VISA: Journal of Visions and Ideas
Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

Efektivitas Dakwah tentang Tauhid: Studi Kasus YouTube Adi Hidayat Official

Allvares Lesu Tokan[1], H. Fahmi Irfani[2],Indry Nirma Yunizul Pesha[3]
[123]Universitas Ibn Khaldun Bogor
allvareslesutoka01@gmail.com[1], fahmiirfani@fai.uika-bogor.ac.id[2],
indrynirma@gmail.com[3]

ABSTRACT

Dakwah about tauhid has an important role in understanding the beliefs and understanding of the religion of the Muslim. In today's digital age, online platforms like YouTube have become a significant means of spreading the message to a large audience. The study aims to measure the effectiveness of the outreach of Tauhid through the YouTube channel Adi Hidayat Official. The research method used is a case study with a qualitative approach. The data was collected through observations of the content of the news feeds delivered through the YouTube channel as well as interviews with viewers to understand the impact of such news on their understanding of tauhid. The results of this research are expected to provide an insight into the extent to which YouTube news can be effective in disseminating the understanding of Tauhid to the wider public.
Keyword: *dakwah Adi Hidayat, tauhid, YouTube*

ABSTRAK

Dakwah tentang tauhid memiliki peran penting dalam memperkuat keyakinan dan pemahaman keagamaan umat Islam. Dalam era digital saat ini, platform *online* seperti YouTube menjadi sarana yang signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada khalayak banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas dakwah tentang tauhid melalui saluran YouTube Adi Hidayat Official. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui saluran YouTube tersebut, serta wawancara dengan pemirsa untuk memahami dampak dakwah tersebut dalam pemahaman mereka tentang tauhid. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana dakwah melalui YouTube dapat efektif dalam menyebarkan pemahaman tauhid kepada masyarakat yang luas.
Kata Kunci: dakwah Adi Hidayat, tauhid, YouTube

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan dengan sadar untuk mengajak orang lain ke jalan yang benar. Tujuan berdakwah sendiri adalah untuk mengajak manusia dari jurang kemaksiatan dan dosa menuju pada jalan ketauhidan yang telah Allah SWT janjikan untuk orang-orang yang beriman. Berdakwah sebuah tugas mulia dan menjadi kewajiban bagi setiap umat yang beriman kepada muslim, (Fauzi&Maghfiroh, 2020: 30), dari penjelasan di atas dapat diartikan bahwa dakwah merupakan sebuah jalan yang mulia karena mengajak manusia agar menuju pada jalan kebaikan yang diridai Allah SWT serta mencegah

Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

manusia agar tidak terjerumus ke dalam jurang kemaksiatan dan kesesatan yang bisa mengundang azab Allah SWT.

