

EFEKTIVITAS DAKWAH GUS BAHHA' TERHADAP PEMAHAMAN FIQIH IBADAH SHALAT MAHASISWA

Qoirul Yahya

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
qoirulyahya@gmail.com

Iswahyudi

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Iswahyudi@iainponorogo.ac.id

Abstract: *Along with the development of communication technology, social media is one form of the development of information and communication technology. One of the social media that is widely used as a place for broadcasting da'wah is YouTube, for example, the NU Online Channel, which contains religious matters, includes prayers, studies of figures and scholars. One of them is KH. Ahmad Bahauddin Nursalim or often referred to as Gus Baha', who is famous as a scholar with a relaxed da'wah model and a distinctive humor style. Every story and statement he always emphasizes knowledge that inserts humor. Based on the above background, this study aims to: (1) determine the effectiveness of Gus Baha's da'wah in the NU Online Chanel on the understanding of Fiqh of Worship by KPI IAIN Ponorogo students. (2) Seeing the effect of Gus Baha' da'wah on the NU Online Chanel on the understanding of KPI IAIN Ponorogo students. The approach used in this research is a quantitative approach. Data collection techniques using questionnaires and data analysis used is the t-test. The population in this study were active students of the Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah, totaling 130 people and the sample used was 60 respondents who actively used YouTube. The results of the analysis of the data found showed that: (1) Gus Baha's preaching in YouTube media that was carried out on KPI IAIN Ponorogo students was good because the 2-way (t-tailed) significance value of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that H_1 is accepted. (2) There is an influence between the average understanding of IAIN Ponorogo KPI students, this is evidenced by the t-test results that the Mean difference shows the effect of Gus Baha' da'wah on IAIN Ponorogo KPI students. From the results of the analysis, the mean difference is 86.940, thus showing the influence of Gus Baha's da'wah on KPI IAIN Ponorogo students with an average student understanding of 85.14 to 89.74.*

Keywords: *Da'wah, Gus baha', Fiqh of Prayer*

Abstrak: Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu media sosial yang banyak menjadi tempat untuk penyiaran dakwah adalah YouTube, misalnya Channel NU Online yang berisi tentang keagamaan ini memuat sholawat, kajian para tokoh dan ulama. Salah satunya yakni KH. Ahmad Bahauddin Nursalim atau sering disebut dengan Gus Baha', yang terkenal sebagai ulama dengan model dakwah yang santai dan gaya humor yang khas. Setiap cerita dan pernyataan beliau selalu menonjolkan ilmu yang menyisipkan humor. Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui efektivitas dakwah Gus Baha' dalam Chanel NU Online terhadap pemahaman Fiqih Ibadah mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. (2) Melihat pengaruh dakwah Gus Baha' DI Chanel NU Online terhadap pemahaman mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik

pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan analisis data yang digunakan adalah uji *t-test*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang berjumlah 130 orang dan sampel yang digunakan adalah 60 responden yang aktif menggunakan YouTube. Hasil dari analisis data yang ditemukan menunjukkan bahwa: (1) Dakwah Gus Baha' dalam media YouTube yang dilakukan pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo sudah baik karena nilai signifikansi 2 arah (*t-tailed*) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. (2) Terdapat pengaruh antara rata-rata pemahaman mahasiswa KPI IAIN Ponorogo, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji-*t* bahwa *Mean difference* menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dari hasil analisis *mean difference* adalah 86,940 dengan demikian menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dengan rata-rata pemahaman mahasiswa yaitu 85,14 sampai 89,74.

Kata Kunci: *Dakwah, Gus baha', Fiqih Ibadah Sholat*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 mengubah cara berkomunikasi seseorang dari kontak fisik berubah memanfaatkan teknologi internet. Revolusi ini membuat ketergantungan industri terhadap teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin tinggi. Kemampuan untuk menciptakan inovasi teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi dengan seluruh proses bisnis korporasi menjadi kunci keberhasilan di era 4.0. Internet menjadi kunci manusia berkomunikasi melalui teknologi digital.¹ Komunikasi melalui internet secara umum memiliki kelebihan di banding media konvensional dengan kemampuannya untuk menghadirkan pertukaran informasi yang lebih interaktif. Inilah yang mengubah cara berkomunikasi maupun memberikan informasi.

