sama apa yang kita *subscribe* apa yang kita sukai, jadi kita gampang banget untuk menemukan video-video ceramah yang serupa.”¹¹³

Kemudahan aksesibilitas dakwah di media sosial ini juga dirasakan oleh Sardar, dan bahkan dapat mengatasi masalah yang hadir dalam kehidupannya, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Melihat video-video tentang kajian itu nggak ada bosan e, apalagi kalo udah *kadung mood*. Dalam artian *kadung mood* pengen nyari kajian ceramah. Misalnya, yang sering tak *share* itu biasanya tentang ikhlas, syukur, sabar. *wes* tiga ini *tok*. Soalnya apa, emosi dikit, nanti cari video di IG, okee tenang kan, nanti *overthinking* dikit *scroll* IG ngeliat Youtube, nanti muncul video-video yang ibaratno menjadi *moodbooster* kita untuk tahap selanjutnya, memulai hari esok.”¹¹⁴

2. Kemudahan Untuk Mempelajari Agama

Kemudahan dalam mempelajari agama Islam, penerimaan yang mudah diterima, akan membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi mudah untuk

¹¹³ Wawancara dengan informan 5 Jihan.

¹¹⁴ Wawancara dengan informan 1 Sardar.

memahami ilmu agama Islam, sehingga tidak perlu memikirkan sesuatu yang berat-berat sehingga itu menambah rasa jenuh mereka, yang nantinya mereka tidak akan tertatik kembali untuk mempelajari agama, karena kerumitannya. Sebagaimana yang dinyatakan Sekar pada pernyataannya sebagai berikut :

“Saya akan merekomendasikan video Ustadz Hanan Attaki, karena pembawaan yang beliau sampaikan kembali yang sudah saya sampaikan tadi pembawaannya ringan dan mudah dipahami sehingga ketika seseorang sudah mulai memiliki rasa tertarik untuk mempelajari agama, otomatis akan muncul rasa penasaran dan ingin mempelajari lebih jauh.”¹¹⁵

Mampu membuat tema yang berat menjadi ringan juga menghadirkan manfaat bagi Sekar dalam mempelajari agama Islam, sebagai berikut :

“Yang menjadi poin plus dari gaya ceramah atau dakwah beliau ketika beliau mampu menyampaikan sesuatu yang mungkin memiliki pembahasan yang berat tapi beliau mampu membungkusnya dengan gaya bahasa yang ringan.”¹¹⁶

¹¹⁵ Wawancara dengan informan 2 Sekar.

¹¹⁶ Ibid.

Dengan kemudahan memahami tema agama dalam ceramah membuat Ainin menemukan kecocokan dengan penyampaian pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Sejauh ini se emang video Youtube Ustadz Hanan Attaki yang udah tak liat emang, dari tema-tema beliau ini emang mudah dipahami sih, dan emang cocok buat generasi muda seperti aku”¹¹⁷

Menurut Jihan dengan adanya pengemasan pesan dakwah yang mudah diterima membuatnya ketika melihat siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki merasa seperti berbincang-bincang daripada ceramah, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Ustadz — Hanan Attaki selalu mencontohkan cerita-cerita Nabi atau dakwah-dakwahnya itu dengan kata-kata yang mudah dipahami sama remaja, terus kayak dia itu pake bahasa yang gaul gitulo jadi kita itu dengernya itu gak kayak lagi ceramah sama *mbah-mbah* dan gak kayak di ceramahi jadi kayak lebih ke ngobrol asik gitulo.”¹¹⁸

Sardar juga sependapat dengan informan yang lain, kajian menjadi serasa ringan dan mudah

¹¹⁷ Wawancara dengan informan 4 Ainin.

¹¹⁸ Wawancara dengan informan 5 Jihan.

untuk dipahami, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut :

“Ustadz Hanan Attaki tausiyah terus ceramah itu, opo yo, membuat kajian itu serasa ringan, terus pembawaannya juga dan ee jiwa jiwa mudanya itu dengan pola-pola komunikasi yang ee disampaikan iku sek opo yo mudah diingat, mudah di implementasikan di kehidupan sehari-hari karena bahasa yang disampaikan itu ringan dan mudah dipahami”.¹¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah disajikan penjabarannya diatas, siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki yang di publikasikan pada media sosial Youtube membawa pengaruh terhadap penyampaian pesan dakwah kepada generasi Z. para informan yang juga generasi Z merasa siaran video atau informasi yang dibagikan pada media sosial membuat mereka menjadi mudah untuk mengaksesnya. Ustadz Hanan Attaki yang mampu mengemas tema-tema pesan dakwah dengan mudah pada siaran video di media sosial Youtubena memberikan kemudahan bagi generasi Z untuk mempelajari agama Islam.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Pengertian analisis data pernah dikemukakan oleh Noeng Muhadjir yaitu sebagai usaha untuk menelaah dan menata secara sistematis catatan yang telah diraih melalui wawancara, observasi yang telah diamati, dan lain-lain untuk

¹¹⁹ Wawancara dengan informan 1 Sardar.

memberikan pemahaman bagi peneliti tentang studi kasus yang dijadikan penelitian dan menyajikannya sebagai informasi kepada khalayak lain. Kegunaan pencarian terhadap makna adalah untuk meningkatkan pemahaman melalui analisis lebih lanjut¹²⁰.

