BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah peneliti lakukan, maka pada bab penutup ini peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi Dakwah Persuasif Ustadz *Gapleh* Berbasis Youtube.

   Komunikasi dakwah ustadz *Gapleh* di dalam 10 video di atas memiliki cara persuasif karena ustadz *Gapleh* dalam melaksanakan dakwahnya dapat mempengaruhi mad'u dengan cara yang persuasif. Ustadz *Gapleh* memiliki dua potret model dakwah persuasif, yaitu dari sisi komunikasi pesan yang terdapat pada pakaian yang dikenakan oleh ustadz *Gapleh* dan dari sisi dakwah bahasa atau kalimat yang diucapkan oleh da'i (komunikator). Dengan menggunakan Ustadz *Gapleh* memberikan sebuah *treatmen* pada dakwahnya agar tetap terlaksana walaupun terkendala pada tempat atau media dakwah. Sehingga ustadz *Gapleh* menggunakan media sosial youtube sebagai tempat utama dalam kegiatan dakwahnya.

   Simpulan yang di dapat peneliti dari penelitiannya menggunakan teori dari pendapat Suwito Kusumowidagdo dalam T.A Lathief Rousydy, hanya empat teori saja yang digunakan. Dengan cara persuasiaf secara psikologis meliputi, cara meyakinkan (*docere*), meresapi (*permovere*), menarik perhatian (*conciliare*), dan mengulang- ulang (*frapper toujour*). Adapun dari ke empat cara psikologis tersebut tidak semua ada pada semua judul

video dakwah ustadz *Gapleh*, dipilih kalimat persuasif yang paling dominan atau sering muncul pada setiap judul dari video dakwahnya. Cara meyakinkan (*docere*) terdapat pada judul Mengambil Hikmah, *WFH=WFH*, dan Pecinta Kopi Senja. Cara meresapi (*permovere*) terdapat pada judul Masalah Mencari Maslahah dan Anak Senja Nusantara. Cara menarik perhatian (*conciliare*) terdapat pada judul Bogah atau Jodoh, SALATRI (Salah Memberi Arti) dan BARISTA (Barisan Tantara Allah), dan cara mengulang-ulang (*frapper toujour*) terdapat pada judul *Lockdown* Dirumah Ustadz Evie Effendi dan Ada Uang Abang Sayang.

Aktivitas dakwah ustadz *Gapleh* tidak hanya pada cara psikologis dakwah saja melainkan pada faktor yang sangat diperhatikan oleh ustadz *Gapleh.* Faktor-faktor komunikasi persuasif tersebut yang berhasil diterapkan seperti, dakwah yang dilakukannya melalui youtube. Ia memiliki kemampuan tinggi, ia memiliki pengetahuan tentang apa yang disampaikannya. Sehingga pesan akan tersampaikan dengan jelas dan teratur. Selain itu, ia mampu memberikan pesan yang masuk akal sehingga dapat diterima oleh seorang mad'u yang sebenarnya belum dipahami sama sekali olehnya. Serta, ia mampu melihat lingkungan sekitar yang mempengaruhi lingkungan mad'u bahwa sangat berpengaruh dalam kegiatan komunikasi persuasif, karena pengaruh lingkungan akan memberikan atmosfir yang dapat mempengaruhi pola pikir seseorang atau komunikan.

Dalam sebuah komunikasi dan dakwah mempunyai sebuah hubungan yang sangat erat, memiliki kesamaan dalam setiap unsur-unsurnya. Jadi, dalam kegiatan komunikasi dakwah persuasif yang dilakukan oleh seorang da'i tentunya memiliki tujuan untuk melihat keberhasilan di setiap komunikasi dakwah yang disampaikannya.

2. Tanggapan mad'u terhadap komunikasi dakwah persuasif ustadz *Gapleh* berbasis youtube, memberikan sebuah efek dengan memiliki sebuah jenis-jenis tanggapan yang dituangkan kepada tiga golongan pada kolom komentar pada youtube channel ustadz *Gapleh*, yaitu: tanggapan golongan aktif, pasif dan antipati. Tanggapan golongan aktif ini merupakan dukungan yang diberikan oleh mad'u kepada da'i dan pemahaman materi yang disampaikan. Tanggapan golongan pasif merupakan bentuk tanggapan atau *feedback* yang tidak ada kaitannya dengan penyampaian dakwah. Sedangkan tanggapan golongan antipati merupakan bentuk tanggapan yang tidak menyukai dengan penyampaian dakwah dari seorang da'i. Namun dalam penelitian ini, yang paling dominan pada *feedback* adalah tanggapan aktif dan antipati. Namun, yang paling terlihat atau banyak komentar atau tanggapan dari penonton (mad'u) adalah komentar yang bersifat aktif, dapat terlihat saat memberikan pertanyaan atau memberikan komentar pada video dakwah ustadz *Gapleh* pada youtube.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka, peneliti mencoba mengemukakan beberapa saran yang diantaranya adalah, sebagai berikut:

1. Bagi pemilik channel youtube *Evie Effendi Official*, agar lebih sering lagi dalam memposting video dakwahnya, agar channel terlihat aktif.
2. Sebagai *youtuber* pemula, sudah sangat bagus dan rapi dalam mempublikasikan dakwahnya, kreatif dan banyak kata-kata singkatan yang merasuki generasi *millenial*. Sehingga dakwahnya disukai oleh kalangan luas, tidak hanya para remaja, melainkan para orang tua pun menyukainya, bahasa yang mudah untuk dipahami menjadi komunikasi dakwah persuasif merasuki.
3. Dalam postingan video lebih sering menggunakan bahasa daerahnya, yang sayangnya tidak semua mad'u dapat memahami. Adapun tanggapan yang banyak juga dari seorang mad'u dengan gaya berpakaian ustadz *Gapleh* yang seperti tidak mencerminkan seorang da'i karena saking gaulnya. Serta tanggapan yang banyak dituliskan untuk ustadz *Gapleh*, agar membenarkan bacaan dalam mengajinya, dan perkataan yang disampaikan oleh ustadz *Gapleh*.
4. Untuk masyarakat era digital, khususnya para pengguna sosial media youtube, peneliti menyarankan agar selalu berfikir positif dan *memfilter* informasi yang didapat, jangan menyimpulkan jika tidak mendengarkan sampai selesai. Dan jangan berlindung kepada informasi yang salah.

5. Bagi para pendakwah, bangunlah *treatmen-treatmen* menarik pada aktivitas dakwah, karena semakin canggihnya teknologi dunia pada era digital. Persaingan dakwah pun akan semakin menerangi dunia virtual.