Seiring berkembangnya teknologi internet, munculah media sosial merupakan salah satu media sosial dan bentuk media teknologi informasi dan komunikasi. Di Indonesia YouTube menjadi salah satu situs jejaring sosial dalam dunia maya yang paling banyak dikunjungi. Hal ini dikarenakan YouTube mempunyai banyak menayangkan tayangan yang unik dan menarik. Pengguna YouTube yang sangat banyak ini terutama dari kalangan pemuda, membuat YouTube cukup alternatif untuk digunakan sebagai sarana dakwah saat ini. Oleh karena itu, sekarang tidak sedikit dari para pendakwah memanfaatkan YouTube yang ada sebagai sarana dakwah Islam.

YouTube juga termasuk media berbagi video untuk menyebarkan berbagai informasi dan hiburan. YouTube bisa diartikan sebagai media baru dengan internet sebagai cara untuk mengaksesnya. Revolusi Industri 4.0 yang memberi dampak digitalisasi pada banyak aspek kehidupan ikut mengubah cara dan gaya menyampaikan pesan dan menerima pesan tidak terkecuali bagi para pendakwah dan cara belajar peserta didik dan juga pengajar.² Hadirnya beberapa platform dan kanal seperti yang disajikan

¹ Ujang Muhadi, "Membangun Efektifitas Dakwah Dengan Memahami Psikologi Mad'u," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 2 (2019): 1–169.

² *Ibid.*, 165.

oleh YouTube, telah ikut mengubah hal tersebut. Kehadiran YouTube sebagai salah satu kanal, tidak hanya dimanfaatkan sebagai hiburan saja. Bahkan YouTube mulai banyak dimanfaatkan sebagai salah satu alat komunikasi dakwah.³

Dakwah adalah kegiatan menyampaikan dan mengajak kepada kebaikan dan agama Islam melalui media tertentu. Dakwah berasal dari kata *da'ā*, *yad'ū*, *da'watan* yang memiliki maksa memanggil, mengajak, dan menyeru. Adapapun dakwah secara etimologi yaitu *An-nidā'* yang berarti memanggil, *Ad-du'ā* yang berarti menyeru dan mendorong pada sesuatu, dan *Ad-da'wah ila qa'diyah* yang berarti menegaskan. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan, dakwah memiliki arti penyiaran atau propaganda. Dakwah memiliki makna penyiaran agama di kalangan masyarakat dan pengembangannya, atau seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dakwah berarti mengajak untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.⁴

Dalam pelaksanaannya ada metode dan media yang perlu disiapkan dengan matang agar pesan atau isi dakwah dapat sampai kepada objek dakwah. Seiring berkembangnya zaman, dakwah sudah mulai mengalami banyak peningkatan dan perubahan seperti metode dan media dakwah yang dilakukan oleh *dā'ī*. Jadi pesan dakwah merupakan prosespenyampaian pesan-pesan yang bersifat mengajak kepada suatu kebaikan dengan tujuan agar orang lain dapat memenuhi ajakan tersebut. Media dakwah adalah unsur keempat dalam kegiatan berdakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'ū. Media dakwah merupakan alat atau sarana yang digunakan dalam melakukan atau menyampaikan pesan dakwah kepada mad'ū, menurut Asmuni Syukir media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah untuk memperoleh suatu tujuan.⁵ Dalam jenis dakwah dapat dibagi menjadi dua yaitu dakwah umum (*bi-al-hal*) dan dakwah khusus (*bi-al-lisan*) dengan mengandung konsep pendekatan *bi-al-hikmah*.

Ilmu fiqih adalah ilmu yang sudah ada di masa Rasulullah SAW masih hidup. Pada dasarnya ilmu fiqih lahir, tumbuh dan berkembang bersama dengan perjalanan dakwah Rasulullah SAW dan para shahabat. Karena itu kita mengenal istilah fiqih para shahabat, misalnya Fiqih Abu Bakar, Fiqih Umar, Fiqih Ustman dan juga Fiqih Ali. Sebab mereka ternyata memang ahli fiqih, yang juga sekaligus menjadi pengganti Rasulullah SAW dalam memimpin umat. Sumber ilmu fiqih juga bukan otak dan logika manusia belaka. Tetapi sumber ilmu fiqih murni Al-Quran dan As-Sunnah yang diterima secara

³ Guntur Cahyono and Nibros Hassani, "Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran," *Al-Hikmah* 13, no. 1 (2019): 23.