Dalam pembahasan hasil penelitian ini, peneliti hendak memberikan paparan hasil penelitian merujuk pada wawancara yang telah diraih hasilnya, dokumentasi serta observasi lapangan yang telah dilakukan. Pada analisis data juga akan dijelaskan juga dipastikan kebenaran dari penelitian yang telah dilaksanakan. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa temuan dalam penelitian Preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Terhadap Siaran Video Youtube Ustadz Hanan Attaki

Faktor yang mendasari preferensi mahasiswa ilmu komunikasi universitas islam negeri sunan ampel surabaya terhadap siaran video youtube ustadz hanan attaki apabila merujuk pada analisis terkait wawancara yang telah diraih dan observasi yang telah diamati saat di lapangan serta dokumentasi yang ada, peneliti memperoleh beberapa faktor yang menjadikan siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki diminati oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Pertama, adalah faktor pembawaan yang dibawa oleh Ustadz Hanan Attaki dalam videonya. Faktor ini merupakan salah satu faktor terpenting bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam mencari video dakwah agama Islam. Terdapat banyak faktor yang menjadikan generasi Z dalam mendengarkan video dakwah pada media sosial Youtube.

¹²⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, No. 33 (January 2, 2019): 81–95.

Media sosial Youtube adalah media sosial dimana seseorang dapat membagikan, mengunggah video didalamnya. Penting bagi seseorang memiliki pembawaan yang selaras dengan kepada siapa mereka berbicara.

Melihat video dakwahnya, Ustadz Hanan Attaki memiliki *jama'ah* kebanyakan adalah pemuda. Ustadz Hanan Attaki membuat gerakan yang berdasarkan keinginannya untuk mengajak anak muda berbuat baik. Maka dari itu Ustadz Hanan Attaki memiliki pembawaan yang sama dengan anak muda seperti menggunakan *kupluk*, kemeja, topi, jaket *hoodie* atau sekedar kaos saja.

Karakter yang ada pada beliau juga sangat tenang dan santai ketika menyampaikan ceramahnya. Selain *style* kekinian beliau menggunakan bahasa-bahasa gaul atau kekinian ketika menyampaikan pesan dakwah. Dengan *style* Ustadz Hanan Attaki yang seperti pemuda serta karakter yang kalem dan bahasa kekinian dan gaul sehingga sangat berhubungan dengan kegiatan dan bahasa sehari-hari pemuda membuat mereka tertarik untuk mendengarkan ceramah dakwah Ustadz Hanan Attaki.

Kedua, faktor kesesuaian dengan pemuda. Kesesuaian dengan pemuda adalah faktor dimana ceramah atau pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki sesuai dengan apa yang terjadi pada pemuda. Ustadz Hanan Attaki sendiri seringkali membagikan video yang memang selaras dengan apa yang pemuda atau seseorang alami dalam hidupnya, contohnya pada video berjudul "*Ge'er*" dimana Ustadz Hanan Attaki menjelaskan dimana ketika kita mendapatkan ujian, kita di uji karena akan diberikan kenikmatan, tetapi ketika orang lain di uji, kita menghakiminya karena orang tersebut banyak melakukan perbuatan menyimpang.

Merujuk pada hasil data yang diraih melewati para informan, dengan tema-tema ringan dengan mengaitkan

dengan keseharian kegiatan pemuda, lalu dengan cara Ustadz Hanan Attaki berusaha membaaur dengan pemuda seperti membahas percintaan, melatih kesabaran, dan memotivasi pemuda dengan cara memberikan contoh-contoh yang sesuai dengan pemuda membuat anak muda merasa lebih dekat dengan Ustadz Hanan Attaki dan tertarik untuk mendengarkan pesan dakwah yang akan disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki.

Ketiga, faktor audio dan visual. Pada siaran video Ustadz Hanan Attaki, beliau seringkali mengemas videonya dengan hal-hal yang unik dimana membuat seseorang yang melihatnya dapat tetap melihat videonya hingga selesai dan tidak mengalami kejenuhan yang membuat mereka berhenti melihat video Ustadz Hanan Attaki. Dalam videonya Ustadz Hanan Attaki seringkali menambahkan video-video ilustrasi yang sesuai dengan tema yang diberikan atau pernah juga Ustadz Hanan Attaki menggunakan pemandangan alam. Audio yang disematkan pada video Ustadz Hanan Attaki menggunakan audio-audio yang menenangkan untuk mengiri penyampaian pesan dakwahnya. Disisi lain, Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan ceramahnya, cara Ustadz Hanan Attaki berbicara memiliki intonasi yang *kalem* dan menenangkan pula bagi yang menontonnya.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya merasa dengan adanya hal tersebut membuat video menjadi berbeda daripada video ceramah biasanya. Hal tersebut juga menambah ketertarikan dan tidak membuat jenuh ketika melihat videonya Ustadz Hanan Attaki. Suara Ustadz Hanan Attaki yang merdu ketika membawakan ceramahnya dibantu dengan *backsound* yang menenangkan dan kemerduan Ustadz Hanan Attaki ketika membacakan ayat suci Al-Qur'an membuat Mahasiswa Ilmu Komunikasi merasakan ketenangan ketika melihat videonya.