Salah satu tema dakwah yang harus juga menjadi perhatian bagi para pendakwah adalah tauhid. Tauhid merupakan ajaran utama dalam Islam. Tauhid juga yang menjadi faktor utama yang mendorong umat muslin untuk beribadah, menjadi dasar atau prinsip yang dapat memengaruhi pola pikir seseorang. Dorongan, sikap, dan juga pola pikir tersebut didasari dari rasa katakwaan kepada Allah SWT. Sehingga tauhid ini kemudian menjadi sebuag proses, sumber dan tujuan dari kehidupan ini (Priani, 2021: 14), dakwah tentang tauhid memiliki peranan penting dalam memperkuat keimanan umat Islam dan memperdalam pemahaman mereka terhadap ajaran agama. Tauhid merupakan konsep fundamental dalam Islam yang menekankan keesaan Allah dan menjauhi bentuk-bentuk kesyirikan. Oleh karena itu, efektivitas dalam menyampaikan pesan dakwah tentang tauhid menjadi sangat penting untuk memastikan pemahaman yang benar dan mendalam di kalangan umat Islam, terutama generasi muda yang sering kali terpapar oleh berbagai informasi dari berbagai sumber, selain itu dengan pertumbuhan penggunaan media sosial yang terus meningkat seperti YouTube dan sebagainya, maka perlu juga dipahami bagaimana media sosial seperti YouTube memengaruhi cara orang merespons dan memproses informasi. Studi kasus ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana audiens merespons dakwah yang disampaikan melalui YouTube Adi Hidayat Official dan sejauh mana dakwah tentang tauhid ini dapat memengaruhi pemahaman mereka tentang tauhid serta menginspirasi perubahan positif dalam kehidupan mereka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui saluran YouTube Adi Hidayat Official, serta melalui wawancara dengan sejumlah pemirsa yang aktif mengikuti konten tersebut. Wawancara dilakukan untuk memahami dampak dakwah tersebut dalam pemahaman mereka tentang tauhid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara bahasa dakwah berasal dari akar kata bahasa yaitu dari fi'il Da'a Yad'u yang memilik arti memangil atau menyeru sedangkan secara istilah dakwah memiliki definisi sebagai ajakan atau seruan kepada manusia untuk menerima petunjuk atau pesan ilahi yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis Rasul SAW (Ibdalsyah, 2022: 1-2). Syekh Ali Mahfudz juga mendefinisikan dakwah sebagai ajakan kepada manusia untuk menuju peda kebaikan dan petunjuk Allah SWT, serta menyeru kepada kebiasaan yang lebih baik dan melarang manyusia dari kebiasaan yang buruk agar dapat meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat, (Ismail&Hotman, 2011: 28). Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari berdakwah adalah untuk meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat dengan mengerjakan kebaikan dan meninggalkan keburukan sesuai dengan pedoman hidup Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW.

Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

Dakwah juga memiliki beberapa unsur di dalamnya seperti Da'i atau setiap muslim yang memiliki kewajiban untuk menyampaikan tentang ajaran Islam, (Ritonga, 2020: 91), Mad'u atau setiap orang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran dari kegiatan berdakwah, (Syamsuddin, 2016: 13014), Maddah atau materi dakwah yang bersumber langsung dari Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW tentang keseluruhan ajaran dalam Islam, Media dakwah atau sarana atau segala sesuatu yang dimanfaatkan untuk meningkatkan keefektifan dalam berdakwah. (Rahma & Kusumah, 2021: 269-270), seperti memanfaatkan media seperti YouTube dalam memprmudah jalannya dakwah karena YouTube bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas, dakwah juga memiliki tujuan menurutl Ali Aziz tujuan dari dakwah ialah untuk memberikan kesedaran kepada manusia untuk beriman dan bertauhid kepada Allah SWT dan kembalikan manusia kembali kepada fitrahnya sebagai seorang muslim.

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa salah satu tujuan dari dakwah ialah untuk mentauhidkan Allah SWT. Tauhid berasal dari bahasa Arab dari akar kata *wahadda-Yuwahiddu* yang memiliki arti satu atau menjadikan satu, (Hamdanny, 2016: 4-5). Sedangkan secara istilah tauhid dimaknai sebagai keyakinan tentang satu atau Esanya Allah SWT, maka segala pikiran dan teori berikut argumentasinya yang mengarah kepada kesimpulan bahwa Allah itu satu dan tidak ada tuhan selain-Nya, (Rahman, 2022: 13). Hal ini sejalan dengan apa yang Allah firmankan dalam Al-Qur'an surah Al-Qashash ayat 88:

وَلَا تَدْعُ مَعَ اللّٰهِ اِلٰهًا اٰخَرَ ۘ لَآ اِلٰهَ اِلَّا هُوَ ۗ كُلُّ شَيْءٍ هَالِكٌ اِلَّا وَجْهَهٗ ۗ لَهُ الْحُكْمُ وَاِلَيْهِ تُرْجَعُوْنَ ۝ ٨٨

Artinya: *"Jangan (pula) engkau sembah Tuhan yang lain (selain Allah). Tidak ada tuhan selain Dia. Segala sesuatu pasti binasa, kecuali zat-Nya. Segala putusan menjadi wewenang-Nya dan hanya kepada-Nya kamu dikembalikan."*

