

Strategi Dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam Konten Youtube tentang Motivasi Kehidupan

Gally Raka Siwy*, Irfan Safrudin, Ahmad Muttaqin

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

gallyrakasiwy@email.com, irfansafrudin1@gmail.com, ahmadmuttaqin@unisba.ac.id

Abstract. The phenomenon of digital da'wah by Ustaz Muhammad Nuruddin through motivational content on YouTube has become a significant focus in the study of Islamic preaching in the social media era. This research aims to examine how his messages are delivered, the strategies used, and their impact on audiences. Using a qualitative descriptive method, data were collected through interviews, observations, and documentation. The analysis applies Al-Bayanuni's da'wah theory which includes rational, emotional, and sensory approaches and McClelland's motivation theory, covering achievement, power, and affiliation. The findings show that Ustaz Muhammad Nuruddin effectively combines psychological, spiritual, and social elements in his da'wah. His relaxed, clear, and visually engaging communication style makes his content highly accessible, especially to young viewers. Narrative and persuasive approaches help build emotional connection and foster reflection. As a result, his content not only boosts motivation and life spirit but also raises religious awareness. YouTube, therefore, serves as a powerful and relevant platform for delivering meaningful Islamic messages today.

Keywords: *YouTube, Life Motivation, Ustaz Muhammad Nuruddin.*

Abstrak. Fenomena dakwah digital Ustaz Muhammad Nuruddin melalui konten motivasi kehidupan di YouTube menjadi sorotan dalam studi penyebaran pesan Islam di era media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pesan dakwah disampaikan, strategi komunikasi yang digunakan, serta dampaknya terhadap audiens. Pendekatan penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori dakwah Al-Bayanuni yang mencakup pendekatan rasional, emosional, dan indrawi. Serta teori motivasi McClelland meliputi aspek pencapaian, pengaruh, dan afiliasi digunakan sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin mampu mengintegrasikan dimensi psikologis, spiritual, dan sosial secara harmonis. Gaya penyampaiannya yang santai, mudah dipahami, serta dikemas secara visual menarik menjadikan kontennya relevan bagi audiens, terutama generasi muda. Pendekatan naratif dan persuasif yang digunakan mampu membangun kedekatan emosional dan mendorong refleksi diri. Dampaknya, konten dakwah tersebut tidak hanya membangkitkan semangat hidup, tetapi juga meningkatkan kesadaran keagamaan, menjadikan dakwah di YouTube sebagai sarana efektif dalam menjangkau masyarakat luas secara kontekstual dan inspiratif.

Kata Kunci: *YouTube, Motivasi Hidup, Ustaz Muhammad Nuruddin.*

A. Pendahuluan

Kata dakwah secara bahasa adalah suatu istilah yang telah memiliki makna sendiri. Kata dakwah berarti da'wa - yad'u yang memiliki arti ajakan, memanggil, mengundang, imbauan, hidangan, seruan, atau panggilan. Menurut ulama Syekh Ali Mahfudh dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin mengatakan bahwa dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka pada kebaikan, dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. (Hasan, 2013) Strategi dakwah merupakan proses dalam menentukan cara dan upaya yang tepat untuk menghadapi sasaran dakwah dalam berbagai situasi dan kondisi guna mencapai tujuan secara optimal. Dengan kata lain, strategi dakwah mencakup siasat, taktik, atau manuver yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah. (Mannan, 2021) Oleh karena itu, para pendakwah perlu memahami perkembangan teknologi dan komunikasi agar dapat menerapkan metode serta strategi dakwah yang lebih efektif. Salah satu cara untuk membedakan dakwah dari metode tradisional adalah dengan memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan media digital yang kini banyak digunakan, seperti YouTube. Tujuan utama dari dakwah melalui YouTube adalah agar para penonton dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan mereka.