Keempat, yang menjadi faktor selanjutnya adalah faktor durasi. Video dengan durasi satu menit atau dinamakan *one minute booster* seringkali dibagikan oleh Ustadz Hanan Attaki pada media sosialnya mulai dari Instagram hingga media sosial Youtube. Video *one minute booster* berisikan video-video motivasi tentang sabar, evaluasi diri, bagaimana agar tidak rapuh yang dikemas sedemikian rupa yang isinya berisi poin-poin penting yang berdurasi selama satu menit.

Dengan hadirnya video dakwah satu menit yang dihadirkan oleh Ustadz Hanan Attaki membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi senang dengan hal tersebut karena bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Dengan durasi yang singkat namun berisi inti dari apa yang ingin disampaikan dapat lebih mengena kepada mereka. Durasi yang tidak terlalu lama juga menjadikan mereka tidak kehilangan fokus dan mampu menelaah dengan baik apa yang akan disampaikan Ustadz Hanan Attaki pada siaran videonya.

Dalam melakukan dakwah kepada pemuda tidak hanya asal membuat video lalu mempublikasikannya ke media sosial, melainkan harus mengerti kepada siapa mereka berdakwah, apabila kepada pemuda, harus mengerti apa yang cocok dan disukai oleh para pemuda agar mereka tidak mengalami kebosanan dan kejenuhan dalam mendengarkan ceramah serta mempelajari agama Islam.

Terdapat manfaat yang dirasakan mahasiswa ilmu komunikasi setelah menikmati video ustadz hanan attaki. Metode dakwah yang dijalankan dengan benar dan sesuai dengan ayat suci Al-Qur'an, memahami siapa yang menjadi penerima pesan dakwah, kemudian memberikan nasihat yang baik akan membawa manfaat yang menguntungkan agama Islam, menguntungkan pendakwah, serta menguntungkan yang menerima pesan dakwah itu sendiri sehingga dakwah Islam bisa berjalan dengan baik. Berikut

manfaat yang diperoleh oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Pertama, terdapat kemudahan aksesibilitas. Edmonds memberikan pemaparan terkait aksesibilitas, nilai numerik yang mengindikasikan mudah atau sulitnya guna mendapatkan akses ke barang atau jasa disematkan pada pengertian aksesibilitas. Istilah mudahnya ada pada penjabaran yang dipaparkan oleh Hurst, menurutnya aksesibilitas merupakan suatu ukuran dari kemudahan mulai dari waktu, lalu usaha yang dikeluarkan hingga biaya yang ditanggung untuk melakukan perpindahan antara kawasan dalam sebuah sistem¹²¹. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan untuk mendapatkan sesuatu atau mengunjungi sesuatu.

Dengan dipublikasikannya video di media sosial Youtube seperti yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki maka video Ustadz Hanan Attaki dapat dengan mudah untuk diakses kapanpun dan dimanapun selama ada jaringan internet yang tersedia. Hal ini sangat memudahkan generasi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mempelajari agama Islam dengan melihat siaran video Ustadz Hanan Attaki, hal ini dikarenakan mereka lahir setelah era-era telah dijajah oleh internet.

Merujuk pada wawancara dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang telah diraih hasilnya, dengan adanya siaran video Ustadz Hanan Attaki yang dipublikasikan pada media

¹²¹ La Ode Muhamad Magribi And Aj Suhardjo, "Aksesibilitas Dan Pengaruhnya Terhadap Pembangunan Di Perdesaan: Konsep Model Sustainable Accessibility Pada Kawasan Perdesaan Di Propinsi Sulawesi Tenggara," *Jurnal Transportasi* 4, No. 2 (2004), Accessed December 26, 2022,

<https://journal.unpar.ac.id/index.php/journaltransportasi/article/view/1775>.

sosial Youtube dapat dengan mudah untuk dicari dan diakses kapanpun. Apabila video dipublikasikan pada media sosial Youtube para mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mampu mencari tema, hukum, atau bab agama Islam yang mana yang ingin mereka pelajari. Poin lainnya adalah video dakwah yang dipublikasikan pada media sosial Youtube bisa dibagikan ke media sosial yang lain. Walaupun hanya dengan melihat Youtube menurut mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dapat menjadi jalan seseorang untuk berubah menjadi baik. Apapun tema dakwah agama Islam yang mereka inginkan menjadi mudah dicari dengan dipublikasikannya video melalui media sosial Youtube.

Kedua, kemudahan untuk mempelajari agama. Ketika hendak membagikan ilmunya terkait agama Islam, Ustadz Hanan Attaki mengemasnya dalam bentuk video. Dalam menyampaikan dakwah pada videonya Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang sehari-hari pemuda gunakan, menggunakan bahasa gaul dan kekinian. Hal ini menyebabkan dakwah agama Islam dapat mudah dimengerti dan diterima oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Generasi Z Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya merasa dengan tema dakwah pada video Ustadz Hanan Attaki dengan memudahkan mereka untuk mempelajari agama Islam bahkan dengan kemudahan itu membuat ingin mempelajari lebih banyak lagi. Kemudahan dalam menjelaskan tema pesan dakwah menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya cocok dengan gaya dakwah Ustadz Hanan Attaki. Selain mudah untuk dipahami, apa yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki menjadi mudah untuk di implementasikan dengan

kegiatan sehari – hari. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menemukan pendakwah yang menyenangkan karena mereka merasakan tidak seperti dinasehati atau diceramahi oleh yang lebih tua melainkan lebih kepada seperti berbincang-bincang dengan kawan sebaya.

