

ABSTRAK

Hendri Ruswandi: Pengaruh Komunikasi Visual Dalam Dakwah Ustadz Adi Hidayat Terhadap Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Studi Eksplanasi Pada Masyarakat Desa Sindanglaya Bandung)

Ustadz Adi Hidayat atau yang dikenal dengan UAH merupakan sosok pendakwah terkenal yang ada di tengah-tengah masyarakat Indonesia melalui ceramahnya yang ada di Youtube. Salah satu video populer yang diunggah oleh UAH official di *platform* Youtube ini diambil dengan tema Orang-Orang yang Di kabul kan Do'a nya. Video ini banyak sekali yang menonton, termasuk masyarakat Desa Sindanglaya. Dalam dakwahnya UAH memiliki gaya komunikasi visual yang mengandung pesan dakwah untuk memberikan pemahaman keagamaan pada para penontonnya. Namun, unsur-unsur komunikasi visual seperti tidak memberikan pengaruh terhadap pemahaman keagamaan masyarakat.

Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk mengetahui dan menjelaskan besaran pengaruh komunikasi visual (tipografi, simbolisme, ilustrasi dan *layout*) dalam dakwah UAH terhadap pemahaman keagamaan penonton Youtube pada video yang berjudul “orang-orang yang dikabulkan do’anya”.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis mayor diduga Komunikasi visual dalam dakwah UAH berpengaruh signifikan terhadap pemahaman keagamaan masyarakat. Lalu, hipotesis minor diduga Tipografi (X1), Simbolisme (X2), Ilustrasi (X3), dan *Layout* (X4) berpengaruh signifikan terhadap pemahaman keagamaan masyarakat (Y).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel. Penelitian ini juga berdesain *cross sectional*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi Adapun sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Sindanglaya sebanyak 83 orang.

Bahwa penelitian ini mendukung teori *uses and gratification*. Karena dalam teori ini dapat mengukur tingkat penggunaan media Youtube yang dilihat dari segi angka kepuasan penggunaan media untuk menikmati dakwah UAH yang diperoleh dari sajian visual yang ada di Youtube. Adapun unsur komunikasi visual ini terdiri dari empat unsur yakni tipografi, simbolis, ilustrasi dan *layout* yang dalam penelitian ini dijadikan variabel untuk diuji. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini dibuktikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dari komunikasi visual terhadap pemahaman keagamaan masyarakat Desa Sindanglaya.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Pemahaman Keagamaan, Dakwah, Youtube

ABSTRACT

Hendri Ruswandi: The Influence of Visual Communication in Ustadz Adi Hidayat's Da'wah on People's Religious Understanding (Explanation Study on the Community of Sindanglaya Village Bandung).

Ustadz Adi Hidayat or known as UAH is a famous preacher who is in the midst of Indonesian society through his lectures on Youtube. One of the popular videos uploaded by UAH official on the Youtube platform is taken with the theme of People whose prayers are answered. This video has a lot of people watching, including the people of Sindanglaya Village. In his da'wah, UAH has a visual communication style that contains da'wah messages to provide religious understanding to his audience. However, elements of visual communication such as do not have an influence on the religious understanding of the community.

Therefore, this study tries to find out and explain the magnitude of the influence of visual communication (typography, symbolism, illustration and layout) in UAH's da'wah on the religious understanding of Youtube viewers on the video entitled "people whose prayers are answered".

The hypothesis in this study is that the major hypothesis is suspected that visual communication in UAH's preaching has a significant effect on people's religious understanding. Then, the minor hypothesis is suspected that Typography (X1), Symbolism (X2), Illustration (X3), and Layout (X4) have a significant effect on people's religious understanding (Y).

This study uses descriptive quantitative methods to determine the influence between variables. This research also has a cross sectional design. The data analysis techniques used are classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination. The sample in this study were 83 people from Sindanglaya Village.

That this research supports the theory of uses and gratification. Because in this theory it can measure the level of use of Youtube media which is seen in terms of the number of satisfaction of using the media to enjoy UAH preaching obtained from visual presentations on Youtube. The elements of visual communication consist of four elements namely typography, symbolism, illustration and layout which in this study are used as variables to be tested. Based on the test results conducted in this study, it is proven that there is a significant simultaneous influence of visual communication on the religious understanding of the Sindanglaya Village community.

Keywords: Visual Communication, Religious Understanding, Da'wah, Youtube

ملخص البحث

هندري روسواندي: تأثير التواصل البصري في دعوة الأستاذ عدي هداية على التفاهم الديني المجتمعي (دراسة توضيحية لمجتمع قرية سيندانجلايا في باندونغ)

الأستاذ عدي هداية أو المعروف باسم UAH هو شخصية واعظ معروفة بين المجتمع الإندونيسي من خلال محاضراته على موقع يوتيوب. تم التقاط أحد مقاطع الفيديو الشهيرة التي قام مسؤول UAH على منصة YouTube بموضوع "الأشخاص الذين استجابت صلواتهم". شاهد العديد من الأشخاص هذا الفيديو، بما في ذلك سكان قرية سيندانجلايا. في وعظها، تمتلك UAH أسلوب اتصال مرئي يحتوي على رسائل وعظية لتوفير الفهم الديني لجمهورها. ومع ذلك، فإن عناصر الاتصال المرئي ليس لها تأثير على الفهم الديني للناس.

لذلك، يحاول هذا البحث تحديد وشرح حجم تأثير الاتصال المرئي (الطباعة والرمزية والرسوم التوضيحية والتخطيط) في الوعظ UAH على الفهم الديني لمشاهدي YouTube في الفيديو بعنوان "الأشخاص الذين تستجاب صلواتهم". الفرضية في هذا البحث هي الفرضية الرئيسية وهي أن التواصل البصري في الوعظ في UAH له تأثير كبير على الفهم الديني للناس. ثم، الفرضية الثانوية هي أن الطباعة (X1)، والرمزية (X2)، والرسوم التوضيحية (X3)، والتخطيط (X4) لها تأثير كبير على الفهم الديني للناس (Y).

يستخدم هذا البحث الأساليب الكمية الوصفية لتحديد التأثير بين المتغيرات. كان لهذا البحث أيضًا تصميم مقطعي. كانت تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي اختبار الافتراضات الكلاسيكية، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضيات ومعامل التحديد، وكانت العينة في هذا البحث هي سكان قرية سيندانجلايا، ويبلغ عددهم 83 شخصًا. أن هذا البحث يدعم نظرية الاستخدامات والإشباع. لأنه في هذه النظرية يمكن قياس مستوى استخدام وسائط YouTube كما يظهر من حيث أرقام الرضا لاستخدام الوسائط للاستمتاع بالوعظ UAH الذي تم الحصول عليه من العروض المرئية على YouTube. تتكون عناصر الاتصال المرئي من أربعة عناصر وهي الطباعة والرموز والرسوم التوضيحية والتخطيط، والتي استخدمت في هذا البحث كمتغيرات ليتم اختبارها. بناءً على نتائج الاختبارات التي تم إجراؤها في هذا البحث، ثبت أن هناك تأثيرًا متزامنًا كبيرًا للتواصل البصري على الفهم الديني لأهالي قرية سيندانجلايا.

الكلمات المفتاحية: الاتصال المرئي، التفاهم الديني، الدعوة، اليوتيوب