

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data maka peneliti menyimpulkan tentang strategi dakwah melalui media sosial Instagram akun *@husein_hadar* Pada Postingan Komik Habib And Friends. Dalam berdakwah, Habib Ja'far menerapkan strategi dakwah Al-Bayanuni. Dengan strategi dakwah Al-Bayanuni maka akan diketahui strategi apa saja yang dilakukan. Berikut strategi dakwah yang dilakukan Habib Ja'far dalam Postingan Komik *Habib 'n Friends*.

1. Strategi sentimental dakwah yang digunakan dalam konten komik *Habib N' Friends* di akun Instagram *@husein_hadar* dilakukan dengan pendekatan emosional yang menyentuh hati dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda. Melalui narasi ringan, dialog personal, dan gaya humoris namun bermakna, dakwah disampaikan secara halus tanpa menggurui, tetapi mampu menggugah kesadaran spiritual pembaca. Strategi ini tampak jelas dalam episode-episode seperti "Kapan?", "Kaveling di Surga", dan "Tobat", yang mengangkat isu-isu kegelisahan batin, pentingnya niat dalam berbuat baik, hingga urgensi tobat. Keseluruhan pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah Habib Husein lewat komik benar-benar menerapkan strategi sentimental yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman dengan cara yang empatik dan membekas di hati.
2. Strategi rasional dakwah dalam konten komik *Habib N' Friends* di akun Instagram *@husein_hadar* diterapkan melalui pendekatan logis, analitis, dan dialog reflektif yang mengajak pembaca untuk berpikir kritis dan mandiri dalam memahami nilai-nilai agama. Dalam berbagai episode seperti "Tuhan Gak Ada", "Rezeki vs Uang", hingga "Haji Metaverse", Habib Ja'far menyampaikan pesan dakwah dengan menggunakan analogi, pertanyaan filosofis, serta contoh-contoh aktual yang relevan dengan realitas generasi muda saat ini.

Penyampaian yang ringan, disertai humor dan nalar yang kuat, membuat dakwah terasa inklusif, tidak menggurui, dan efektif dalam menggugah pemahaman keislaman secara rasional. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah rasional yang dilakukan melalui komik ini bukan hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membentuk cara berpikir yang kritis dan berlandaskan pada prinsip kebenaran yang argumentatif.

3. Strategi indrawi dakwah yang digunakan dalam konten komik *Habib N' Friends* di akun Instagram *@husein_hadar* diwujudkan melalui pendekatan visual dan naratif yang menggugah pancaindra serta menghadirkan pengalaman dakwah yang konkret dan emosional. Dalam episode seperti “Pesugihan Halal” dan “Overthinking vs Tahajud”, pesan dakwah disampaikan melalui ilustrasi tindakan nyata dan dialog empatik yang mudah dipahami, sehingga mempermudah pembaca untuk menginternalisasi nilai-nilai keislaman secara praktis. Penggunaan gambar, ekspresi tokoh, dan narasi yang menyentuh membuat dakwah terasa hidup dan dekat dengan keseharian pembaca, menjadikan strategi indrawi ini efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan yang bisa dirasakan secara langsung, ditiru, dan direnungkan secara mendalam.

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian ini menggunakan teori strategi dakwah dari Muhammad Abu Fatah Al-Bayununi untuk menganalisis strategi dakwah yang digunakan pada akun *@husein_hadar* dipostingkan komik *Habib 'n Friends*, namun masih dapat dikembangkan dengan memasukkan teori lain seperti teori komunikasi digital dan teori media sosial. Teori ini akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana konten dakwah disebarkan dan diterima dalam ruang digital yang memiliki karakteristik unik, seperti interaktivitas, kecepatan, dan personalisasi, . Selain itu, menggunakan teori konstruksi sosial untuk melihat bagaimana konten dakwah dalam

komik tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membentuk persepsi audiens terhadap isu-isu sosial dan keagamaan tertentu. Atau bisa juga, menggunakan teori pergeseran generasi dan teori literasi digital dapat membantu menjelaskan bagaimana generasi milenial berinteraksi dengan media sosial dan dampaknya terhadap pemahaman agama *Mad'u*. Oleh karena itu, studi lanjutan disarankan untuk mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif. Peneliti bisa melakukan analisis konten terhadap unggahan dakwah, sambil juga menggunakan survei atau wawancara dengan audiens untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam mengenai dampak konten terhadap pemahaman agama dan perubahan perilaku mereka. Selain itu, peneliti dapat memanfaatkan alat analitik media sosial untuk mengukur interaksi digital, seperti jumlah like, komentar, dan share, guna menilai efektivitas dakwah. Pengukuran ini akan memberikan wawasan yang lebih objektif mengenai audiens yang terlibat dengan konten dakwah dan bagaimana media sosial mempengaruhi mereka.

2. Saran Praktis

Saran praktis untuk *Da'i* atau mahasiswa yang tertarik dalam berdakwah melalui media sosial adalah untuk memanfaatkan berbagai format konten yang menarik dan relevan dengan audiens yang dituju, seperti komik, video pendek, atau infografis, agar pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh generasi milenial yang terbiasa dengan konsumsi informasi visual. Dalam menciptakan konten dakwah, penting untuk memperhatikan pendekatan yang seimbang antara strategi sentimental, rasional, dan indrawi, yang tidak hanya menyentuh emosi, tetapi juga memberikan pemahaman logis dan praktik langsung yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. *Da'i* atau mahasiswa harus menjaga konsistensi dalam menyampaikan nilai-nilai agama dengan bahasa yang ringan, humoris, namun tetap mendalam, serta mampu menggunakan media sosial untuk membangun interaksi dengan audiens, agar tercipta hubungan yang lebih dekat dan personal. Selain itu, penting

juga untuk selalu mengupdate diri dengan perkembangan teknologi dan isu-isu kontemporer yang relevan, agar dakwah tetap up-to-date dan tidak terjebak dalam konservatisme yang ketinggalan zaman. Dengan pendekatan ini, dakwah dapat lebih efektif menjangkau hati dan pikiran masyarakat, serta mempengaruhi perubahan perilaku dan pemahaman agama yang lebih baik.