1. Perspektif Teoretis Difusi Inovasi

Perspektif teori yang disematkan pada penelitian ini merupakan fase untuk memutuskan apakah teori yang digunakan masih mempunyai relevansi dan keselarasan dengan penelitian yang dilakukan atau sebaliknya yaitu tidak memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dirumuskan Everett M. Rogers, yaitu teori difusi inovasi.

Teori ini memberikan pemaparan sebagai suatu jenis komunikasi khusus dimana memuat pesan yang berupa ide baru. Teori ini juga memberikan penjabaran terkait suatu tipe perubahan sosial dan budaya yaitu suatu proses perubahan yang terjadi pada susunan dan fungsi sistem sosial budaya. Inovasi dimaknai sebagai ide, praktek, atau objek yang dianggap masih segar oleh individu. Yang diyakini oleh teori ini adalah bahwa sebuah Inovasi mampu terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bias dimengerti situasi dan kondisinya¹²².

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat menyimpulkan hasil

¹²² Dwi Kartikawati, "Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube Di Kalangan Remaja)," *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, No. 1 (January 8, 2019), Accessed October 19, 2022, <https://Ejournal.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Jep/Article/View/447>.

penelitian yang ditemukan dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu difusi inovasi. Terdapat peran *Inovator* atau orang yang memiliki gagasan atau ide baru, serta *Adopter* yang diartikan sebagai suatu sistem sosial yang menerima ide atau gagasan dari *Inovator*.¹²³.

Pada penelitian ini Ustadz Hanan Attaki sebagai *Inovator* beliau menyampaikan gagasan yang berupa ilmu agama Islam yang ia punyai. Pada difusi inovasi terdapat saluran komunikasi untuk menyampaikan gagasan atau ide sang *inovator*¹²⁴. Ustadz Hanan Attaki menggunakan video yang dipublikasi pada media sosial Youtube sebagai saluran atau media untuk menyampaikan idenya. Terdapat banyak faktor mengapa dakwah Ustadz Hanan Attaki dapat diterima oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Dalam pemaparannya Rogers, suatu inovasi dapat mendapatkan penerimaan dan juga penolakan yang mendapatkan pengaruh dari beberapa faktor, yaitu¹²⁵:

1. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Hal ini merupakan dimana inovasi dapat menawarkan keuntungan lebih apabila di komparasikan dengan inovasi yang telah ada sebelumnya. Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, Ustadz Hanan Attaki berperan sebagai

¹²³ Nur Azizah, "Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal," *Jurnal Heritage* 6, No. 2 (July 9, 2018): 30–37.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Putri Mayang Anata Dewi Sukma, "Analisis Adopsi Uang Elektronik Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Ovo Di Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 7, No. 2 (January 28, 2019), Accessed December 3, 2022, <https://jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/5466>.

inovator atau yang membawa ide dan gagasan yang baru, dibandingkan dengan ceramah-ceramah yang formal dan hanya terpaku pada Masjid saja atau penyampaiannya terlalu baku, Ustadz Hanan Attaki membawa warna baru dalam menyampaikan dakwahnya dengan mempublikasikan video pada media sosial Youtube dengan bahasa-bahasa kekinian dan pembawaan yang sesuai dengan gaya pemuda.

2. Kesesuaian (Compability)

Penerimaan inovasi dapat memperoleh penerimaan apabila dianggap selaras dengan nilai-nilai, pengalaman, dan apa yang dibutuhkan sekarang. Penerima inovasi disini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Ustadz Hanan Attaki mampu membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mengadaptasi inovasi atau gagasan yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki karena Ustadz Hanan Attaki memiliki pembawaan seperti pemuda, menggunakan bahasa sehari-hari yang digunakan oleh pemuda atau bisa dibilang sebagai bahasa gaul dan kekinian, tema yang dibahas oleh Ustadz Hanan Attaki juga tidak jauh-jauh dari apa yang dilakukan oleh pemuda atau bahkan kegiatan sehari-hari.

3. Kerumitan (Complexity)

Ketika inovasi mudah dalam pengaplikasiannya, maka akan semakin lancar pula penerimaan inovasi tersebut pada kalangan masyarakat. Dalam menyampaikan ide atau gagasannya terkait pesan dakwah agama Islam dalam videonya, Ustadz Hanan Attaki mampu mengemas tema tersebut agar mudah untuk dipahami, generasi

mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tidak mengalami kesulitan mengenai apa yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki.