⁴ Imam Amrusi Jailani, "Dakwah Dan Pemahaman Islam Di Ranah Multikultural," *Walisono* 22, no. 2 (2014): 413–32.

⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 120.

muktabar, dan kemudian dipahami dengan manhaj yang telah dibakukan secara ilmiah dan diterima oleh seluruh umat Islam.

Efektivitas dakwah yaitu sebuah bentuk hasil yang diharapkan dengan memberikan nilai-nilai dalam bentuk positif serta menimbulkan keingintahuan remaja. Pada semua persoalan mensyaratkan metode pengajaran secara dialogis, agar remaja menjadi mitra diskusi/*mujadalah* dalam berbagi ilmu pengetahuan agama. Pengakuan eksistensi remaja akan memudahkan remaja tertarik hati dan terbuju rasa membenarkan ajaran agama yang disampaikan. Kesadaran remaja yang bertransformasi untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat diperoleh remaja berawal dari pengetahuan pentingnya agama dalam hidup, manfaat ajaran agama, serta janji dan ancaman Tuhan bagi pelaku agama. Pengetahuan itu menjadi pembuka kesadaran beragama remaja. Karena itu remaja harus belajar, cara merasa dan berpikir remaja itu sederhana, ia menjalankan agama masih bersifat transaksional karena itu dalam pengamalan agama ia akan memilih dan memilah mana yang bisa dilakukan, karena itu tingkat istiqomah dan kesungguhannya belum bisa diandalkan. Hal itu menjadi penting untuk diperhatikan guru dan *dā'ī* mengenai strategi pendidikan agama agar mereka tetap menjalankan agama melalui *reward and punishment*.⁶

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi ceramah kepada audiens. Berdakwah pada zaman sekarang tidak hanya dilakukan oleh para mubaligh di masjid, tetapi bisa dilakukan dengan banyak cara dengan menggunakan media dakwah seperti televisi, koran, majalah, buku, lagu dan internet. Ada beberapa metode dan strategi pengembangan media dan metode dakwah berdasarkan prinsip berikut:⁷ 1) Pengembangan metode bil lisan dan bil amal sesuai dengan tantangan dan kebutuhan. 2) Mempertimbangkan metode dan media sesuai dengan tantangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. 3) Memilih metode dan media yang relevan, baik mimbar, panggung, media cetak, atau elektronik (radio, televisi, komputer, dan internet). 4) Mengembangkan media atau metode kultural dan struktural, yakni pranata sosial, seni, karya budaya, dan wisata alam. 5) Mempertimbangkan struktur sosial dalam tingkatan kadar intelektual, yakni khawas, awam, dan yang menentang. 6) Mempertimbangkan struktur dan tingkatan masyarakat dari segi kawasan, geografis, demografis, sosiologis, antropologis, politis, dan ekonomis.

YouTube sebagai media komunikasi yang baru juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama. Fenomena YouTube yang berkembang pesat dengan jumlah pengguna yang banyak menyebabkan YouTube menjadi peluang untuk *dā'ī* sebagai media untuk dakwah. Channel NU Online adalah salah satu akun yang memanfaatkan YouTube sebagai media untuk berdakwah, Chanel NU Online sendiri adalah media resmi Nahdlatul Ulama yang menyampaikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat.⁸ Akun yang berisi tentang keagamaan ini memuat sholawat, kajian para

⁶ Enung Asmaya, "Efektivitas Dakwah Bagi Remaja," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2013): 1–9.

⁷ *Ibid.*, 41–45.

⁸ Dwi Azizah Agustina Iswahyudi, Udin Safala, "Deradicalization of the Idea of An Indonesian Islamic State Through the Website," *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 19, no. 1 (2021): 1–31.

tokoh dan ulama. Salah satunya yakni KH. Ahmad Bahauddin Nursalim atau yang sering disebut dengan Gus Baha'. Dalam chanelnya memuat 69 video khusus tentang ceramah Gus Baha' yang rata-rata ditonton ribuan bahkan jutaan orang.⁹