Mentauhidkan Allah SWT merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Dalam Islam tauhid dibagi manjadi 3 macam, tauhid Rubbubiyah, yaitu menyakini bahwa Allah SWT Maha Pencipta dan Maha Berkehendak, (Abidin, 2004: 7), selain itu ada juga tauhid Uluhiyah, yaitu keikhlasan seorang hamba dalam menyembah hanya kepada Allah SWT (Khairuddin, 2022:33), dan yang terakhir adalah tauhid Asma' wa Ash-shifat, yakni untuk mengenal dan beriman kepada Allah SWT dengan melalui nama-nama dan sifat-sifatnya, (Ar-Rummi, 2022: 26). Tauhid merupakan sebuah dalam kehidupan setiap orang beriman agar tidak tegelincir kepada jurang kesyirikan ataupun kekafiran karena tauhid sebagai penuntun jalan hidup seorang hamba sehingga sangat diperlukan adanya dakwah tentang tauhid ini untuk tetap menjaga umat berada pada jalan yang sesuai dengan apa yang termaktum dalam Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW.

Tauhid merupakan pokok atau dasar ajaran dalam agama Islam, oleh karena itu dakwah tentang tauhid ini harus tetap dijalankan agar umat tidak bingung dengan agamanya sendiri dan pemanfaatan teknologi juga sangat penting untuk meningkatkan efektivitas seorang da'i dalam berdakwah. Hal ini mulai disadari oleh bahwa pendakwah bahwa dengan memanfaatkan media sosial seperti YouTube bisa menjadikan dakwah berjalan lebih efektif. Karena YouTube merupakan situs untuk berbagai video secara publik yang bisa ditonton oleh siapa saja dan kapan saja, (Putri

VISA: Journal of Visions and Ideas
Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

& Thabthaba'i, 2022: 73), dan YouTube juga merupakan layanan *video library* yang paling populer di dunia saat ini karena akses yang mudah dan hanya memerlukan kuota internet, (Anisa, 2022: 15). Peluang inilah yang dilihat oleh para pendakwah sehingga kini kita bisa melihat banyak ustaz yang membagikan konten dakwah mereka melalui YouTube, dan salah satu pendakwah yang kini banyak dikenal oleh banyak masyarakat adalah ustaz Adi Hidayat yang mulai membuat konten dakwah dan di-upload melalui YouTube sejak tahun 2019 dengan nama channelnya @AdiHidayatOfficial dan masih aktif hinggan saat ini.

Karena dengan memanfaatkan sumber daya berupa sarana dan prasarana seperti YouTube dengan tujuan untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas sehingga dakwah dapat berjalan dengan lebih efektif, serta untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga dalam berdakwah bisa dikatakan efektif apabila telah mencapai tujuan yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis, (Ridwan & Sudrajat, 2019: 85). Tujuan dalam berdakwah sendiri ialah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, dan penghayatan dan pengamalan ajaran Islam yang sesuai dengan tuntunan dari Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW (Masduki & Anwar, 2018: 8-9). Dan salah satu tema dakwah yang harus dijadikan prioritas oleh pendakwah ialah dakwah tentang tauhid karena tauhid merupakan prinsip dasar dalam Islam (Muhammad, 2020: 243), karena dengan mempelajari tentang tauhid akan memberikan kesadaran terhadap fitrah dari seorang hamba sebagaiman yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 172:

وَاِذْ اَخَذَ رَبُّكَ مِنْۢ بَنِيْٓ اٰدَمَ مِنْ ظُهُوْرِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَاَشْهَدَهُمْ عَلٰٓى اَنْفُسِهِمْۚ اَلَسْتُ بِرَبِّكُمْۗ قَالُوْا بَلٰىۛ شَهِدْنَاۛ اَنْ تَقُوْلُوْا يَوْمَ الْقِيٰمَةِ اِنَّا كُنَّا عَنْ هٰذَا غٰفِلِيْنَۙ ١٧٢