4. Dapat Diuji Coba (Triability)

Faktor ini adalah dimana apakah masyarakat bisa langsung mencoba inovasi yang ada. Dapat diartikan dimana sesuatu akan cepat diterima apabila dapat diuji cobakan terlebih dahulu¹²⁶. Ustadz Hanan Attaki yang mempublikasikan video dakwahnya pada media sosialnya, salah satu Youtube menawarkan kemudahan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk mendengarkan dakwah agama serta mempelajari agama Islam. Dalam penyampaian pada setiap videonya Ustadz Hanan Attaki menawarkan kemudahan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mempelajari agama Islam dengan penyampaian yang asik dan mudah diterima. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat mencoba secara langsung apa yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan adanya kemudahan akses untuk membuka Youtube dan mengadaptasi apa yang tema tema yang dikemas untuk mudah masuk pada pemahaman oleh Ustadz Hanan Attaki pada setiap videonya.

2. Perspektif Keislaman

Menelusuri dalam sisi bahasa “*da’wah*” memiliki asal muasal dari bahasa arab yang

¹²⁶ Azizah, “Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal.”

pengertiannya adalah merupakan suatu panggilan, seruan, atau ajakan. Individu yang melakukan dakwah agama Islam kepada masyarakat umum disematkan pada pengertian *Da'i* dan golongan masyarakat umum yang mendapatkan ilmu melalui agenda dakwah tersebut dinamakan sebagai *mad'u*. Istilah yang lainnya adalah dimana dakwah dimaknai sebagai suatu usaha guna memberikan ajakan kepada masyarakat umum agar melakukan sekaligus meninggalkan sesuatu. Dalam menyampaikan dakwahnya para *Da'i* memerlukan suatu media yang tepat¹²⁷. Berdakwah juga menjadi kewajiban bagi setiap Muslim sebagaimana pada *hadits* Rasulullah,

Dari Abdullah bin Amr Radhiyallahu ta'ala 'anhu, bahwa Nabi Shallallahu'alaihi wa sallam bersabda¹²⁸:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “Sampaikan dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari).

Kini tugas umat Muslim masa sekarang untuk melanjutkan tugas Rasulullah SAW dalam menyampaikan kebaikan dan berusaha menjauhkan umat manusia dari keburukan. Makna lain yang tersemat pada *hadits* ini adalah apabila seorang manusia memiliki ilmu yang bermanfaat maka ilmu tersebut harus dibagikan kepada yang lain¹²⁹.

Dalam berdakwah kita juga tidak bisa sembarangan dalam melakukannya. Karena saat ini telah berada pada era perkembangan teknologi.

¹²⁷ Abdul Karim, “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang” 4, No. 1 (2016): 16.

¹²⁸ Elisah and Rodliyana, “Design Thinking penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah inspirasi hadits Nabi SAW.”

¹²⁹ Ibid.

Perkembangan teknologi masa kini telah membawa perubahan terkait bagaimana manusia melakukan komunikasi. Dalam melakukan interaksinya, saat ini manusia sering mengoperasikan media sosial daripada melakukan komunikasi secara langsung. Pada era sekarang *handphone* menjadi suatu hal kebutuhan primer bagi khalayak umum. *Handphone* adalah sarana untuk mencari informasi saat ini, dalam relevansinya dengan dakwah, mengerti media yang digunakan menjadi salah satu strategi dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat¹³⁰. Hal ini selaras dengan firman Allah pada Qur'an Surah An-Nahl ayat 125¹³¹:

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

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Ada 3 metode efektif yang dapat diterapkan dalam melaksanakan agenda dakwah yaitu dakwah *Bi Al-Hikmah*, *Bi Mauidzhoh Hasanah*, *Bilatil Hiya Ahsan* yang dipahami sebagai dakwah dengan memahami situasi dan kondisi subjek dakwah. Menyerkukan nasihat

¹³⁰ Muhammad Habibi, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenia," *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 12, No. 1 (October 16, 2018), Accessed December 2, 2022, <http://Jurnal.inpontanak.Or.Id/Index.Php/Alhikmah/Article/View/1085>.

¹³¹ "Surat An-Nahl Ayat 125 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di Tafsirweb," Accessed December 26, 2022, <https://Tafsirweb.Com/4473-Surat-An-Nahl-Ayat-125.Html>.

yang baik, dan beradu argumen dengan cara yang baik Sunan Kalijaga pernah mengatakan bahwa orang ingin menjauh ketika posisinya diserang, sehingga ada peluang untuk secara bertahap mengikuti apa yang mereka suka dan sekaligus mempengaruhinya, ketika orang memahami dan mengenal Islam, kebiasaan buruk akan hilang dengan sendirinya¹³².

Berdasarkan observasi yang telah diamati, Ustadz Hanan Attaki melakukan metode dakwah dengan cara *Bi Al-Hikmah* yaitu mengerti kondisi siapa yang hendak menerima pesan dakwahnya dengan memiliki jiwa muda, bahasa-bahasa yang gaul dan kekinian serta tema dakwah yang berangkat dari keresahan-keresahan yang dirasakan oleh para pemuda atau generasi Z.