Gus baha' terkenal sebagai ulama dengan model dakwah yang santai dan gaya humor yang khas. Setiap cerita dan pernyataan beliau selalu menonjolkan ilmu yang disesipi dengan humor. Humor adalah cara terapi diri untuk menghilangkan stres dan capek. Humor yang disampaikan oleh Gus Baha' memiliki keunikan sendiri. Berbeda seperti umumnya, dakwah Gus Baha' sangat berbobot namun disampaikan dengan perspektif yang berbeda sehingga mudah dipahami. Gus baha' terkenal sebagai ulama dengan model dakwah yang santai dan gaya humor yang khas. Setiap cerita dan pernyataan beliau selalu menonjolkan ilmu yang disesipi dengan humor. Sehingga humor sering digunakan oleh *dā'ī* dalam berdakwah agar objek dakwah tidak merasa bosan. Selain itu, humor juga digunakan sebagai magnet agar kajian yang disampaikan dapat menarik. Contoh ketika Gus Baha' menjelaskan tentang "Mencari Kebaikan via YouTube & Sanad Keilmuan" di chanel Nu Online yang memiliki tayangan sebanyak 343.604 kali. Cara Gus Baha' menyampaikan materi melalui sebuah hadist memiliki teknik yang dapat terbilang unik karena hadist disesipi dengan lelucon dan bahasa yang digunakan sangat mudah dipahami, sehingga objek dakwah merasa terbawa dengan suasana cerita dan pesan dakwah tetap sampai kepada objek dakwah.

Beberapa video ceramah yang diunggah dalam media YouTube Channel NU Online adalah: Betapa Mudahnya Masuk Surga, pada tahun 2020 tayang hingga 336,682 kali, dan masih banyak ceramah lainnya yang telah diunggah di YouTube. Gus Baha' merupakan *dā'ī* baru dalam dunia maya sangat diakui kepandaiannya dalam menyampaikan hal-hal yang berbau dakwah. Dilansir dari berita Detik.news pada Jum'at, 29 Januari 2021, Gus Baha' dinobatkan sebagai Dai of The Year dalam Asosiasi Dai-Daiyah Indonesia (ADDAI). Hal ini merupakan perolehan positif karena Gus Baha' mengubah tren dakwah pada zaman sekarang.

Menurut observasi awal yang dilakukan peneliti, selaku Mahasiswa KPI Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penggunaan media YouTube menjadi salah satu media dalam pembelajaran atau pencarian redaksi berita yang berhubungan dengan era digital seperti saat ini. Tentunya hal ini memudahkan bagi mahasiswa untuk memahami pembelajaran yang disampaikan, itu merupakan sesuatu hal yang bermanfaat untuk menjadikan efisiensi pembelajaran yang lebih baik. Hal ini berkaitan dengan intensitas pemahaman dan bagaimana pengaruh terhadap peningkatan keagamaan mahasiswa.

⁹ Video YouTube NU Online, 13 Oktober 2019 (Diakses Pada Senin, 19 Oktober 2021 Pukul 12.00 WIB).

Dalam pembahasan yang akan di lakukan yaitu dengan melakukan penelitian yang baru agar berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan untuk menghindari kesamaan dalam penelitian dan menjadi pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu 1) perbedaan objek peneitian¹⁰ 2) perbedaan metode penelitian ¹¹3) perbedaan teori penelitian¹²

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian penelitian ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹³ Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei *Cross Sectional*.

Penelitian kuantitaif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori dengan menguji hubungan antar variabel berdasarkan data berupa angka sebagai bahan analisis yang berkaitan dengan sesuatu yang ingin diketahui. Data dan informasi diperoleh dari hasil kuisisioner mengenai pemahaman fiqih mahasiswa. Sedangkan metode survei *Cross Sectional* merupakan jenis survei yang mengamati sebuah objek

penelitian, baik satu maupun beberapa variabel, dengan cara menghimpun data pada suatu masa yang sama. Setiap objek yang diamati dilakukan sekali saja.¹⁴

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas, pada penelitian ini untuk mengetahui bahwa data yang didapatkan berdistribusi normal, peneliti menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan *software SPSS 16.0*. Hasil uji bisa dikatakan normal jika signifikansi > 0.05 dan dikatakan tidak normal jika signifikansi < 0.05. dibawah ini adalah analisis data yang diperoleh peneliti.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Angket

Tests of Normality				
	RESPONDE	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	N	Statistic	df	Sig.
NILAI	1	.094	60	.200 [*]