Ustaz Muhammad Nuruddin memanfaatkan platform YouTube sebagai media untuk menyampaikan dakwahnya. (Naufal, 2025) Kanal YouTube Ustaz Muhammad Nuruddin menghadirkan beragam konten dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga kreatif, sehingga menarik perhatian banyak pemirsa, terutama remaja. Dalam menyampaikan dakwahnya, ia menggunakan bahasa yang kekinian dan mudah dipahami oleh kalangan muda. Video YouTube berjudul "Pesan Berharga Bagi yang Kehilangan Semangat Hidup" menyampaikan tiga bentuk anugerah dari Allah Swt. yang hanya diberikan kepada hamba pilihan-Nya: kefakiran (al-faqr) yang mendekatkan seseorang kepada Allah, penyakit (al-maradh) sebagai sarana peningkatan derajat melalui kesabaran, dan kesabaran (as-shabru) dalam menghadapi berbagai ujian hidup. Video berdurasi 30 menit 17 detik ini telah ditonton 3,8 ribu kali, memperoleh 296 likes dan 33 komentar dari 66,9 ribu pelanggan kanal. (Nuruddin, 2025)

Strategi dakwah yang diterapkan Ustaz Muhammad Nuruddin mendapatkan respons positif dari audiens. Hal ini terlihat dari komentar pengguna YouTube yang menyatakan kontennya mampu menjawab berbagai kegelisahan batin, serta hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa materi dakwahnya relevan dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu responden, mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung, menilai bahwa video tersebut mengajarkan pentingnya bersyukur dan tetap mengingat Allah di tengah ujian hidup. (Siwy, 2025) Temuan ini mendorong peneliti untuk mengangkat judul "Strategi Dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam Konten YouTube tentang Motivasi Kehidupan."

Berdasarkan pemaparan diatas. Kajian ini menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Muhammad Ali Al-Bayanuni, yang membagi strategi dakwah ke dalam tiga kategori, yaitu strategi sentimental (al-manhaj al-'athifi), strategi rasional (al-manhaj al-'aqli), dan strategi indrawi (al-manhaj al-hissi). Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi teori motivasi dari David McClelland, yang meliputi Need for Achievement, Need for Affiliation, dan Need for Power. Pendekatan ini digunakan untuk merumuskan strategi dakwah yang adaptif terhadap kebutuhan psikologis serta kondisi emosional audiens, khususnya dalam membangkitkan semangat hidup remaja secara efektif. penulis menguraikan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana pesan dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube tentang motivasi kehidupan ? Bagaimana strategi dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube tentang motivasi kehidupan ? Bagaimana dampak pesan dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube tentang motivasi kehidupan terhadap audiens ? Selanjutnya tujuan dari penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb. (1) Untuk mengetahui pesan dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube tentang motivasi kehidupan. (2) Untuk mengetahui strategi dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube tentang motivasi kehidupan. (3) Untuk mengetahui dampak pesan dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin terhadap audiens.

B. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan termasuk dalam kategori penelitian lapangan (field research) yang bersifat virtual. (Rahma, 2009) Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dakwah dan pesan motivasi kehidupan dalam konten YouTube Ustaz Muhammad Nuruddin, khususnya pada video berjudul “Pesan Berharga Bagi yang Kehilangan Semangat Hidup.” Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Sugiono, 2010) Observasi dilakukan secara non-partisipan terhadap konten video yang diteliti, dengan mencermati isi pesan, gaya penyampaian, serta respon audiens dalam kolom komentar. Wawancara dilakukan secara tidak langsung melalui penyebaran kuesioner via WhatsApp kepada delapan responden dari kalangan penonton YouTube untuk mengetahui persepsi mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Sementara itu, dokumentasi diperoleh dari arsip video, jurnal, buku, serta karya ilmiah lain yang relevan dengan strategi dakwah dan psikologi motivasi.

Data primer dalam penelitian ini berasal dari isi konten video Ustaz Muhammad Nuruddin, sedangkan data sekunder berasal dari sumber-sumber literatur yang mendukung. Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan mengelompokkan informasi sesuai kategori tematik seperti strategi dakwah dan nilai motivasi. Data kemudian disajikan dalam bentuk naratif deskriptif untuk mempermudah pemahaman. Tahap akhir adalah verifikasi, yakni mengkaji kembali data yang telah dikumpulkan untuk memastikan keakuratan dan keabsahan kesimpulan yang diambil. Penelitian ini dilaksanakan pada periode April hingga Juni 2025, mencakup proses observasi, wawancara, serta pengolahan dan analisis data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pesan Dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam Konten Youtube tentang Motivasi Hidup