Pada era perkembangan teknologi dakwah membutuhkan media yang tepat. mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menggunakan internet untuk mencari informasi yang mereka butuhkan. Maka dari itu Ustadz Hanan Attaki menyampaikan dakwahnya melalui media sosial Youtube. Dengan pendekatan yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya disokong oleh cara Ustadz Hanan Attaki yang mempublikasikannya di media sosial Youtube terbukti memberikan banyak manfaat kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mulai dari memberikan kemudahan akses dalam mencari tema dakwah yang dicari dimanapun dan kapanpun juga mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mendapatkan

¹³² Ahmad Mukhlisin, "Pendidikan Karakter Pemimpin Melalui Tembang Dolanan (Analisis Tembang Lir-Irir Karya Sunan Kali Jaga)," *Jurnal Warna* 3, No. 1 (August 2, 2019): 41–49.

pendakwah yang cocok dengan selera mereka serta mendapatkan pendakwah yang mampu menyampaikan ilmu agama Islam dengan mudah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terdapat empat faktor mengapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menyukai video Youtube Ustadz Hanan Attaki. Pembawaan Ustadz Hanan Attaki yang memiliki jiwa muda dan membawakan pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan masalah pemuda. Pemberian ilustrasi dan video menjadi salah satu hal yang menunjang ketertarikan mereka. Durasi yang terlalu lama juga dapat membuat mereka jenuh dalam mendengarkan pesan dakwah atau mempelajari agama Islam. Dengan adanya siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki, setelah mereka melihatnya mahasiswa Ilmu Komunikasi merasa belajar agama saat ini menjadi mudah karena aksesnya dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Belajar agama Islam juga menjadi mudah dengan penyampaian Ustadz Hanan Attaki yang mampu mengemas tema pesan dakwah menjadi sangat ringan dan mudah diterima.

B. Saran dan Rekomendasi

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap siaran video Youtube Ustadz Hanan Attaki, dengan ini peneliti memberi saran dan rekomendasi, antara lain :

1. Untuk Pendakwah. Agar kiranya dalam menyampaikan pesan dakwah dapat mengerti apa yang disukai dan apa yang menjadi kegiatan target pesan dakwah agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan benar dengan cara memasuki apa yang mereka sukai dan tidak langsung

- memberikan tausiyah tausiyah yang menghakimi dan membuar para pendengar bosan.
2. Untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Bahwa belajar agama juga perlu hati-hati dalam mencari guru yang tepat, walaupun Ustadz Hanan Attaki selaras dengan yang mahasiswa Ilmu Komunikasi rasakan, mempelajari Islam juga perlu guru diluar dunia maya agar kita juga mempelajari adab terhadap guru dan mendapatkan berkah darinya. Disisi lain bahwa apabila menemukan Ustadz yang tidak cocok gayanya dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi belum tentu Ustadz tersebut tidak layak untuk didengarkan.
 3. Peneliti berharap agar Ustadz Hanan Attaki dapat terus berkembang dan memberikan warna-warna baru dalam menyampaikan pesan dakwah. Dan harapan kedepannya adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dapat terus bersemangat dalam mempelajari agama Islam serta dapat menemukan guru yang tepat, di dunia maya maupun dunia nyata.
 4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan informasi yang lebih detail mengenai apa yang dibahas pada penelitian ini.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengalami keterbatasan dalam mencari lebih banyak informan yang sesuai dengan kriteria. Peneliti hanya mengambil lima karena berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, lima informan tersebut terbiasa membagikan konten-konten dakwah Islam pada media sosialnya.

Peneliti telah mencoba untuk berusaha dengan maksimal mungkin dalam melakukan menganalisis preferensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam

Negeri Sunan Ampel Surabaya agar sesuai yang diharapkan dan peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini masih sangat kurang sempurna baik dari segi penulisan maupun hasil yang didapatkan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh. Ali, Ilmu Dakwah, Jakarta, Pt Interpretama Mandiri, 2004.
- , Mengenal Tuntas Al-Qur'an, Surabaya, Imtiyaz, 2012.
- Ahmad Munawar Ismail, Wan Kamal Mujani, And Ahmad Aiman Zuhaily A. M. "Methods Of Da'wah And Social Networks In Dealing With Liberalism And Extremism." *Islamiyyat: Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal Of Islamic Studies* 40, No. 2 (2018): 131–139.
- Azizah, Nur. "Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal." *Jurnal Heritage* 6, No. 2 (July 9, 2018): 30–37.
- Bella Nadyantana, Mulia. "Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)." Diploma, Iain Ponorogo, 2018. Accessed October 16, 2019. [Http://etheses.iainponorogo.ac.id/3859/](http://etheses.iainponorogo.ac.id/3859/).
- Bulele, Yohana Noni. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok." *Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology* 1, No. 1 (November 11, 2020): 565–572.
- Christiani, Lintang Citra, And Prinisia Nurul Ikasari. "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa." *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media* 4, No. 2 (October 27, 2020): 84–105.
- Effendy, Dedi Usman, Agung Darmawansyah, And Rudy Yuwono. "Analisis Unjuk Kerja Sistem Digital Video Broadcast (Dvb)." *Jurnal Eccis* 3, No. 2 (2009): 10–16.
- Elisah, Elisah, And Dede Rodliyana. "Design Thinking Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah

