



Pengaruh Dakwah Channel *YouTube* Ustadz Hanan Attaki terhadap Peningkatan Ibadah Salat *Followers*

Neri Hoirul Bariyah, Hendi Suhendi*

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 9/8/2022

Revised : 8/12/2022

Published : 26/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 2

Halaman : 57 - 64

Terbitan : **Desember 2022**

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas mengenai pengaruh dakwah ustaz Hanan Attaki dalam channel youtube terhadap peningkatan ibadah salat followers. Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap penonton ataupun pengikut ustaz Hanan Attaki. Dari penelitian yang penulis lakukan terdapat latar belakang masalah sebagai berikut: bagaimana dakwah yang dilakukan ustaz Hanan Attaki dalam channel youtubanya, Bagaimana pengaruh dakwah Ustadz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat followers dan Penonton. Tujuan dan manfaat penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana dakwah yang dilakukan oleh ustaz Hanan Attaki dalam channel youtubanya, bagaimana pengaruh dakwah ustaz Hanan Attaki melalui channel youtube terhadap peningkatan ibadah salat followers dan Penontonnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan metode deskriptif analisis dan menggunakan data: dokumentasi, kuisioner, dan literature. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validasi, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis, uji korelasi, uji koefisien determinasi. Hasil penelitian terhadap peningkatan ibadah salat followers menggambarkan bahwa diperoleh berdasarkan output analisisnya, nilai fscore kuisioner variabel X dan Y berjumlah 7580 dalam garis interval tergambar pada daerah setuju yang berarti pengaruh dakwah ustaz Hanan Attaki melalui channel youtube terhadap peningkatan ibadah salat followers cukup kuat.

Kata Kunci : Pengaruh Dakwah; Youtube; Ibadah Salat.

ABSTRACT

This study is a study that discusses the influence of Ustadz Hanan Attaki's da'wah on the YouTube channel on increasing followers' prayers. From the research that the author conducted, there are background problems as follows: how is the da'wah carried out by Ustadz Hanan Attaki on his youtube channel, how is the influence of Ustadz Hanan Attaki's da'wah on increasing the worship of followers and viewers. The type of research used is quantitative, using descriptive analysis methods and using data: documentation, questionnaires, and literature. The analysis technique used is validation test, reliability test, normality test, simple linear regression test, hypothesis test, correlation test, coefficient of determination test. The results of the study on increasing followers' prayers illustrate that based on the output of the analysis, the fscore value of the questionnaire variables X and Y amounted to 7580 in the interval line drawn in the agreed area, which means that the influence of Ustadz Hanan Attaki's preaching through the youtube channel on increasing followers' prayer worship is quite strong.

Keywords : The Influence of Da'wah; Youtube; Prayers.

© 2022 Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Setiap muslim baik laki-laki maupun perempuan diwajibkan oleh Allah Swt untuk senantiasa mengajak dan menyebarkan dalam kebaikan sesuai dengan syariat Islam, hal ini dinyatakan Allah dalam firmanNya Q.S Ali-Imran: 104. Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab دعا *دعوة- دعوا ي- دعا*, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata Dakwah berasal dari kata da'a-yad'u- da'watan, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, atau mengundang. Sedangkan pengertian dakwah menurut istilah (terminologi) sangat beragam, karena setiap ahli dakwah memberi pengertian dan sudut pandang yang berbeda-beda sehingga istilah dari suatu ahli dakwah dengan ahli yang lainnya seringkali terdapat beberapa kesamaan (Karimah, 2021; Ridwan, 2018). Menurut Bela Kumalasari (2019) dakwah tidak menekankan hasil tetapi mementingkan tugas dan proses kita hanya berkewajiban menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kesungguhan, kita tidak dituntut untuk berhasil keberhasilan dakwah terkait dengan campur tangan Tuhan yaitu hidayah Allah Swt. Dakwah merupakan segala bentuk kegiatan penyampaian ajaran agama Islam pada orang lain menggunakan berbagai cara yang bijaksana sehingga menghasikan individu serta masyarakat yang menghayati serta mengamalkan ajaran Islam pada seluruh lapangan kehidupan (Hasan, 2013). Oleh karena itu, membahas yang menjadi maddah dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan maddah dakwah pada garis besarnya adalah aqidah, syari'ah dan akhlaq (Ali Aziz, 2004; Munir & Ilahi, 2006).