¹⁰ Stai Sufyan and Tsauri Majenang, “Analisis Wacana Absolutisme Tauhid Pada Kajian Gus Baha’ Di Kanal YouTube NU ONLINE,” *AT-THARIQ: Jurnal Studi Islam Dan Budaya P3M* 1, no. 1 (2021): 1–17.
¹¹ Farid Zhaman, “Pesan Dakwah Gus Baha’ Dalam Ceramah Di Akun Youtube Ngaji Kyai.,” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 6, no. 951–952 (2019): 1–9.
¹² Fadly Usman, “Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah,” *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1, no. 2502–8294 (2016): 1–8.
¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2017).
¹⁴ Rully Indrawan and Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan (Revisi)*, 2017.

Berdasarkan uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi angket pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo sebesar 0,200. Nilai signifikansi mahasiswa KPI IAIN Ponorogo lebih besar dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa data pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo berdistribusi normal.

Uji homogenitas, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa data yang dikumpulkan bersifat homogen. Data dapat dikatakan homogen jika data tersebut memiliki signifikansi > 0.05 dan tidak homogen jika data tersebut memiliki signifikansi < 0.05.¹⁵ dibawah ini adalah hasil uji homogenitas dengan menggunakan alat bantu *sofwere minitab 16.0*.

Tabel 4.6 Hasil Uji Homogenitas Angket

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
NILAI	Based on Mean	.904	1	58	.346
	Based on Median	.722	1	58	.400
	Based on Median and with adjusted df	.722	1	46.844	.400
	Based on trimmed mean	.897	1	58	.348

Berdasarkan hasil uji homogenitas diketahui bahwa nilai signifikansi mahasiswa KPI IAIN Ponorogo sebesar 0,348. Nilai signifikansi mahasiswa KPI IAIN Ponorogo lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo homogen.

Uji-t, dari hasil tes yang telah dilakukan kemudian dilakukan uji analisis data dengan menggunakan uji-t untuk mengetahui efektivitas dan pengaruh pemahaman pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dengan alat bantu menggunakan *SPSS*. Berikut hasil uji-t (*one-tailed*) mahasiswa KPI IAIN Ponorogo:

Tabel 4.7 Hasil Uji *T-test* pemahaman

One-Sample Test						
Test Value = 0						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
NILA I	97.281	59	.000	86.940	85.14	88.74

¹⁵ Ibid., 276

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (*t-test*) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.¹⁶ Dengan demikian pengaruh dakwah Gus Baha' terbilang efektif. *Mean difference* menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dari hasil analisis *mean difference* adalah 86,94 dengan demikian menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dengan rata-rata pemahaman mahasiswa yaitu 85,14 sampai 88,74.

Efektivitas Dakwah Gus Baha' di Chanel NU Online Mencari Kebaikan Via YouTube & Sanad Keilmuan Terhadap Pemahaman fiqih Ibadah Sholat Mahasiswa

Seiring penggunaa internet yang semakin hari semakin berkembang yang sudah mencapai 63 juta pengguna lebih dari 80% masyarakatnya sudah dapat mengakses internet salah satu media sosial yang sering diakses adalah YouTube baik untuk belajar, menambah informasi,¹⁷ bahkan untuk hiburan semua tersedia di YouTube. Banyak orang juga mendengarkan pengajian lewat media sosial YouTube, baik dari kalangan atas sampai bawah. Hal tersebut juga dimanfaatkan para kreator untuk membuat konten-konten positif salah satunya adalah konten dakwah yang di sampaikan oleh K.H Baharudin yang akrab disapa dengan Gus Baha'.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pengajian Gus Baha' sangat diminati hal ini dapat dilihat dari videonya yang mencapai *viewer*. Media YouTube cukup efektif untuk di gunakan sebagai media dakwah.¹⁸ Hal tersebut dapat dilihat dari hasil peneitian ini yang menunjukan terdapat keefektifan yang memperoleh nilai signifikansi 0,000 kurang dari alpha sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial YouTube efektif untuk media dakwah.

