

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyampaian pesan dakwah dalam konten ‘Nasihat Ayah di akun *Instagram* @ahmadrisyad dikemas secara sistematis dan kreatif melalui integrasi aspek teknis, gaya komunikasi, serta pendekatan retorika yang matang. Secara teknis, pesan disebarluaskan secara konsisten setiap pukul 19.00 WITA melalui fitur *reels* dengan visualisasi vertikal yang sederhana namun intim, menggunakan teknik pengambilan gambar *eye level* serta *reverse shot* untuk menciptakan suasana dialogis antara tokoh ayah dan anak.

Penekanan strategi juga terletak pada penyederhanaan pesan yang adaptif terhadap karakteristik media sosial, dimana komunikasi Interpersonal dan Asertif dipadukan dengan teknik *story telling*, analogi, serta kontrol intonasi yang ramah namun tegas. Kekuatan konten ini semakin dipertegas oleh penerapan pilar retorika yang komprehensif, meliputi unsur *Ethos* melalui latar belakang tokoh yang kredibel, unsur *Pathos* lewat sapaan hangat dan musik latar belakang yang menggugah emosi, serta unsur *Logos* melalui argumen logis yang berlandaskan pada Al-Qur’an, *hadits*, dan literatur pendukung lainnya. Selain itu penggunaan metode penyampaian dakwah *mau’izhah hasanah dan mujadalah* mempertegas bahwa pesan disampaikan secara relevan, argumentatif namun masih bisa dipahami oleh audiens dan masih memperhatikan etika komunikasi.

Dengan demikian, perencanaan komunikasi yang terstruktur ini membuktikan bahwa pengemasan konten yang rapi mampu menciptakan dakwah digital yang efektif dan relevan di era media baru.

## **B. Saran-saran**

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini memiliki keterbatasan yang hanya berfokus pada analisis video dan dokumen, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan komunikator atau tim kreatif terkait. Hal ini penting guna mengungkap motif dan kendala dalam proses produksi konten yang tidak dapat teramati hanya melalui observasi digital saja.

Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada strategi penyampaian pesan dari perspektif komunikator atau narasumber. Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk mengkaji dari sisi penerima pesan (*audiens*) menggunakan teori yang berkaitan dengan kajian tersebut. Hal ini berguna untuk mengetahui sejauh mana pesan dan makna dari video #nasihatayah diterima oleh *audiens*. Ketiga, disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan penelitian komparatif mengenai strategi retorika dakwah pada platform yang berbeda seperti Tiktok dan youtube. Mengingat adanya perbedaan durasi video serta karakteristik algoritma dan perilaku pengguna, studi perbandingan ini akan memperkaya kajian mengenai adaptasi strategi komunikasi di era *New Media*.

Diharapkan saran-saran ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam memperkuat temuan penelitian sekaligus menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan kajian dakwah di media baru.