Dalam aktivitas dakwahnya, Ustaz Muhammad Nuruddin sering kali mengangkat tema-tema yang relevan dengan dinamika kehidupan generasi muda, seperti hubungan percintaan, persoalan emosional, dan isu-isu menarik lainnya. Ia menggunakan gaya bahasa yang komunikatif dan kekinian, sehingga mudah dipahami serta diterima oleh kalangan muda. Menurut beliau, dunia adalah tempat manusia untuk merasakan nikmat sekaligus menghadapi berbagai ujian. Dunia dianalogikan sebagai sekolah, di mana manusia terkadang diuji dan di waktu lain diberikan kelapangan hati. Ketika menghadapi berbagai persoalan hidup, agama berperan sebagai pegangan utama agar hati tidak dikuasai oleh kegelisahan.

Ustaz Muhammad Nuruddin mengutip pandangan sebagian ulama yang menyatakan bahwa terdapat tiga anugerah yang hanya diberikan oleh Allah kepada orang-orang yang dikasihi-Nya, Konten dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin menekankan tiga bentuk ujian hidup sebagai anugerah spiritual, yakni Al-Faqr (kefakiran), Al-Maradh (sakit), dan As-Shabru (kesabaran). Ketiganya dipandang sebagai bentuk simpanan ilahi yang hanya diberikan kepada hamba terpilih, serta memiliki relevansi kuat dengan teori motivasi McClelland: *Need for Achievement* (dorongan berprestasi), *Need for Affiliation* (kebutuhan akan relasi), dan *Need for Power* (hasrat akan kontrol).

Melalui pendekatan spiritual, kefakiran mendorong hubungan vertikal dengan Allah (nAch), sakit memperkuat relasi sosial dan empati (nAff), dan kesabaran menjadi kekuatan internal untuk menghadapi tantangan hidup (nPo). Analisis terhadap tiga video lainnya yaitu "Pesan Penting untuk Para Remaja", "Ngapain Harus Kuliah?", dan "Selama Ini Banyak Orang Keliru dalam Mendidik Anak Remaja". Memperkuat temuan bahwa dakwah beliau tidak hanya normatif-religius, tetapi juga menyentuh aspek psikologis. Pesan-pesan yang disampaikan bersifat humanistik, menyelaraskan nilai-nilai spiritual dengan kebutuhan dasar manusia sehingga mampu membangun motivasi, kontrol diri, dan relasi sosial secara holistik. (Nuruddin, 2025)

Strategi Dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam Konten Youtube tentang Motivasi Hidup

Proses pengolahan data dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan validitas kategori strategi dakwah yang terdapat pada saluran YouTube resmi Ustaz Muhammad Nuruddin. Adapun konten yang dianalisis dalam penelitian ini adalah video ceramah Ustaz Muhammad Nuruddin yang berjudul "Pesan Berharga bagi yang Kehilangan Semangat Hidup." Setelah kategori strategi dakwah diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap strategi dakwah yang terkandung dalam ceramah tersebut (Andhiya et al., n.d.)

1. Strategi sentimental

Ustaz Muhammad Nuruddin dalam penyampaian dakwahnya menitikberatkan pada aspek hati, di mana beliau kerap menggunakan metode Mau'izhoh Hasanah. (Harbani, 2022) Metode ini diwujudkan melalui penyampaian nasihat nasihat yang baik, yang memuat unsur-unsur pengajaran, bimbingan, kisah teladan, pendidikan, serta peringatan. Pada menit ke-15, Ustaz Muhammad Nuruddin menyampaikan bahwa pelajaran ini penting untuk membangkitkan kesadaran audiens dalam memandang orang lain di lingkungan sekitar. Beliau mencontohkan, ketika seseorang melihat individu dengan profesi yang dianggap lebih rendah, lalu muncul bisikan negatif dalam hati, maka saat itu juga dianjurkan untuk berdoa, "*Ya Allah, aku yakin derajatnya lebih tinggi di hadapan-Mu dibandingkan diriku.*" Pesan ini bertujuan untuk menanamkan sifat tawadhu' (rendah hati) dalam diri, serta menghindarkan sikap merasa lebih unggul hanya karena latar belakang pendidikan atau status sosial. Inti dari pesan tersebut adalah pentingnya menjaga kerendahan hati dalam setiap situasi. Berdasarkan pernyataan di atas, Pendekatan ini selaras dengan Need for Affiliation, (Ridho, 2020) di mana individu terdorong untuk membentuk dan mempertahankan hubungan emosional yang hangat dan akrab dengan sesama.

