

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi *event organizer* dakwah “Upgrade Diri” dalam meningkatkan animo masyarakat, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan secara umum telah berjalan efektif, terutama dalam menjangkau audiens muda melalui media sosial dan pendekatan komunikasi dua arah. Dalam kerangka teori AIDA, aspek *Attention* dibangun melalui pemanfaatan media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram* dengan konten visual berupa *slide* foto, video pendek, serta narasi ajakan ringan yang sesuai dengan karakteristik anak muda. Pemilihan tema yang relevan, narasumber yang dikenal, serta ekspansi ke wilayah baru turut memperkuat perhatian awal audiens.

Selanjutnya, pada aspek *Interest*, minat audiens terbangun lewat desain visual yang rapi, tema kekinian, dan informasi yang jelas dalam konten promosi. Kredibilitas narasumber serta penyampaian pesan yang sesuai kebutuhan spiritual remaja memperkuat ketertarikan mereka terhadap kegiatan. Aspek *Desire* muncul melalui pendekatan emosional, seperti potongan video testimoni, dokumentasi sinematik, dan narasi yang relatable dengan keseharian audiens. Faktor-faktor ini menumbuhkan dorongan internal, memperlihatkan bahwa pendekatan yang ringan dan membumi lebih efektif dalam membangun keinginan untuk terlibat.

Adapun pada tahap *Action*, keputusan audiens untuk hadir dipengaruhi oleh komunikasi personal dari pihak EO, seperti *follow-up* melalui *WhatsApp* dan interaksi di media sosial. Meskipun strategi urgensi seperti informasi sisa kuota digunakan, hal tersebut tidak menjadi alasan utama partisipasi jamaah. Justru, motivasi internal, ajakan teman, dan sikap humanis dari pihak EO menjadi pemicu

dominan dalam tindakan nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang bersifat dua arah, membangun koneksi personal, dan tidak menekan audiens dengan urgensi semata terbukti lebih efektif.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan oleh *event organizer* dakwah *Upgrade Diri* mampu membangun animo masyarakat secara signifikan. Keberhasilan tersebut tidak hanya bersumber dari penggunaan media sosial, tetapi juga dari kemampuan dalam menyusun pesan yang relevan secara emosional, serta membangun kedekatan dengan audiens melalui komunikasi yang responsif, personal, dan kontekstual sesuai karakteristik generasi muda di era digital ini.

B. Saran

Berdasarkan rangkaian kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, penulis menyusun sejumlah saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam ranah teoritis maupun praktis bagi pihak-pihak terkait, serta menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian sejenis di masa mendatang.

1. Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman pembaca dan peneliti dalam prodi komunikasi dan penyiaran Islam, serta menjadi sumber referensi ilmiah bagi civitas akademika, khususnya di lingkungan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten. Selain itu, hasil kajian ini diharapkan mampu menjadi pijakan dalam pengembangan riset lanjutan yang relevan.

2. Saran Praktis

a) Bagi *Event Organizer* Dakwah *Upgrade Diri*

Upgrade Diri diharapkan dapat terus mempertahankan dan mengembangkan strategi komunikasi yang bersifat personal, dua arah, dan emosional, khususnya melalui media sosial. *Follow-up*

yang dilakukan secara ramah dan responsif terbukti menjadi kunci dalam membangun hubungan dengan *audiens*. Selain itu, penyampaian nilai-nilai spiritual secara eksplisit dalam proses komunikasi perlu diperkuat agar pesan dakwah lebih bermakna. Strategi ajakan melalui kedekatan sosial seperti ajakan dari teman, relasi *volunteer*, atau interaksi dalam grup peserta juga dapat dioptimalkan sebagai pendekatan yang relevan dan efektif untuk menjangkau generasi muda.

b) Bagi Peneliti dan Akademisi

Peneliti dan akademisi di bidang komunikasi dan penyiaran Islam diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai inspirasi untuk memperluas kajian tentang strategi komunikasi dakwah, khususnya yang memanfaatkan media sosial. Ke depan, pendekatan teoritis dapat dikembangkan dengan mengintegrasikan teori AIDA dengan pendekatan komunikasi interpersonal atau komunikasi dua arah simetris, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika komunikasi dakwah digital.