Artinya: *(Ingatlah) ketika Tuhanmu mengeluarkan dari tulang punggung anak cucu Adam, keturunan mereka dan Allah mengambil kesaksiannya terhadap diri mereka sendiri (seraya berfirman), "Bukankah Aku ini Tuhanmu?" Mereka menjawab, "Betul (Engkau Tuhan kami), kami bersaksi." (Kami melakukannya) agar pada hari Kiamat kamu (tidak) mengatakan, "Sesungguhnya kami lengah terhadap hal ini,"*

Dalam tafsir Al-Azhar menjelaskan bahwa maksud dari ayat di atas adalah menerangakan bahwasannya jiwa murni tiap-tiap manusai itu adalah dalam keadaan fitrah, bersih, dan belum terpengaruh dengan sesuatu apapun, (Hamka, 2015: 595), sehingga hakikat dari jiwa yang murni ialah mentauhidkan Allah SWT sehingga ketika seorang muslim telah kembali kepada hakikat penciptanya maka dia tidak akan merasa khawatir, (Sufyan, 2014: 151), karena dia tahu bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah atas kehendak Allah SWT.

Efektifitas konten dakwah tauhid dalam menarik minat objek dakwah, bahwa pemanfaatan media sosial dan teknologi modern menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau objek dakwah. Dengan memanfaatkan platform-platform *online*, konten dakwah tauhid dapat diakses oleh berbagai kalangan dengan lebih mudah dan cepat, menciptakan ruang untuk interaksi, diskusi, dan penyebaran pesan yang lebih luas. Efektivitas sendiri ialah sebagai suatu kondisi atau keadaan, di mana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana yang digunakan, serta kemampuan yang dimiliki sudahlah tepat (Wijayanti & Fitri at all, 2018: 97). Dan konten dakwah tauhid memiliki potensi besar untuk menarik minat objek dakwah, terutama ketika disusun dengan memperhatikan kebutuhan audiens, berkualitas dalam narasi, dan

Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

dimanfaatkan secara efektif melalui media sosial dan teknologi modern. Dengan pendekatan yang tepat, konten dakwah tauhid dapat menjadi instrumen yang kuat dalam menyebarkan ajaran Islam dan memengaruhi pemikiran serta perilaku objek dakwah.

Laju peradaban yang semakin maju, telah menghadirkan sebuah kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk disajikan ke masyarakat luas. Perkembangan teknologi pada saat ini bisa memberikan kemaslahatan. Sesuai dengan perkembangan zaman, aktivitas dakwah pun harus mengikuti perubahan zaman (Hendrawan, 2021: 1), dari penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa perlu adanya transformasi dalam dakwah dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang ada saat ini guna untuk meningkatkan efektivitas dala berdakwah. Saluran YouTube ustaz Adi Hidayat ini telah berhasil menjadi salah satu platform yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah tauhid kepada audiensnya. Dengan menyajikan konten dakwah tauhid dengan cara yang kreatif dan memikat. Adi Hidayat menggunakan berbagai metode presentasi, termasuk ceramah, diskusi, tanya jawab, dan pembahasan topik-topik kontemporer yang relevan dengan tauhid, sehingga mampu menarik minat audiens dari berbagai latar belakang. Serta dengan memanfaatkan media sosial yang ada saat ini seperti YouTube membuat jangkuan dakwah ustaz Adi Hidayat menjadi lebih luas.

Hal ini membuat dakwah yang dilakukan oleh Adi Hiadayat terbilang efektif karena Efektivitas komunikasi diukur dengan enam indikator, yaitu, komunikator, pesan, saluran/media, metode, penerima, dan efek/dampak. Dari keenam indikator ini indikator metode dianggap paling penting dalam membentuk efektivitas komunikasi dengan baik (Falo, 2023: 148). Serta respons yang diberikan dari masyarakat menunjukkan bahwa konten dakwah yang disajikan mampu memberikan dampak yang positif dalam pembentukan pemahaman dan praktik keagamaan di kalangan masyarakat. Dengan setiap video yang dipublikasikan, saluran tersebut berhasil menarik perhatian masyarakat, terbukti dari jumlah pelanggan yang terus meningkat dan tingginya jumlah penonton setiap video. Tidak hanya itu, namun respons positif dalam bentuk *like*, komentar, dan *share* dari berbagai kalangan masyarakat juga menunjukkan bahwa konten yang disajikan mampu merangsang pemikiran dan minat audiens.