2. Strategi Rasional

Strategi rasional dalam dakwah merupakan pendekatan yang menggunakan berbagai metode dengan penekanan pada aspek akal dan pemikiran. Pada menit ke-16, Ustaz Muhammad Nuruddin mengisahkan pertemuan antara Syekh Abdullah Syahroni al-Azhari dan Syekh al-Khowas, seorang ulama yang memperoleh ilmu laduni. Dalam kisah tersebut, Syekh al-Khowas menekankan pentingnya menghilangkan kesombongan dengan menghormati orang yang dianggap lebih rendah. Kisah ini merefleksikan strategi dakwah rasional, di mana Ustaz Muhammad Nuruddin mendorong audiens untuk berpikir kritis dan merefleksikan nilai kerendahan hati. Pendekatan ini menunjukkan efektivitas dakwah berbasis nalar dalam membentuk kesadaran diri dan perubahan sikap. (Nuruddin Official, 2025) Berdasarkan pernyataan di atas, Strategi ini berkelindan erat dengan Need for Achievement, yaitu dorongan individu untuk mencapai prestasi, menguasai keterampilan, dan meningkatkan kualitas diri. (Ridho, 2020) Dalam konteks dakwah digital, ketika Ustaz Muhammad Nuruddin menyampaikan konten yang merangsang pemikiran, membahas ayat-ayat Al-Qur'an secara tematik, serta mengaitkannya dengan problematika kehidupan kontemporer, hal ini mendorong audiens untuk berusaha memahami, menginternalisasi, dan mengaplikasikan nilai-nilai keagamaan dalam upaya pencapaian pribadi dan keberhasilan hidup.

3. Strategi Indrawi

Dalam konteks media modern, seperti saluran YouTube, strategi ini sering kali melibatkan penggunaan gambar, video, musik, dan efek suara untuk memperkuat pesan-pesan agama Islam. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan menarik bagi pemirsa, sehingga mereka dapat lebih terhubung dengan materi dakwah yang disampaikan. Dengan memanfaatkan daya tarik inderawi ini, dakwah melalui konten YouTube dapat menjadi lebih efektif dalam mempengaruhi pemirsa secara lebih mendalam. (Ronaldo, 2022) Menurut penilaian penulis, unsur visual yang ditampilkan masih terkesan kurang maksimal, karena kontennya lebih menyerupai siaran langsung ceramah biasa tanpa dukungan elemen visual tambahan yang lebih kreatif atau interaktif. Strategi dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam konten YouTube menunjukkan pendekatan multidimensional yang selaras dengan teori motivasi McClelland. Melalui perpaduan strategi sentimental, rasional, dan indrawi, dakwah beliau mampu menjawab kebutuhan psikologis audiens, seperti *Need for Affiliation*, *Need for Achievement*, dan *Need for Power*.

Dari keseluruhan analisis, dapat disimpulkan bahwa Ustaz Muhammad Nuruddin secara konsisten memadukan strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi dalam menyampaikan pesan motivasional kepada audiensnya. Strategi sentimental cenderung menjadi pendekatan utama dalam membangun koneksi emosional, sedangkan strategi rasional dan indrawi berfungsi sebagai penguat pemahaman logis dan ilustratif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa gaya dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin bersifat holistik, memadukan aspek afeksi, kognisi, dan persepsi inderawi dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman yang relevan dengan problematika kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, teori strategi dakwah Al-Bayuni terbukti relevan sebagai alat analisis untuk memahami efektivitas komunikasi dakwah dalam konteks media digital seperti YouTube.

Dampak Pesan Dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin dalam Konten Youtube tentang Motivasi Hidup Terhadap Audiens

Dampak pesan dakwah merujuk pada pengaruh yang dialami oleh komunikan, dalam hal ini mad'u yang merupakan subscriber kanal YouTube Ustaz Muhammad Nuruddin Official, setelah menerima pesan dakwah yang disampaikan melalui platform tersebut. Pengaruh tersebut mencakup aspek teori motivasi McClelland di antaranya *Need for Achievement (nAch)*, *Need for Affiliation (nAff)*, dan *Need for Power (nPo)*. ('Alex, 2011).