Pada awalnya dakwah hanya dilakukan secara langsung antara da'i dan mad'u, akan tetapi dengan berkembangnya teknologi menjadikan media dalam berdakwah bertambah dimulai dengan adanya media radio, televisi, internet dan yang sedang terkenal saat ini adalah media sosial seperti: youtube, instagram, tiktok, facebook, twitter, dan lain sebagainya. Dari laporan yang berjudul "Hootsuite (We are Sosial): Indonesian Digital Report 2021", presentasei penggunaan media sosial yang populer digunakan ataupun diminati di Indonesia yakni: Youtube sebanyak 93,8%, Whatsapp sebanyak 87,7%, Instagram 86,6%, Facebook 85,6% dan Twitter 63,6% (We Are Social, 2021). Hal ini menjadi trombosan baru bagi da'i untuk senantiasa meningkatkan kreatifitas dalam berdakwahnya untuk menyajikan konten dakwah yang menarik juga bermanfaat bagi penontonnya. Salah satu media sering diakses oleh masyarakat yaitu youtube.

Youtube menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan, karena saat ini youtube telah memiliki ribuan bahkan jutaan dari berbagai Negara. Bahkan youtube menempati posisi teratas sebagai video sharing yang paling populer (Laksamana, 2009). Hampir sepertiga semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Youtube secara keseluruhan telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-49 tahun daripada jaringan kabel manapun di dunia (Faiqah *et al.*, 2016). Dengan adanya media sosial ini memudahkan da'i untuk berdakwah dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas, akan tetapi kurangnya terjalin komunikasi dan interaksi antara da'i dan juga mad'u.

Salah satu pendakwah yang menggunakan youtube sebagai media untuk berdakwah yaitu ustadz Hanan Attaki. Ia bergabung dengan youtube pada 11 Mei 2017 dan memiliki 2,32 juta subscribers dengan postingan yang berisi tentang lantunan ayat suci Al-Qur'an, kegiatan sehari-hari (vlog), dan kajian ceramah. Pada setiap video yang diunggahnya selalu menghasilkan komentar yang positif dari penontonnya, oleh sebab itu dengan adanya komentar yang baik apakah konten dakwah ustadz Hanan Attaki ini berpengaruh juga terhadap peningkatan ibadah salat lima waktu yang dilakukan oleh followers dan penontonnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, "bagaimana dakwah ustadz Hanan Attaki dalam channel youtubanya, bagaimana pengaruh dakwah ustadz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat followers dan penonton?". Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui bagaimana dakwah ustadz Hanan Attaki dalam channel youtubanya, (2) Untuk mengetahui pengaruh dakwah pada channel youtube ustadz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat penontonnya.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengaju hipotensis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah jumlah subscriber channel youtube Hanan Attaki sebanyak 2,32 juta. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan rumus slovin dengan persentase kesalahan 10% diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 99,995689 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi, dan literatur. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis, uji korelasi, uji koefisien determinasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Statistika Deskriptif

Tabel 1. Statistika Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
Ibadah Salat	32.84	3.971	104
Dakwah Islam	40.05	4.955	104

Pada penelitian ini terdiri dari variabel respon (Y) yaitu Ibadah salat dan variabel prediktor (X) yaitu Dakwah Islam dengan jumlah responden sebesar 104 orang.

Uji validitas

Tabel 2. Hasil Analisis Validitas Item Variabel X

No. Butir Intrumen	Koefisien Korelasi (r)	Batas Minimum	Keputusan
X1.1	0,689	0,3	Valid
X1.2	0,658	0,3	Valid
X1.3	0,501	0,3	Valid
X1.4	0,544	0,3	Valid
X1.5	0,574	0,3	Valid
X1.6	0,568	0,3	Valid
X1.7	0,621	0,3	Valid
X1.8	0,723	0,3	Valid
X1.9	0,463	0,3	Valid
X1.10	0,637	0,3	Valid

