

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah sentimental (al-manhaj al-athifi) Ustadz Nuruddin Lc. MA pada akun YouTube @muhammadnuruddinofficial merupakan pendekatan yang paling dominan dan efektif dalam menarik perhatian subscriber generasi Z, sebagaimana teridentifikasi melalui analisis netnografi menggunakan NVivo. Strategi ini tampak jelas pada konten-konten seperti "Pesan Bagus untuk Orang-orang yang Galau" dan video bertema kepasrahan hidup, di mana elemen emosional seperti ungkapan syukur, harapan, dan empati mendominasi word cloud dengan kata-kata kunci berfrekuensi tinggi seperti "hati", "rasa", dan "motivasi". Pendekatan ini tidak hanya memicu ribuan komentar yang menunjukkan rasa relate dari subscriber, seperti testimoni perubahan sikap spiritual dan peningkatan ketenangan batin, tetapi juga membuktikan kemampuan dakwah sentimental untuk membangun ikatan emosional yang kuat dengan audiens muda yang sering menghadapi tekanan era digital.

Sstrategi dakwah rasional (al-manhaj al-aqli) diterapkan secara apik melalui argumen logis, qiyas, dan diskusi kritis berbasis Al-Quran serta hadis, khususnya pada seri video seperti "Kitab Ihya 05 Menyehatkan Kembali Medsos yang Sakit" yang menganalisis isu kontemporer medsos dengan perspektif Islam. Analisis hierarki chart dari NVivo menunjukkan dominasi kata-kata seperti "berpikir", "perspektif", "argumentasi", dan "logika", yang memungkinkan subscriber memahami ajaran agama secara intelektual dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari, terlihat dari interaksi komentar berupa pertanyaan mendalam dan diskusi filosofis yang mencerminkan peningkatan pemahaman kognitif

Sementara itu, strategi dakwah indrawi (al-manhaj al-hissi) muncul meski kurang dominan, terutama melalui elemen visual-audio pada konten ritual seperti maulid atau demonstrasi ibadah praktis, dengan word cloud menyoroti kata-kata sensorik seperti "lihat", "dengar", dan "rasakan". Meskipun konten ini kurang viral dibandingkan yang lain karena subscriber lebih menyukai format pendek dan interaktif, elemen indrawi tetap mendukung pengalaman holistik yang melengkapi strategi sentimental dan rasional, sebagaimana terbukti dari komentar yang menggambarkan transformasi perilaku nyata seperti rutinitas sholat. Secara keseluruhan, kombinasi ketiga strategi Al-Bayanuni ini berhasil meningkatkan pemahaman agama para subscriber secara komprehensif, membuktikan YouTube sebagai medium dakwah digital yang adaptif dan inklusif bagi semua kalangan.

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 berkontribusi pada pengayaan teori strategi dakwah Al-Bayanuni dengan bukti empiris dari analisis netnografi konten Ustadz Nuruddin, yang menunjukkan integrasi sentimental, rasional, dan indrawi secara kontekstual bagi audiens digital serta memperkuat kajian pemahaman agama di era digital, di mana strategi holistik Al-Bayanuni terbukti relevan melawan tantangan seperti framing medsos negatif.

2. Saran Praktis

Saran praktis ditujukan bagi da'i, kreator konten, dan lembaga dakwah untuk mereplikasi keberhasilan Ustadz Nuruddin dalam meningkatkan engagement subscriber melalui konten yang kontekstual.

a) Bagi para *da'i*

Da'i disarankan mengoptimalkan video dengan rasio 60% sentimental, 30% rasional, dan 10% indrawi, serta memanfaatkan komentar untuk sesi Q&A live guna memperkuat interaksi.

b) Bagi Lembaga

Lembaga pendidikan Islam seperti UIN Sultan Maulana Hasanuddin dan Universitas lainnya dapat membuka workshop dakwah digital, termasuk pelatihan editing video dan analisis analisis Nvivo untuk mahasiswa KPI.