

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas konten dakwah akun Instagram @terhadap mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah yang disajikan akun tersebut tergolong efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada mahasiswa. Efektivitas tersebut terlihat dari kemampuan konten dalam memberikan pemahaman keagamaan, meningkatkan kesadaran diri, serta menjadi pengingat bagi mahasiswa dalam menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penyajian pesan yang dikemas dalam bentuk meme, ilustrasi visual, dan bahasa yang sederhana menjadikan materi dakwah lebih mudah dipahami dan menarik bagi kalangan generasi muda.

Berdasarkan perspektif Computer Mediated Communication (CMC), proses komunikasi dakwah yang dilakukan melalui Instagram memungkinkan terjadinya penyampaian pesan secara fleksibel tanpa dibatasi ruang dan waktu. Mahasiswa dapat mengakses konten dakwah kapan saja sesuai kebutuhan mereka. Meskipun tingkat interaksi publik seperti komentar dan likes pada beberapa unggahan relatif rendah, proses penerimaan dan pemaknaan pesan tetap berlangsung secara efektif di kalangan audiens.

Ditinjau dari teori Uses and Gratifications, mahasiswa sebagai pengguna media sosial secara aktif memilih akun @karena mampu memenuhi

kebutuhan informasi keagamaan, kebutuhan hiburan, kebutuhan motivasi, serta kebutuhan pengembangan diri. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah, tetapi juga sebagai media yang mampu memberikan manfaat sesuai kebutuhan penggunanya.

Efektivitas komunikasi dakwah pada akun @terlihat melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif. Pada aspek kognitif, mahasiswa memperoleh tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai ajaran Islam. Pada aspek afektif, konten dakwah mampu menumbuhkan motivasi dan kesadaran untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Sementara pada aspek konatif, beberapa mahasiswa mengaku terdorong untuk menerapkan pesan-pesan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari, seperti meningkatkan kualitas ibadah, menjaga akhlak, dan memperbaiki hubungan sosial.

Faktor pendukung efektivitas dakwah akun @meliputi penggunaan desain visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, tema yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, serta kemudahan akses media sosial. Adapun faktor penghambatnya antara lain persaingan dengan konten hiburan, rendahnya perhatian pengguna saat melakukan scrolling media sosial, perubahan algoritma Instagram, dan rendahnya interaksi sebagian audiens terhadap konten dakwah.

Penelitian ini juga menemukan adanya fenomena dakwah sunyi, yaitu kondisi ketika pesan dakwah tetap diterima, dipahami, dan memberikan pengaruh kepada audiens meskipun tidak ditunjukkan melalui interaksi publik

yang tinggi. Banyak mahasiswa yang termasuk kategori *silent audience*, yaitu pengguna yang membaca dan memahami konten tanpa memberikan komentar, likes, ataupun membagikan unggahan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak dapat diukur semata-mata berdasarkan jumlah engagement, tetapi juga harus dilihat dari perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku audiens setelah menerima pesan dakwah.

B. Saran-Saran

1. Bagi Pengelola Akun @memeislam.id

Pengelola akun diharapkan dapat terus mempertahankan konsistensi dalam menyajikan konten dakwah yang kreatif, edukatif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Selain itu, variasi format konten seperti video pendek, reels, infografis, dan konten interaktif dapat ditingkatkan untuk memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan keterlibatan pengguna terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

2. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara lebih bijak dengan mengikuti akun-akun yang memberikan manfaat edukatif dan keagamaan. Selain menjadi konsumen informasi, mahasiswa juga dapat berperan aktif dalam menyebarkan pesan-pesan positif melalui media sosial sehingga dakwah digital dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat.

3. Bagi Institusi Pendidikan

Perguruan tinggi, khususnya UIN Antasari Banjarmasin, diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi digital dan pemanfaatan media sosial secara positif. Penguatan kemampuan literasi digital diperlukan agar mahasiswa mampu menyaring informasi yang diterima serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai keagamaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah informan dan fokus penelitian yang hanya meninjau satu akun dakwah di Instagram. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada platform media sosial lain seperti TikTok, YouTube, atau Facebook, serta menggunakan jumlah informan yang lebih beragam agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai efektivitas dakwah digital di kalangan masyarakat.

5. Bagi Pengembangan Kajian Dakwah Digital

Konsep dakwah sunyi yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu perspektif baru dalam mengkaji efektivitas dakwah digital. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan indikator-indikator yang lebih spesifik untuk mengukur pengaruh dakwah terhadap audiens pasif (silent audience)

yang selama ini belum banyak menjadi perhatian dalam penelitian komunikasi dan dakwah digital.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya tercermin dari tingginya jumlah likes, komentar, dan share, tetapi juga dari kemampuan pesan dakwah dalam membentuk pemahaman, kesadaran, serta perubahan perilaku audiens secara personal.