Tabel 3. Hasil Analisis Validitas Item Variabel Y

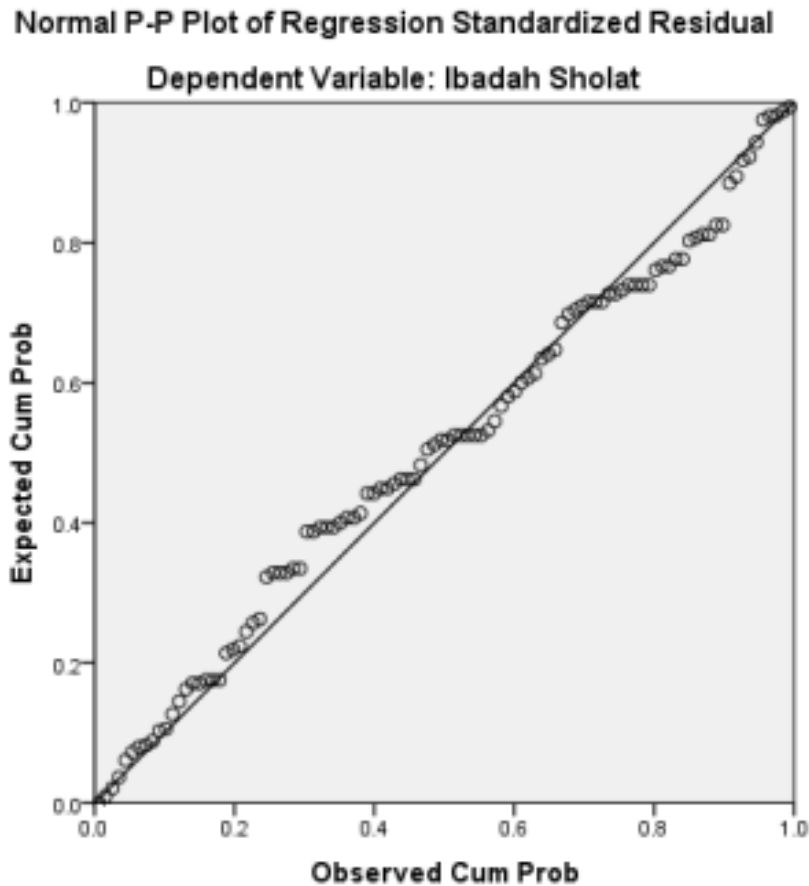
No. Butir Intrumen	Koefisien Korelasi (r)	Batas Minimum	Keputusan
Y1.1	0,693	0,3	Valid
Y1.2	0,655	0,3	Valid
Y1.3	0,488	0,3	Valid
Y1.4	0,537	0,3	Valid
Y1.5	0,579	0,3	Valid
Y1.6	0,518	0,3	Valid
Y1.7	0,456	0,3	Valid
Y1.8	0,548	0,3	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Tabulasi Reliabilitas Rumus Alpha Crombach Instrumen X & Y

Variabel	Cronbach's Alpha
Dakwah Islam (X)	0.820
Ibadah Salat (Y)	0.766

Uji normalitas



Gambar 1. Grafik P-Plot Uji Normalitas Data

Tabel 5. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.99830334
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.078
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.042 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 6. Tabel ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	698.269	1	698.269	76.919	.000 ^b
	Residual	925.952	102	9.078		
	Total	1624.221	103			

a. Dependent Variable: Ibadah Salat

b. Predictors: (Constant), Dakwah Islam

Uji Hipotesis

Tabel 7. Tabel Uji Hipotesis

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.792	2.418		4.878	.000		
	Dakwah Islam	.525	.060	.656	8.770	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Ibadah Salat

Uji Korelasi

Tabel 8. Tabel Uji Korelasi

		Correlations		
		Ibadah Salat	Dakwah Islam	
Ibadah Salat	Pearson Correlation	1	.656**	
	Sig. (2-tailed)		.000	
	N	104	104	
Dakwah Islam	Pearson Correlation	.656**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	104	104	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 ^a	.430	.424	3.013	1.659

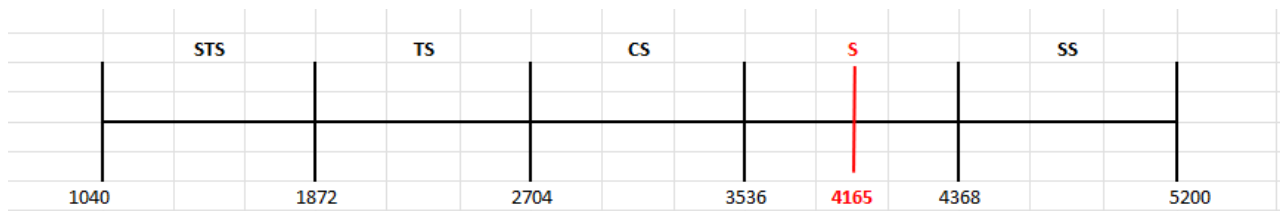
a. Predictors: (Constant), Dakwah Islam

b. Dependent Variable: Ibadah Salat

Dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam Channel youtubenanya

Dalam beberapa video dakwah mengenai ibadah salat salah satunya video yang berjudul “biar gak males sholat, gimana?” metode penyampaian dakwah yang dilakukan ustaz Hanan Attaki menggunakan bahasa yang santai, mudah dimengerti, serta memberikan tips mengenai bagaimana cara mengatasinya.

Dari hasil penelitian terhadap penonton dan followers ustaz Hanan Attaki mengenai dakwah yang dilakukan oleh ustaz Hanan Attaki.



Gambar 2. Skor Daerah

Berdasarkan gambar diatas, jumlah skor yang diperoleh pada penelitian ini adalah 4165. Dengan demikian skor ini dapat diketahui dakwah islam ustaz Hanan Attaki melalui channel youtube berada pada daerah baik atau setuju. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan dakwah islam ustaz Hanan Attaki melalui channel youtube tergolong tercapai dengan baik namun belum maksimal, dikatakan belum maksimal karena jumlah skor berada pada daerah setuju. Dan dapat dikatakan maksimal apabila jumlah skor tersebut berada pada daerah SS (Sangat Setuju).