- Inspirasi Hadits Nabi Saw.” *Gunung Djati Conference Series 4* (2021): 43–51.
- Faiqah, Fatty, Muhammad Nadjib, And Andi Subhan Amir. “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram.” *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi* (2016): 259–272.
- Fauzan, Fauzan. “Etika Humas Dalam Perspektif Islam: Tinjauan Epistemologis.” *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan 2*, No. 2 (December 31, 2018): 135–154.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, And Hetty Krisnani. “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme.” *Share : Social Work Journal 10*, No. 2 (2020): 199–208.
- Firdaus, Yogi Ridho. “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah Iain Salatiga).” Other, Iain Salatiga, 2018. Accessed October 16, 2019. [Http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/](http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/).
- . “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah Iain Salatiga).” Other, Iain Salatiga, 2018. Accessed September 20, 2022. [Http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/](http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/4401/).
- Fuadatul, Hariroh. “Nilai-Nilai Pendidikan Tasawuf (Telaah Terhadap Tembang Dolanan Jawa Ilir-Ilir).” Diploma, Stain Ponorogo, 2015. Accessed October 16, 2019. [Http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/838/](http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/838/).
- Habibi, Muhammad. “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenial.” *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah 12*, No. 1 (October 16, 2018). Accessed

- December 2, 2022.
[Http://Jurnaliainpontianak.Or.Id/Index.Php/Alhikmah/Article/View/1085](http://Jurnaliainpontianak.Or.Id/Index.Php/Alhikmah/Article/View/1085).
- Hajar, Ibn. “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)” 4, No. 2 (2018). Accessed September 20, 2022. [Https://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951](https://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951).
- . “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media).” *Jurnal Al-Khitabah* 4, No. 2 (January 8, 2019). Accessed October 16, 2019. [Http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951](http://Journal.Uin-Alauddin.Ac.Id/Index.Php/Al-Khitabah/Article/View/6951).
- Haqqu, Rizca. “Era Baru Televisi Dalam Pandangan Konvergensi Media.” *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 16, No. 1 (April 1, 2020): 15–20.
- Harahap, Halomoan. “Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhinya.” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, No. 1 (July 5, 2017): 43.
- Husna, Nihayatul. “Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur’an.” *Jurnal Selasar Kpi: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 1, No. 1 (December 1, 2021): 97–105.
- Indonesia, Dewan Masjid. “Dmi-Merial Institute: 66,4 Persen Pemuda Tidak Ke Masjid Setiap Hari.” *Dewan Masjid Indonesia*. Last Modified September 4, 2018. Accessed October 17, 2019. [Http://Dmi.Or.Id/Dmi-Merial-Institute-664-Persen-Pemuda-Tidak-Ke-Masjid-Setiap-Hari/](http://Dmi.Or.Id/Dmi-Merial-Institute-664-Persen-Pemuda-Tidak-Ke-Masjid-Setiap-Hari/).
- Karim, Abdul. “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang” 4, No. 1 (2016): 16.
- Kartikawati, Dwi. “Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya

- Populer (Kajian Pada Media Youtube Di Kalangan Remaja).” *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, No. 1 (January 8, 2019). Accessed October 19, 2022. <https://Ejournal.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Jep/Article/View/447>.
- Kotler, Philip; Benyamin Molan; Bambang Sarwiji; Kevin Lane. *Manajemen pemasaran / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa, Benyamin Molan ; penyunting bahasa, Bambang Sarwiji. Jakarta :: Indeks, 2009.*
- Laela Fitriana, 2841134011. “Strategi Benchmarking Dalam Meningkatkan Kinerja Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multi Kasus Di Mtsn Aryojeding Dan Smpi Al-Azhaar Tulungagung).” Thesis, Iain Tulungagung, 2016. Accessed April 12, 2021. <http://Repo.Iain-Tulungagung.Ac.Id/3183/>.
- Lexy J. Moleong (Penulis). *Metodologi Penelitian Kualitatif / Penulis, Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A.. Bandung :: Pt Remaja Rosdakarya, 2018.*
- Mappiare A. *Psikologi orang dewasa bagi penyesuaian dan pendidikan. Usaha Nasional; 1983.*
- Magribi, La Ode Muhammad, And Aj Suhardjo. “Aksesibilitas Dan Pengaruhnya Terhadap Pembangunan Di Perdesaan: Konsep Model Sustainable Accessibility Pada Kawasan Perdesaan Di Propinsi Sulawesi Tenggara.” *Jurnal Transportasi* 4, No. 2 (2004). Accessed December 26, 2022. <https://Journal.Unpar.Ac.Id/Index.Php/Journaltransportasi/Article/View/1775>.
- Mannan, Audah, And Akhmad Fachri. “Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @Yufid.Tv Di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 19, No. 2 (2018): 218–237.

