

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara, dan analisis teori yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin telah berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi dakwah digital yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam menjangkau generasi muda di era media sosial. Keberhasilan ini menunjukkan kemampuan majelis dalam memanfaatkan ruang digital sebagai wahana baru penyebaran ajaran Islam yang lebih inklusif, komunikatif, dan relevan dengan karakteristik audiens modern.

Strategi komunikasi dakwah digital yang diterapkan oleh Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu: Tahap Perencanaan, yang mencakup proses penetapan tujuan dakwah, identifikasi audiens sasaran, serta perancangan pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik generasi muda. Tahap Pelaksanaan, yang diwujudkan melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Media-media ini digunakan sebagai sarana penyebaran konten dakwah berbasis video, gambar, dan kutipan inspiratif dengan gaya komunikasi persuasif dan interaktif. Tahap Evaluasi, dilakukan dengan menilai efektivitas strategi dakwah melalui analisis interaksi digital, seperti jumlah tayangan (views), komentar, likes, tingkat partisipasi jamaah, serta peningkatan jumlah pengikut di media sosial. Melalui evaluasi ini, majelis dapat mengukur seberapa besar penerimaan dan dampak pesan dakwah terhadap audiens, sekaligus memperbaiki strategi penyampaian pesan agar lebih optimal ke depannya.

Dalam perspektif teori Uses and Gratification, dakwah digital Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin terbukti mampu memenuhi kebutuhan audiens pada empat dimensi utama, yaitu:

1. Kebutuhan kognitif, melalui penyediaan konten edukatif yang menambah wawasan dan pemahaman keagamaan generasi muda.
2. Kebutuhan afektif, dengan menghadirkan konten yang menenangkan, menginspirasi, dan membangkitkan kecintaan terhadap Rasulullah SAW.
3. Kebutuhan sosial, melalui ruang interaksi virtual yang memperkuat hubungan antarjamaah dan membangun solidaritas keagamaan.
4. Kebutuhan spiritual, melalui penyampaian nilai-nilai Islam yang menumbuhkan keimanan dan kesadaran beragama di dunia digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai sarana internalisasi nilai-nilai Islam yang efektif dan bermakna bagi generasi muda. Sejalan dengan pandangan Katz, Blumler, dan Gurevitch, audiens dalam konteks dakwah digital bukanlah pihak pasif, melainkan pengguna aktif yang mencari kepuasan tertentu dari setiap konten yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital bergantung pada kemampuan dai atau lembaga dakwah dalam memahami kebutuhan audiens dan menyesuaikan gaya komunikasinya.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa generasi muda memberikan respons positif dan antusias terhadap dakwah digital yang dilakukan oleh Majelis Taklim dan Sholawat I'natut Tholibin. Penyajian dakwah yang inovatif, interaktif, dan visual dinilai lebih mudah dipahami dan lebih menarik dibandingkan dengan metode ceramah tradisional. Dakwah yang dikemas secara kreatif mampu membangun kedekatan emosional antara dai dan mad'u, serta menumbuhkan partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan baik secara daring maupun luring.

Dakwah digital yang dilakukan oleh majelis ini juga memiliki implikasi sosial dan spiritual yang signifikan. Di tengah maraknya konten digital yang bersifat hedonistik dan sekuler, kehadiran dakwah Islami yang bernilai edukatif menjadi alternatif moral dan spiritual bagi generasi muda Muslim. Melalui pendekatan yang humanis dan kontekstual, majelis berhasil menghadirkan

Islam sebagai ajaran yang damai, relevan, dan solutif terhadap tantangan kehidupan modern.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah digital Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin telah berkontribusi dalam membangun ruang dakwah yang dinamis di era media sosial. Pendekatan dakwah berbasis teknologi ini tidak hanya memperluas jangkauan pesan Islam, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan ukhuwah Islamiyah di ranah digital. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang masjid, tetapi hadir di tengah kehidupan virtual sebagai bentuk transformasi dakwah yang berkelanjutan dan relevan dengan zaman.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak terkait dalam pengembangan dakwah digital di era modern, khususnya dalam konteks strategi komunikasi dakwah di kalangan generasi muda.

1. Bagi Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin

Majelis Taklim dan Sholawat I'anutut Tholibin diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi dakwah berbasis digital dengan menyesuaikan pendekatan dan format konten terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat. Pemanfaatan berbagai fitur baru seperti podcast religi, *live streaming* interaktif, dan short video bertema keseharian dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus meningkatkan kedekatan dengan audiens muda.

Selain itu, majelis perlu memperkuat branding digital dakwah melalui konsistensi dalam identitas visual, bahasa komunikasi, serta nilai-nilai yang diusung dalam setiap kontennya. Hal ini penting agar pesan dakwah tetap memiliki karakter khas dan mudah dikenali oleh masyarakat luas. Menurut Onong Uchjana Effendy, efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh gaya penyajian dan keunikan identitas komunikator.¹

Oleh karena itu, Majelis Taklim dan Sholawat I'anut Tholibin perlu menjaga orisinalitas gaya dakwahnya sambil tetap terbuka terhadap inovasi media.

2. Bagi Generasi Muda

Generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial diharapkan dapat bersikap lebih selektif, kritis, dan bertanggung jawab dalam mengonsumsi serta menyebarkan konten dakwah digital. Arus informasi keagamaan yang sangat cepat di dunia maya sering kali tidak semuanya bersumber dari referensi yang valid. Oleh karena itu, penting bagi generasi muda untuk mengembangkan kemampuan literasi digital agar mampu membedakan antara konten yang benar, relevan, dan bersumber dari otoritas keilmuan yang terpercaya.

Media sosial hendaknya dijadikan sebagai ruang spiritual dan moral untuk memperkuat iman, memperluas wawasan keagamaan, dan menebarkan nilai-nilai kebaikan. Selain itu, generasi muda perlu memperkuat kesadaran kritis terhadap fenomena simulasi sosial di media digital, sebagaimana dikemukakan oleh Jean Baudrillard, bahwa realitas di dunia maya sering kali bersifat semu dan penuh ilusi.⁴ Dengan kesadaran ini, generasi muda diharapkan tidak terjebak pada simbol-simbol keagamaan yang bersifat superfisial, tetapi mampu memahami esensi ajaran Islam secara mendalam melalui bimbingan para ulama dan lembaga dakwah yang kredibel.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian lanjutan mengenai strategi komunikasi dakwah di era digital dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam. Penelitian dapat dilakukan secara kuantitatif untuk mengukur tingkat efektivitas konten dakwah di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, atau YouTube, dengan melihat variabel-variabel seperti engagement rate, reach, dan pengaruh konten terhadap perubahan perilaku religius audiens. Selain itu, studi komparatif antar majelis dakwah digital juga penting dilakukan untuk memahami perbedaan strategi, pendekatan komunikasi, serta gaya penyajian pesan yang digunakan oleh masing-masing lembaga. Hal ini akan memperkaya khasanah keilmuan komunikasi dakwah, khususnya dalam upaya

menemukan model dakwah digital yang efektif dan kontekstual bagi masyarakat Indonesia yang multikultural.

Melalui pengembangan strategi komunikasi yang inovatif, tanggung jawab moral dalam penggunaan media sosial, serta komitmen akademik dalam penelitian lanjutan, diharapkan dakwah Islam di era digital dapat terus berkembang menjadi gerakan pencerahan yang mencerdaskan, menyejukkan, dan membangun peradaban umat. Dakwah bukan hanya kegiatan religius, tetapi juga bagian dari upaya transformatif dalam membentuk masyarakat yang berilmu, berakhlak mulia, dan adaptif terhadap perubahan zaman.