KESIMPULAN

YouTube telah menjadi salah satu platform paling populer di dunia untuk berbagi konten video. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, YouTube menawarkan kesempatan yang luas bagi para penceramah dan dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas, termasuk tentang konsep tauhid. Melalui kanal YouTube Adi Hidayat Official menunjukkan bahwa platform digital ini memiliki peran yang besar dalam menyebarkan pemahaman tentang tauhid dengan jangkauan auidens yang lebih luas. Konten dakwah yang disampaikan secara jelas dan terperinci telah berhasil menarik perhatian para auidens dan memberikan pemahaman yang baru dan memperluas pemahaman mereka tauhid dalam Islam.

Vol 4 No 3 (2024) 931–936 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.2384

DAFTAR PUSTAKA

Anisa, Y. (2022). Peran Channel YouTube sebagai Medai Alternatif untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika dan Media Informasi pada Tingkat Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Matemeatika Raflesia,* 7(1), 15.

Anonim. (n.d.) Kitab Tafsir As Sa'di. *Tsaqofah: Jurnal Pendidikan Islam,* 1(1), 1-2

Falo, Marsianus. (2023). Model Komunikasi Program Upaya Khusus Tanaman Jagung di Pulau Timor. PT Pusat Literasi Dunia, 148.

Fauzi, A., & Maghfiroh, E. (2020). Problematika Dakwah di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Al-Hikmah*, 18(1), hal. 23

Hamdanny, DR. (2016). Buku Kecil Tauhid dalam Islam. *ebQarie Books.* 4-5.

Hamka. (2015). Tafsir Al-Azhar Jilid 3 Diperkaya dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, dan Psikologi. Gema Insani. 595.

Hendrawan, Andri. (2021). Pemanfaatan Digitalisasi Dakwah (Studi Penelitian Media Dai Persatuan Islam). Azka Pustaka. 1

Ibdalsyah. (2022). Metode Dakwah Syaikh Muhammad Al-Ghazali dan Ghazwul Fikri Dalam Dakwah (Kritik Muhammad Al-Ghazali terhadap Pemikiran Kontemporer). *Penerbit UIKA Press,* 1-2

Islmail, I., & Hotman P. (2011). Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam. *Kencana Prenada Group.* 28

Muhammad, Husein. (2020). Islam yang mencerahkan dan Mencerdaskan. *IrciSod*, 243.

Priani, A. (2021). Pesan Dakwah Tentang Tauhid (Analisis Isi Terhadap Buku "Api Tauhid, Cahaya Cinta Sang Mujaddid" Karya Habibburrahman El Shirazy). *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.* Hal.14

Putri, RW., & Thabathaba'i, A. (2022). Pengantar Dasar Perencanaan dan Pembuatan Film Animasi. CV Andi Offset. 73.

Rahma, FN., & Kusumah, MW. (2021). YouTube sebagai Mediak Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020). 269-270.

Rahman, A. (2022). Hakikat Ilmu Tauhid: Menuju Sumber Kehidupan Abadi. CV KAAFAH LEARNING CEENTER. 13.

Ridwan, J., & Sudrajat AS. (2019). Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik. Penerbit Nuansa Cendekia. Hal. 85.

Ritonga, AH. (2020). Sistem Interaksi Antarunsur dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya dalam Gerakan Dakwah. *Jurnal Hikmah,* 14(1)

Sufyan, Fikru Hanif. (2014). Sang Penjaga Tauhid: Studi Protes Tirani Kekuasaan 1982-1985. Deepublish (Group Pemerbit CV Budi Utama). 151.

Syamsuddin, AB. (2016). Pengantar Sosiologi Dakwah. PT Kharisma Putra Utama. 13-14.

Wijayanti, A., & Fitri, MF., At All. (2018). Tenaga Kerja Asing dan Kedaulatan Negara. UM Surabaya Publishing. Hal. 97.