Pengaruh Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Channel Youtube (X) Terhadap Peningkatan Ibadah Salat Followers (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh dakwah ustaz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat followers dan penontonnya.

Tabel 10. Tabel Model Regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.792	2.418		4.878	.000		
	Dakwah Islam	.525	.060	.656	8.770	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Ibadah Salat

Diketahui nilai konstanta (a) sebesar 11,792 sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,525. Sehingga persamaan regresi dapat ditulis $Y = a + bx$. Nilai konstanta sebesar 11,792 menunjukkan bahwa variabel dakwah islam jika tidak dipertimbangkan nilainya 0 ($X=0$) maka ibadah salat bernilai 11,792. Koefisien regresi sebesar 0,525 memiliki nilai positif karena nilai B bertanda + maka koefisien regresi tersebut dapat dikatakan bahwa arah variabel X dan Y adalah positif.

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependent (Y). hasil table koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 ^a	.430	.424	3.013	1.659

a. Predictors: (Constant), Dakwah Islam

b. Dependent Variable: Ibadah Salat

Dari hasil uji R^2 , diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,430 atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa 43% keragaman Ibadah Salat Followers Ustadz Hanan Attaki dapat dijelaskan oleh keragaman variabel dakwah Islam. Sedangkan sisanya ($100\% - 43\% = 57\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti pendidikan orang tua, faktor pendidikan sekolah, faktor lingkungan, faktor pergaulan, dan lain sebagainya.

Tabel 10. Tabel Perbandingan Uji

Variabel	r_s	t_{hitung}	T_{tabel}	Keputusan	Derajat Keeratan	Koefisien Determinasi
X dan Y	0,430	8.770	2.62489	Ho ditolak	Kuat	43%

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara dakwah Ustaz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat adalah 0.430. Hubungan ini termasuk kategori kuat/tinggi menurut tabel kriteria Guilford. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai t_{hitung} (8.770) > t_{tabel} (2.62489). Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dakwah ustaz Hanan Attaki melalui *channel* youtube terhadap peningkatan ibadah salat followers dan penonton. Koefisien determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 43%. Hal ini memberikan pengertian bahwa peningkatan ibadah salat dipengaruhi oleh variabel dakwah islam sebesar 43%, sedangkan sisanya, 57%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa adanya pengaruh dalam peningkatan ibadah salat followers dan penonton ustaz Hanan Attaki menunjukkan bahwa seberapa besar dan kecilnya menonton konten dakwah pada *channel* youtube ustaz Hanan Attaki ini akan berpengaruh terhadap peningkatan ibadah salat mengenai pemahaman dan pelaksanaan salat lima waktu yang dilakukan followers dan penontonya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut (1) metode penyampaian yang digunakan ustaz Hanan Attaki menggunakan bahasa kekinian, mudah dimengerti, karena sasaran dakwahnya cenderung disampaikan kepada generasi muda, sebab dengan perkembangan zaman ditakutkan mereka mudah dipengaruhi oleh pergaulan dan dikhawatirkan lalai terhadap salatnya. (2) Hasil analisis penelitian di atas menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel x dakwah islam terhadap variabel Y ibadah salat. Dari pengolahan data dapat diketahui bahwa dakwah Ustaz Hanan Attaki dan peningkatan ibadah salat memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap followersnya. Dapat dilihat dari data yang telah peneliti sampaikan di atas melalui uji regresi linier sederhana, menunjukkan bahwa nilai F -hitung sebesar 76,919 dengan signifikansi $0,000 < 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara dakwah Ustaz Hanan Attaki terhadap peningkatan ibadah salat followers. Dan hasil dari uji hipotesis diperoleh kesimpulan yakni H_1 diterima. (3) Berdasarkan hasil penelitian pada uji koefisien determinasi dimana pengaruh dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam *channel* youtube terhadap peningkatan ibadah salat followers sebesar 43% sedangkan 57% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Daftar Pustaka

- Ali Aziz, M. (2004). *Ilmu Dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2).
- Hasan, M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Pena Salsabila.
- Karimah, S. F. (2021). Peranan Dakwah Kismis Purwakarta secara Online dalam Menyiarkan Islam. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 7–10. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.18>
- Kumalasari, B. (2019). *Pengertian Dakwah*. Bimbingan dan Konseling Islam.
- Laksamana, M. (2009). *Youtube dan Google Video; Mengedit dan Upload Video*. Mediakom.

Neri Hoirul Bariyah *et al.* *Pengaruh Dakwah Channel YouTube Ustadz Hanan Attaki, ...* .

Munir, M., & Ilahi, W. (2006). *Managemen Dakwah*. Kencana.

Ridwan, M. (2018). Peran Dai dalam Membimbing Penyabung Ayam. *Urnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam*, 2(2), 2015–2288.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

We Are Social. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Global Digital Insights.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>