

## BAB V

### PENUTUP

#### A.Simpulan

1. Pola narasi dalam penyampaian dakwah di Al-Bahjah TV secara terus-menerus mengikuti format cerita klasik, yang terdiri dari orientasi, komplikasi, klimaks, resolusi, dan koda. Struktur ini membuat alur cerita mudah dipahami dan menyentuh perasaan, sehingga meningkatkan keefektifan pesan dakwah.
2. Berbagai tipe narasi yang diterapkan meliputi narasi kasus atau isu terkini, narasi yang menginspirasi, dan narasi yang ringan atau humoris. Ketiga jenis ini berhasil menarik minat berbagai kalangan pemirsa dan menunjukkan ketersediaan dakwah untuk memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat modern.
3. Cara Buya Yahya dalam menyampaikan pesan sangat komunikatif, penuh empati, dan berorientasi pada solusi, menjadikan pesan dakwah terasa lebih relevan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
4. Strategi Al-Bahjah TV dalam menggunakan *platform Youtube* sangat berhasil, dengan pengelolaan konten yang rapi, pemilihan tema yang relevan, pemanfaatan fitur *platform* secara optimal (seperti gambar mini yang menarik, tagar, daftar putar), serta konsistensi dalam unggahan yang menjaga keterlibatan pengaudien.
5. Pengelolaan konten digital oleh Al-Bahjah TV menunjukkan pemahaman akan pentingnya kualitas konten, pembagian *audiens*, dan penciptaan pengalaman dakwah yang menyenangkan tanpa mengorbankan substansi ajaran Islam.

## **B.Saran-Saran**

1. Untuk Saluran Al-Bahjah TV, Diharapkan dapat senantiasa meningkatkan inovasi dalam cara penyampaian dan penampilan visual agar lebih sesuai dengan generasi digital, tanpa mengabaikan nilai-nilai fundamental dakwah yang telah ada.
2. Untuk Dai dan Pendakwah Lain, Strategi penyampaian yang diterapkan Buya Yahya seharusnya dijadikan acuan dalam menyampaikan pesan agama, dengan pendekatan yang fokus pada solusi, memiliki empati, dan relevan dengan konteks.
3. Untuk Peneliti Selanjutnya, Diharapkan untuk memperluas fokus penelitian ke *platform* media sosial lainnya seperti Instagram atau TikTok, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai strategi dakwah digital yang lintas *platform*.
4. Untuk Lembaga Dakwah, Sangat penting untuk menyadari bahwa media digital bukan hanya alat teknis, tetapi juga merupakan arena dakwah yang strategis yang membutuhkan kemampuan dalam narasi, visual, dan emosional.