

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang bersumber pada data *youtube* sebagai media dakwah pada akun Adi Hidayat *official* maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa model dakwah yang digunakan oleh ustad Adi Hidayat yaitu metode dakwah bil-lisan, Youtube merupakan media yang sangat efektif untuk dakwah, sebagaimana dibuktikan oleh akun Adi Hidayat Official. Akun ini berhasil memanfaatkan Youtube untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas melalui berbagai jenis konten seperti ceramah, kajian ilmiah, sesi tanya jawab, dan potongan video pendek. Konten yang disajikan memiliki kualitas produksi yang tinggi, termasuk penggunaan kamera HD, audio jernih, dan editing profesional, yang membuat video menarik dan mudah diikuti oleh penonton. Selain itu media sosial Youtube ini menjadi celah Bagi para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun YouTube Adi Hidayat Official digunakan sebagai salah satu media dakwah digital yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat luas. Model tampilan video dakwah yang disajikan cenderung sistematis, jelas, dan komunikatif, dengan penyampaian materi yang mudah dipahami serta didukung oleh gaya penyampaian yang menarik sehingga mampu menjangkau berbagai kalangan penonton.

2. Respon dari *Viewers* terhadap konten dakwah sangat positif, dengan banyak penonton melaporkan peningkatan pengetahuan agama dan motivasi spiritual setelah menonton video. Interaksi aktif dengan audiens melalui komentar, live streaming, dan promosi di media sosial lainnya memperkuat keterlibatan dan membangun komunitas online yang solid. Secara keseluruhan, Adi Hidayat Official telah menunjukkan bahwa Youtube memiliki potensi besar sebagai platform dakwah yang dapat menjangkau audiens global dengan cara yang fleksibel dan efektif. Keberhasilan ini didukung oleh strategi konten yang berkualitas, interaksi yang aktif dengan penonton, dan pemanfaatan teknologi modern. Selain itu, respon viewers terhadap konten dakwah pada akun tersebut tergolong positif. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penonton, komentar, likes, serta interaksi yang menunjukkan antusiasme dan ketertarikan masyarakat terhadap materi dakwah yang disampaikan. Dengan demikian, platform YouTube melalui akun Adi Hidayat Official dapat berperan sebagai media dakwah yang efektif dalam menyebarkan ilmu dan nilai-nilai keislaman di era digital.

## **B. Saran**

1. Tingkatkan Interaksi Audiens, tambahkan segmen Q&A reguler, livechat, atau polling untuk meningkatkan engagement. Format seperti “ask ustad” atau sesi live interaktif bisa memperkuat rasa kebersamaan jamaah.
2. optimasi format video, Kombinasikan kajian mendalam (long-form) dengan shorts/Reels menggunakan potongan ceramah pendek yang

inspiratif atau humor islami untuk menjangkau audiens lebih luas di Instagram dan TikTok.

3. kolaborasi dengan tokoh lain, Kolaborasi dengan ilmuwan Islam, dai muda populer, atau komunitas penghafal Qur'an dapat memperluas jangkauan sekaligus memberi perspektif baru.
4. Bangun komunikasi pascalive, Aktifkan diskusi di kolom komentar atau grup Telegram untuk mempererat komunitas. Buat juga newsletter sebagai sarana pemantauan dan sharing kajian terbaru.





## Daftar Pustaka

- Ahmad, Zuhdi. (2016). *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an Al-Karim.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1).
- Handayani, Ricka. (2020). Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi. *Jurnal HIKMAH*, 15(1).
- Jakfar, Puteh M. (2006). *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. Yogyakarta: AK Group.
- Midani, Midani. (2022). Analisis Tindak Tutur Ceramah Ustadz Adi Hidayat pada Channel Youtube Audio Dakwah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1).
- Murdiyanto, Eko. (2019). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Muhammad, Munir, & Wahyu Ilahi. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, Helmy, & Risa Dwi Ayuni. (2019). Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3SAFA). *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Muzamil, Faisal. (2021). Moderasi Dakwah di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube). *Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(2).
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noorlistyo Adi, Achwan, Jenny Ratna Suminar, & Nuryah Asri Sjafirah. (2019). Makna Subscriber bagi Youtuber Kota Bandung. *Communication*, 10(2).
- Qodriyah, Salma Laila. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official). *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyaan*, 1(2).
- Romli, Asep Syamsul M. (2003). *Jurnalistik Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sayyidah. (2023). Program Dakwah pada Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat Official Perspektif Audiences. *Jurnal Komunikasi dan Penyebaran Islam*, 4(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, Arif Ramdan., Anhar Fazri, & Fairus. (2020). Strategi Pemanfaatan

Youtube dalam Bidang Dakwah oleh Ulama Aceh. *Jurnal Communication*, 11(1).

Sumadi, Eko. (2018). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1).

Wibowo, Adi. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(1)

