

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efek dakwah pada empat postingan dakwah di akun Instagram @ismaelalkholilie, temuan penelitian ini menunjukkan adanya efek dakwah yang dialami *viewers* setelah menerima pesan yang disampaikan. Efek tersebut dapat diamati melalui berbagai bentuk tanggapan dalam kolom komentar yang mencerminkan aspek kognitif, afektif, dan behavioral.

Pada aspek kognitif, temuan penelitian menunjukkan adanya respons *viewers* yang mengindikasikan pemahaman terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini terlihat dari komentar-komentar yang menyatakan bahwa *viewers* merasa memperoleh pengetahuan, memahami penjelasan agama secara lebih jelas, serta mampu melihat fenomena yang dibahas dengan sudut pandang yang berbeda. Temuan ini menggambarkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh sebagian *viewers*.

Pada aspek afektif, respons *viewers* memperlihatkan adanya keterlibatan emosional terhadap pesan dakwah. Hal ini ditunjukkan melalui ungkapan perasaan seperti tersentuh, merasa diingatkan, tenang, maupun bentuk apresiasi terhadap isi konten. Respons tersebut mengindikasikan

bahwa pesan dakwah tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga menyentuh aspek emosional *viewers*.

Sementara itu, pada aspek behavioral, beberapa respons *viewers* menunjukkan adanya kecenderungan tindakan setelah menerima pesan dakwah. Hal ini tampak dari adanya tindakan menerapkan dan mengamalkan pesan yang disampaikan, maupun membagikan konten kepada orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa pada sebagian *viewers*, pesan dakwah tidak hanya berhenti pada pemahaman dan perasaan, tetapi juga berpotensi mendorong tindakan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa efek dakwah yang muncul tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui proses yang bertahap. Pada kasus ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa *viewers* terlebih dahulu memahami pesan dakwah (kognitif), kemudian mengalami keterlibatan emosional (afektif), hingga pada tahap tertentu muncul kecenderungan untuk mengaplikasikan pesan tersebut dalam bentuk sikap atau tindakan (behavioral). Meskipun demikian, tidak semua *viewers* menunjukkan keseluruhan tahapan tersebut secara bersamaan, sehingga efek yang muncul tetap beragam sesuai dengan pengalaman dan pemaknaan masing-masing individu.

Selain itu, temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa akun *@ismaelalkholilie* mampu menarik perhatian *viewers* melalui pembahasan yang berkaitan dengan isu-isu yang relevan dan sedang berkembang di

masyarakat. Pengemasan pesan dakwah yang disampaikan secara kreatif dan dekat dengan realitas keseharian *viewers* turut memudahkan proses pemaknaan, sehingga memungkinkan munculnya berbagai respons dari *viewers*. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara isi pesan dengan pengalaman *viewers* berperan dalam memunculkan efek dakwah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kajian mengenai efek dakwah menjadi penting untuk dilakukan. Melalui analisis respons *viewers*, pendakwah dapat memperoleh gambaran mengenai bagaimana pesan dakwah dipahami, dirasakan, dan direspons oleh khalayak. Dengan demikian, efek dakwah dapat menjadi salah satu dasar dalam melakukan evaluasi terhadap penyampaian dakwah di media sosial.

Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media dakwah menunjukkan perannya sebagai ruang yang memungkinkan terjadinya interaksi dan proses pemaknaan oleh *viewers*, sehingga menghasilkan beragam respons yang mencerminkan efek dakwah dalam aspek kognitif, afektif, dan behavioral, yang terbentuk melalui proses pemaknaan yang dinamis oleh *viewers*.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan, terdapat beberapa saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan, pengembangan, dan perbaikan ke depannya, diantaranya:

1. Bagi Pendakwah-Pendakwah di Media Sosial

Pendakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah diharapkan dapat terus menyampaikan pesan keagamaan dengan tema yang relevan dengan kondisi masyarakat serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Penyampaian dakwah yang komunikatif dan kontekstual diharapkan mampu membantu *viewers* dalam memahami pesan dakwah serta mendorong munculnya respons yang positif.

2. Bagi Pengelola Akun @ismaelalkholilie

Akun Instagram @ismaelalkholilie disarankan untuk mempertahankan konsistensi penyampaian postingan dakwah. Selain itu, komentar *viewers* yang berisi pertanyaan atau permasalahan keagamaan dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam menentukan tema postingan dakwah selanjutnya, sehingga pesan yang disampaikan semakin relevan dengan kebutuhan *viewers*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dakwah digital dengan memperluas objek penelitian, baik dari segi jumlah postingan dakwah, platform media sosial, maupun pendekatan penelitian yang digunakan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas penggunaan wawancara mendalam agar efek dakwah digital dapat dikaji lebih komprehensif. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efek dakwah digital serta memperkaya kajian akademik di bidang komunikasi dan dakwah.