

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Respons dan persepsi Audiens terhadap retorika ustadzah Jahidah bahwa Audiens merasakan konten yang disampaikan Jahidah Farhati kredibel dan mudah diverifikasi karena dilengkapi studi kasus nyata dan rujukan dari Al-Qur'an, hadis, serta kitab-kitab kredibel. Gaya dakwahnya yang khas, lugas, tegas namun tenang dan lembut, membuat pesan terasa masuk ke hati tanpa terkesan menyakiti atau memaksa. Pengikutnya merasa gaya dakwah Jahidah sangat sesuai dengan kebutuhan mereka dalam memperdalam Islam, dengan kekuatan pilihan kata dan intonasi yang menenangkan dan menyentuh hati. Ceramah-ceramahnya dianggap ringan dan mudah dicerna oleh anak muda, relevan, bumi, tidak menggurui, serta kredibel berkat ekspresi tenang dan penyertaan sumber informasi yang jelas. Kombinasi ini menjadikan dakwah digitalnya efektif secara emosional dan komunikatif, sehingga mudah diterima dan diapresiasi, khususnya oleh generasi muda.
2. Retorika Dakwah yang digunakan Jahidah Farhati berpusat pada pemahaman audiens, kepekaan terhadap isu sosial, penguatan substansi konten, dan pembentukan personal branding. Ia memilih format video interaktif yang ringan dan mudah dicerna, memanfaatkan isu-isu relevan sebagai pintu masuk, serta menekankan kedalaman isi yang didukung oleh latar belakang keilmuan fiqih, tafsir, dan hadits. Pentingnya membangun personal branding sebelum menyampaikan materi yang lebih berat juga menjadi strategi utamanya. Dalam penyampaian, ia tidak menghafal

teks, melainkan menggunakan kerangka poin-poin utama, menyajikan dalil secara ringkas, dan menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami. Pola penyampaiannya konsisten: pembukaan interaktif, penjelasan terstruktur berlandaskan sumber dengan sikap terbuka terhadap perbedaan pendapat, dan penutup positif disertai doa. Gaya bicaranya komunikatif, natural, dan didukung oleh penguasaan diksi serta latihan yang berkelanjutan. Retorikanya dapat dikategorikan sebagai Dialogika, yang menekankan interaksi dua arah dan pembangunan pemahaman bersama.

Dengan demikian, retorika dakwah yang diterapkan oleh Jahidah Farhati terbukti diterima secara positif oleh audiens dan mampu menjadi jembatan efektif dalam menyampaikan materi fiqih secara komunikatif, kontekstual, dan membumi di era digital.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu peneliti dan pembaca memahami proyek penelitian komunikasi dan penyiaran islam serta menjadi referensi bagi civitas akademik khususnya di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan menjadi panduan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Saran Praktis

a) Untuk Jahidah Farhati

Diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan strategi dakwah berbasis pemahaman audiens dan substansi keilmuan, sambil mulai mengeksplorasi format dakwah yang lebih interaktif seperti siaran langsung

(live session), diskusi terbuka, atau Q&A rutin. Mempertimbangkan pembuatan e-book atau konten dokumentatif yang lebih mendalam untuk mengarsipkan konten-konten video dakwahnya sebagai rujukan jangka panjang bagi Muslimah muda.

b) Untuk Muslimah Muda

Diharapkan lebih aktif dalam menyaring, mengkritisi, dan memverifikasi konten dakwah digital, serta menjadikan media sosial sebagai ruang belajar agama yang produktif dan bermakna. Muslimah muda sebaiknya tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan tergerak untuk memperdalam ilmu agama dari sumber-sumber otoritatif, baik online maupun offline, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemahaman Islam yang benar.

c) Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal dalam mengkaji retorika dakwah digital dari figur-figur pendakwah lainnya, baik pria maupun wanita, serta dari berbagai platform seperti YouTube, TikTok, atau podcast. Diharapkan adanya penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur lebih rinci dampak konten dakwah digital terhadap perubahan pemahaman dan perilaku keagamaan audiens. Perluasan fokus studi tidak hanya pada aspek retorika, tetapi juga algoritma media sosial, engagement rate, dan strategi visual branding dalam mendukung efektivitas dakwah digital.