Pengaruh Dakwah Gus Baha' Di Chanel NU Online Mencari Kebaikan Via YouTube & Sanad Keilmuan Terhadap Pemahaman Fiqih Ibadah Sholat Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai pengaruh yaitu sebesar 86,94 dengan demikian menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dengan rata-rata pemahaman mahasiswa yaitu 85,14 sampai 88,74. Setelah melihat video tersebut. Hal tersebut dapat dartikan bahwa penggunaan media sosial YouTube dapat digunakan sebagai media dakwah yang bagus. Dengan menggunakan media sosial YouTube, penonton bisa mendengarkan pengajian dimana saja bahkan bisa pas waktu luang tanpa terbatas waktu dan tempat asalkan punya data internet bisa melihat dan mendengarkan ceramah agama yang disampaikan gus baha'. Berbeda dengan pengajian secara langsung yang mana berkumpul pada suatu tempat tetapi di era pandemic seperti saat ini hal tersebut dilarang demi memutus rantai penyebaran covid 19.

¹⁶ Ibid., 184.

¹⁷ Elsa Carinta Putri, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus Instagram @Nunuzoo)," *Repository* 8, no. 2 (2018): 119.

¹⁸ Usman, F). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1) (2016), 1–8.

Berdasarkan hasil uji *t (one tailed)* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai *signifikansi* tersebut kurang dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada penggunaan dakwah Gus Baha' di Chanel NU Online dengan judul *mencari kebaikan via YouTube & sanad* pada mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Ponorogo. Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti mendapatkan bahwa dengan menggunakan media sosial YouTube mampu mempengaruhi pemahaman seseorang karena dengan menjadi audien pada dakwah tersebut dapat meningkatkan pemahaman tentang agama serta dapat menambah informasi bagi pendengarnya. Ke efektifan penggunaan dilihat dari indikator komunikasi bahwa komunikasi efektif jika komunikasi tersebut menimbulkan pengertian, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, mempengaruhi sikap.¹⁹

Dalam penelitian ini pengertian yang dimaksud adalah audien mendapatkan pemahaman tentang amanat yang disampaikan dalam video, kesenangan yang dimaksud selain mendapatkan informasi juga terhibur melalui video, poin ketiga tentang mempengaruhi sikap yaitu setelah mendengarkan dakwah diharapkan mampu mempengaruhi sikap audien, hubungan sosial di sini dimaksud dengan menggunakan media sosial YouTube mampu memanfaatkan media tersebut dengan baik seperti saling berkomentar dengan kata-kata yang baik dan bijak, mempengaruhi sikap yaitu pesan pendakwah dapat dapat mempengaruhi sifat seseorang sesuai yang disampaikan *da'i*.

KESIMPULAN

Dakwah Gus Baha' dalam media YouTube yang dilakukan pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo sudah efektif karena nilai signifikansi 2 arah (*t-tailed*) $0,000 < 0,05$ sangat baik sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima.

Terdapat pengaruh antara rata-rata pemahaman mahasiswa KPI IAIN Ponorogo, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji-*t* bahwa *Mean difference* menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dari hasil analisis *mean difference* adalah 86,94 dengan demikian menunjukkan pengaruh dakwah Gus Baha' terhadap mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dengan rata-rata pemahaman mahasiswa yaitu 85,14 sampai 89,74

REFERENSI

¹⁹ Putri, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzoo)."2018, 118.

- Asmaya, Enung. "Efektivitas Dakwah Bagi Remaja." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2013),.
- Aziz, Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014),.
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. "YouTube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran." *Al-Hikmah* 13, no. 1 (2019),.
- Farid Zhaman, "Pesan Dakwah Gus Baha' Dalam Ceramah Di Akun Youtube Ngaji Kyai.," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11),.
- Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah," *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1,.
- Indrawan, Rully, and Poppy Yaniawati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan (Revisi)*, 2017.
- Iswahyudi, Udin Safala, Dwi Azizah Agustina. "Deradicalization of the Idea of An Indonesian Islamic State Through the Website." *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 19, no. 1 (2021),.
- Muhadi, Ujang. "Membangun Efektifitas Dakwah Dengan Memahami Psikologi Mad'u." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 2 (2019),.
- Putri, Elsa Carinta. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzoo)." *Repository* 8, no. 2 (2018),.
- Stai Sufyan and Tsauri Majenang, "Analisis Wacana Absolutisme Tauhid Pada Kajian Gus Baha' Di Kanal YouTube NU ONLINE," *AT-THARIQ: Jurnal Studi Islam Dan Budaya P3M* 1,.