

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai karakteristik komunikasi dakwah dalam konten YouTube Shorts pada channel @ahmadrisyad dengan hashtag #NasihatAyah dan #ReaksiAyah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gaya Penyampaian

Gaya penyampaian pesan dakwah dalam konten YouTube Shorts @ahmadrisyad pada hashtag #NasihatAyah dan #ReaksiAyah didominasi oleh gaya naratif pada salah satu narasi dialog "Makanya sholat itu 5 waktu 5 kali bukan sehari sekali 17 rakaat itu tidak cukup, karena manusia itu dari pagi sampai malam melakukan berbagai aktivitas yang di tengah-tengah dia beraktivitas itu dia harus mengerjakan kegiatan yang out of box yaitu kegiatan yang tidak biasa gitu." Narasi disampaikan secara runtut dengan memberikan penjelasan dan alasan mengenai hikmah sholat lima waktu sehingga membentuk alur cerita dan penjelasan yang sistematis. dan dipadukan dengan gaya reflektif yang terdapat pada narasi dialog salah satu nya pada "Ketika kita sholat kita itu mendekatkan diri kepada Allah dan kita akan merasa punya sandaran yang sangat kuat yaitu Allah. Dengan adanya rasa seperti itu maka pikiran-pikiran kita menjadi lebih jernih." yang telah di ucapkan oleh ayahnya ahmad risyad adapun gaya

penyampaian dialogis yang terlihat pada salah satu narasi dialog pada Ahmad Risyad: "Bagaimana menurut ayah tentang sholat tidak selalu memberikan solusi, kadang sholat hanya memberikan kontemplasi?" Sang Ayah: "Kalau sebagai kontemplasi itu betul..." Ahmad Risyad: "Bagaimana menurut ayah tentang sholat tidak selalu memberikan solusi, kadang sholat hanya memberikan kontemplasi?" Sang Ayah: "Kalau sebagai kontemplasi itu betul...". Pesan disampaikan melalui penuturan yang runtut, tenang, dan tidak menggurui, sehingga mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Gaya penyampaian ini menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima, oleh generasi milenial khususnya Gen Z.

2. Pemilihan Tema

Pemilihan tema dakwah dalam konten YouTube Shorts @ahmadrisyad bersifat kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Tema yang diangkat meliputi ibadah, akhlak, keluarga, dan motivasi kehidupan. Tema-tema tersebut disajikan dengan mengaitkan nilai-nilai keislaman dengan realitas sosial, sehingga pesan dakwah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dan bermakna bagi audiens.

3. Penggunaan Bahasa

Penggunaan bahasa dalam konten dakwah YouTube Shorts @ahmadrisyad cenderung nonformal, sederhana, dan komunikatif. Pilihan bahasa ini menciptakan kedekatan antara komunikator dan

audiens serta memudahkan pemahaman pesan. Bahasa yang digunakan tidak bersifat menggurui, sehingga pesan dakwah terasa lebih personal dan mudah diterima oleh beragam latar belakang audiens.

4. Dampak Dakwah dalam Konteks Digital

Dampak dakwah dalam konteks digital terlihat dari tingginya interaksi audiens berupa *like* dan komentar serta dominasi respon positif pada setiap konten yang dianalisis. Respon audiens menunjukkan adanya penerimaan pesan dakwah dari sisi pemahaman dan emosional, yang tercermin melalui ungkapan persetujuan, refleksi diri, doa, dan rasa syukur. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital melalui format video pendek efektif dalam menyampaikan pesan keislaman dan memberikan penguatan spiritual bagi audiens.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan meneliti resepsi audiens atau pengaruh jangka panjang pesan dakwah digital terhadap perubahan perilaku keagamaan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas kajian ke platform lain seperti TikTok, Instagram Reels, atau podcast untuk membandingkan strategi komunikasi dakwah lintas media agar hasil penelitian lebih komprehensif dan mendalam.

2. Bagi para Da'i dan pendakwah digital, diharapkan dapat memanfaatkan media sosial seperti *YouTube Shorts* sebagai sarana dakwah yang efektif dengan memperhatikan karakteristik komunikasi yang persuasif, reflektif, dan dialogis. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi dakwah digital yang lebih kreatif dan empatik. Pendakwah sebaiknya menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens digital menggunakan bahasa ringan, visual menarik, dan narasi emosional agar pesan keislaman mudah diterima.
3. Bagi masyarakat dan penonton konten dakwah digital, diharapkan dapat lebih selektif dan bijak dalam memilih konten keagamaan yang dikonsumsi. Konten yang menekankan nilai moral, akhlak, serta hubungan keluarga seperti pada video *#NasihatAyah* dan *#ReaksiAyah* hendaknya dijadikan inspirasi dalam kehidupan sehari-hari.
4. Bagi lembaga dakwah dan pendidikan Islam, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan kurikulum atau pelatihan dakwah digital yang menekankan aspek komunikasi efektif dan karakteristik personal seorang Da'i di era media sosial.