1. Need for achievement (nAch)

Need for Achievement (nAch) adalah salah satu konsep dalam teori motivasi yang merujuk pada dorongan internal seseorang untuk mencapai keberhasilan, menguasai tugas-tugas sulit, dan mencapai standar yang tinggi dalam kinerja. Beberapa individu memiliki motivasi yang tinggi untuk meraih keberhasilan. Mereka lebih fokus pada pencapaian pribadi daripada sekadar memperoleh imbalan atas kesuksesan tersebut. Mereka juga memiliki semangat untuk melakukan sesuatu dengan cara yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan pencapaian sebelumnya. Salah satu komentar dari akun @Dr menyebutkan bahwa konten Ustaz mampu menjawab berbagai pertanyaan yang berseliweran dalam pikirannya, menandakan tercapainya kepuasan intelektual. Hal serupa juga diungkapkan oleh Ra, mahasiswa Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Bandung, yang menyatakan bahwa video dakwah tersebut mengajarkan pentingnya semangat belajar dalam menghadapi kehidupan. ('Siwy, 2025) Respons tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan pencapaian personal audiens. Pemenuhan ini hadir dalam bentuk pencerahan dan rasa berhasil dalam memahami makna hidup, yang menjadi bagian penting dari motivasi internal seseorang untuk terus berkembang secara intelektual dan spiritual.

2. Need for Affiliation (nAff)

Need for Affiliation (nAff) adalah kebutuhan individu untuk membangun, mempertahankan, dan menikmati hubungan interpersonal yang hangat, harmonis, serta penuh penerimaan. Kebutuhan akan kehangatan dan dukungan dalam kehidupan maupun dalam hubungan sosial mendorong seseorang untuk menjalin kedekatan dengan orang lain. Individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung berusaha membangun hubungan pertemanan dan keakraban dengan orang-orang di sekitarnya. Salah satu pengguna dengan nama akun @rkh menyampaikan bahwa nasihat yang disampaikan Ustaz berdampak positif dalam kehidupan rumah tangganya, khususnya dalam menjaga keharmonisan finansial. Ucapan syukur dan doa yang disertakan juga menunjukkan adanya keterikatan emosional dan rasa kedekatan spiritual dengan pesan dakwah yang disampaikan. Selain itu, hasil wawancara kuesioner dari Dk, mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung, memperkuat temuan tersebut. Ia menyatakan bahwa video dakwah tersebut memberikan kesadaran bahwa kehidupan dunia adalah ujian, dan semangat hidup dapat kembali melalui dzikir, doa, dan tawakal. Pernyataan ini menunjukkan kebutuhan akan kedamaian batin dan dukungan spiritual, yang erat kaitannya dengan hubungan sosial dan religius. ('Siwy, 2025) Berdasarkan dua tanggapan ini, dapat disimpulkan bahwa dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin tidak hanya memenuhi aspek spiritual, tetapi juga menjawab kebutuhan psikososial audiens akan afiliasi, penerimaan, dan keharmonisan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memperkuat relevansi *Need for Affiliation* sebagai landasan penting dalam efektivitas dakwah berbasis motivasi.