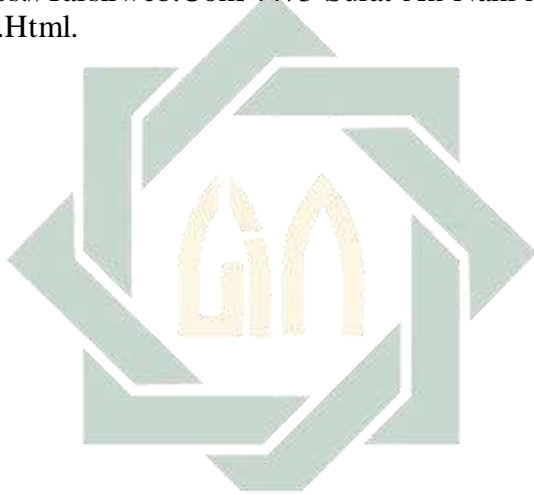
- . “Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @Yufid.Tv Di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 19, No. 2 (February 23, 2019): 218–237.
- Muhlis, Muhlis, Usman Jasad, And Abdul Halik. “Bentuk Dakwah Di Facebook.” *Jurnal Diskursus Islam* 4, No. 1 (May 1, 2016): 1–17.
- Mukhlisin, Ahmad. “Pendidikan Karakter Pemimpin Melalui Tembang Dolanan (Analisis Tembang Lir-Ilir Karya Sunan Kali Jaga).” *Jurnal Warna* 3, No. 1 (August 2, 2019): 41–49.
- Musthofa, Musthofa. “Prinsip Dakwah Via Media Sosial.” *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16, No. 1 (June 18, 2016): 51–55.
- Nadya, Putri-. “Efektifitas Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pengenalan Alat Musik Daerah Pada Pembelajaran Ips Bagi Anak Tunagrahita Ringan Di Sdlb 20 Kota Solok.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus* 1, No. 2 (May 1, 2012). Accessed October 16, 2019.
[Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858.](http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jupekhu/Article/View/858)
- Nurjaman, Teguh, And Rita Herlina. “Personal Branding Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial.” *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 8, No. 1 (June 30, 2021): 22–29.
- Parhan, Muhamad, Prihatini Riezky A, And Sarah Alifa. “Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:” *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, No. 02 (December 26, 2020): 175–196.
- Purwono, Joni. “Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan.” *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran* 2, No. 2 (2014). Accessed April 11,

2021.
<https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/tp/article/view/3659>.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, No. 33 (January 2, 2019): 81–95.
- Rohmadini, Siti. "Pengaruh Tayangan Serial Kisah 9 Wali Episode 'Sunan Bonang Dan Guptaja' Di Trans Tv Terhadap Kerukunan Dalam Keluarga Masyarakat Kelurahan Ampel Kota Surabaya." Undergraduate, Uin Sunan Ampel Surabaya, 2017. Accessed October 16, 2019. <http://digilib.uinsby.ac.id/15374/>.
- Rusli, Nurdin. "Spiritualising New Media: The Use Of Social Media For Da'wah Purposes Within Indonesian Muslim Scholars." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, No. 1 (June 1, 2013): 1–21.
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Cakrawala - Jurnal Humaniora* 16, No. 2 (2016). Accessed October 16, 2019. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283>.
- Sikumbang, Ahmad Tamrin. "Teori Komunikasi (Pendekatan, Kerangka Analisis Dan Perspektif)." *Journal Analytica Islamica* 6, No. 1 (December 20, 2017): 77–84.
- Silmi, Nisa Adilah. "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @Hijabalila." Undergraduate, Uin Sunan Ampel Surabaya, 2018. Accessed October 16, 2019. <http://digilib.uinsby.ac.id/26701/>.
- Solikin, Solikin, Syaiful M, And Wakidi Wakidi. "Metode Dakwah Sunan Kalijaga Dalam Proses Islamisasi Di Jawa." *Pesagi (Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Sejarah)* 1, No. 2 (April 17, 2013). Accessed October 16, 2019.
<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/pes/article/view/246>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukma, Putri Mayang Anata Dewi. “Analisis Adopsi Uang Elektronik Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Ovo Di Kota Malang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 7, No. 2 (January 28, 2019). Accessed December 3, 2022. <https://jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/5466>.
- Sulvinajayanti, Sulvinajayanti. *Manajemen Dan Konvergensi Media Penyiaran*. Parepare, Indonesia: Penerbit Aksara Timur, 2018. Accessed April 11, 2021. <http://Repository.Iainpare.Ac.Id/839/>.
- Talani, Noval Sufriyanto. “Esensi Interaksi Visual Dalam Dunia Facebook Yang Virtual.” *Jurnal Komunikasi* 9, No. 1 (2014): 69–84.
- Wijaya, Ida Suryani. “Public Relations Sebagai Profesi.” *Lentera* 16, No. 2 Desember (December 31, 2014). Accessed October 16, 2019. https://Journal.IainSamarinda.Ac.Id/Index.Php/Lentera_Journal/Article/View/182.
- “Arti Kata Durasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi) Online.” Accessed December 28, 2022. <https://Kbbi.Web.Id/Durasi>.
- “Dakwah Melalui Youtube (Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki) | Washiyah : Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi” (October 2, 2020). Accessed November 30, 2022. <https://Journal.UinAlauddin.Ac.Id/Index.Php/Washiyah/Article/View/16233>.
- “Profil Prodi Ilkom | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For The Smart, Pious, Honorable Nation.” Accessed December 2, 2022. <https://Uinsby.Ac.Id/Pages/245/Profil-Prodi-Ilkom>.

“Sejarah | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For The Smart, Pious, Honorable Nation.” Accessed December 2, 2022. <https://uinsby.ac.id/pages/277/sejarah>.

“Surat An-Nahl Ayat 125 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di Tafsirweb.” Accessed December 26, 2022. <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A