3. Need for Power (nPo)

Need for Power (nPo) adalah dorongan seseorang untuk memengaruhi, mengontrol, atau mengarahkan perilaku orang lain serta situasi di sekitarnya. ini merujuk pada adanya keinginan yang kuat untuk mengendalikan orang lain, memengaruhi orang lain, dan untuk memiliki dampak terhadap orang lain. Dalam teori yang dirasakan oleh penonton kanal YouTube Ustaz Muhammad Nuruddin *Official* dapat diidentifikasi melalui berbagai komentar positif yang telah dihimpun oleh peneliti, baik melalui penyebaran kuesioner maupun dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari kolom komentar pada video yang diunggah di kanal tersebut, dari komentar penonton seperti NF dan Aa yang tidak hanya merefleksikan isi dakwah, tetapi juga menyampaikan pesan moral dan motivasi spiritual kepada sesama. Pernyataan seperti “tetaplah semangat dan terus ingat Allah” menunjukkan adanya keinginan untuk mengarahkan orang lain agar tetap teguh dalam keimanan, mencerminkan bentuk *socialized power*. Ketiga aspek dalam teori McClelland diantaranya *Need for Achievement*, *Affiliation*, dan *Power* dapat diidentifikasi dari komentar audiens. nAch tercermin dalam kepuasan intelektual atas pemahaman keislaman, nAff terlihat dari ungkapan kehangatan emosional dan relasi sosial, sedangkan nPo tampak dari upaya penonton untuk memotivasi dan membimbing orang lain melalui komentar-komentarnya. Ketiganya menunjukkan bahwa dakwah melalui media digital tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga memenuhi kebutuhan psikologis audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi terhadap konten video Ustaz Muhammad Nuruddin, khususnya video “*Pesan Berharga bagi yang Kehilangan Semangat Hidup*”. Dibandingkan dengan tiga video lain, serta dikaitkan dengan teori motivasi McClelland dan strategi dakwah Al-Bayanuni (rasional, sentimental, dan indrawi), hasilnya menunjukkan bahwa dakwah Ustaz Muhammad Nuruddin efektif dalam membangkitkan semangat hidup dan meningkatkan kesadaran keagamaan, terutama di kalangan remaja. (Nuruddin, 2025).

Berdasarkan analisis isi yang dilakukan, ditemukan bahwa keempat konten tersebut mengandung keragaman pendekatan dan bentuk motivasi yang sesuai dengan karakteristik sasaran dakwah, yaitu kalangan remaja. Konten “*Pesan Berharga bagi yang Kehilangan Semangat Hidup*” secara eksplisit memuat pendekatan spiritual yang menekankan bahwa kefakiran, penyakit, dan kesabaran bukanlah bentuk musibah negatif, melainkan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Di dalamnya tampak dominan unsur need for affiliation (kebutuhan hubungan dengan Tuhan dan sesama) dan need for achievement (dorongan untuk bangkit dan memperbaiki diri), dengan strategi dakwah bersifat sentimental dan rasional. Adapun dalam konten “*Pesan Penting untuk Para Remaja*”, ditemukan penekanan kuat pada pentingnya membangun relasi yang sehat dengan Allah, orang tua, dan guru, serta dorongan untuk terus berproses dalam keimanan dan keahlian. Hal ini menunjukkan dominasi need for achievement dan need for affiliation, dengan strategi dakwah cenderung sentimental karena menggugah kesadaran emosional dan spiritual audiens. Sementara itu, konten “*Ngapain Harus Kuliah?*” lebih banyak membongkar pola pikir keliru terkait motivasi kuliah yang hanya berorientasi pada ijazah. Dalam hal ini, pendekatan yang digunakan adalah rasional, dengan penekanan pada need for achievement dan need for power, yakni mendorong generasi muda untuk berdaya melalui keahlian, bukan sekadar gelar formal. Sedangkan, konten “*Selama Ini Banyak Orang Keliru dalam Mendidik Anak Remaja*” secara tegas mengkritik sistem pendidikan pesantren yang terlalu menekan dan tidak memperhatikan ritme psikologis remaja. Pendekatan yang digunakan adalah indrawi dan sentimental, karena lebih mengandalkan pengalaman empiris dan empati terhadap kondisi peserta didik. Di sini, need for affiliation menjadi dimensi motivasional yang dominan, karena fokusnya pada kenyamanan, hubungan emosional, dan suasana belajar yang menyenangkan.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang efektif dalam membangkitkan kembali semangat hidup remaja adalah strategi yang adaptif terhadap kebutuhan psikologis dan kondisi emosional audiens. Ketika pendekatan dakwah mengintegrasikan dimensi rasional, sentimental, dan indrawi secara seimbang serta memperhatikan motivasi dasar manusia menurut McClelland, maka pesan dakwah tidak hanya menyentuh secara spiritual, tetapi juga relevan secara psikologis dan kontekstual. Hal ini menunjukkan bahwa kehilangan semangat hidup, dalam perspektif Islam, bukanlah titik akhir, melainkan ruang kontemplatif untuk membentuk kembali arah hidup dengan dukungan motivasional dan bimbingan dakwah yang tepat.

D. Kesimpulan

Dalam hal ini, penulis menyimpulkan mengenai gambaran jawaban atas masalah yang diteliti sebagai tujuan penelitian, terkait dengan skripsi yang diajukan, yaitu Strategi Dakwah Ustadz Muhammad Nuruddin dalam Konten YouTube tentang Motivasi Kehidupan. Strategi dakwah Ustadz Muhammad Nuruddin di YouTube terbukti efektif dalam menjangkau generasi muda melalui pendekatan sentimental, rasional, dan indrawi. Konten yang disampaikan tidak hanya menggugah emosi dan logika, tetapi juga memanfaatkan media digital secara optimal sebagai sarana dakwah kontekstual. Penerapan teori motivasi McClelland menunjukkan bahwa pesan dakwah beliau mampu memenuhi kebutuhan pencapaian, afiliasi, dan pengaruh audiens. Respons audiens mencerminkan keterlibatan emosional, intelektual, dan sosial yang mendalam terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, strategi dakwah yang integratif dan adaptif melalui media digital tidak hanya menyampaikan nilai-nilai Islam, tetapi juga membentuk transformasi psikologis dan spiritual yang berdampak luas.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih diucapkan kepada orang-orang dalam penelitian ini, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penelitian ini secara materil dan non materil. Kepada kedua orang tua saya Wahidin dan Neng Titin, kepada Dekan Fakultas Dakwah Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., kepada wakil dekan I Fakultas Dakwah M. Fauzi Arif, S.Sos., M.I.Kom., sekaligus wali dosen yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis terkait perkuliahan, kepada ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D., kepada Wakil Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung, sekaligus dosen pembimbing II yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis, yang senantiasa bersabar dalam membimbing penulis Dr. Ahmad Muttaqin, S.Th.I., M.HUM., kepada dosen pembimbing I yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis Dr. Irfan Safrudin, Drs., M.Ag., kepada seluruh dosen beserta staff administrasi Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung yang senantiasa membantu peneliti. Kepada pengikut kanal YouTube Ustadz Muhammad Nuruddin yang telah bersedia untuk mengisi hasil kuesiner penulis. Seluruh teman-teman angkatan 2021 dan mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA, LKM Koperasi Mahasiswa UNISBA, Penerima Beasiswa Cendekia Baznas UNISBA, yang telah memberi dukungan kepada penulis dan memberi pengalaman berharga kepada penulis.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*.
<https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- 'Alex, S. (2011). *Psikologi Umum*.
- 'Harbani, R. (2022). *Mengenal Al Mauizatul Hasanah, Salah Satu Metode Dakwah Rasulullah*. Detik Hikmah.
- 'Hasan, M. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (R. Adawiyah, Ed.). Pena Salsabila.
- 'Mannan, A. (2021). *Strategi Pengembangan Dakwah* (Alauddin University Press, Ed.). Alauddin University Press.
- Maulina, N. A., Syam, N. K., & HMZ, N. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>
- Neri Hoirul Bariyah, & Ida Afidah. (2022). Pengaruh Dakwah Channel YouTube Ustadz Hanan Attaki terhadap Peningkatan Ibadah Salat Followers. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1207>

- 'Naufal, I. (2025). *Profil Muhammad Nuruddin: Pendidikan, Karier, Fakta dan Karya-karya Fenomenal*.
- 'Nuruddin, M. (2025). *Pesan Berharga Bagi Yang Kehilangan Semangat Hidup*.
- 'Nuruddin Official, M. (2025). *Pesan Berharga Bagi Yang Kehilangan Semangat Hidup*.
- 'Rahma, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif Dalam Equilibrium. *Jurnal Pendidikan*.
- Ratu Helga Sarahdiva, & Ahmadi, D. (2024). Strategi Marketing Komunikasi pada Channel Youtube "Jurnal Risa." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 81–88.
<https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4029>
- 'Ridho, M. (2020). TEORI MOTIVASI McCLELLAND DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN PAI. *Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan* .
- 'Ronaldo, A. Z. D. H. N. (2022). Analisis Strategi Dakwah Guru Ngaji Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak Di Desa Pidung Kecamatan Keliling Danau. *Journal of Da'wah*.
- 'Siwy, G. R. (2025). *Hasil Kuesioner Strategi Dakwah di YouTube*.
- "Sugiono." (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*.