

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan diperoleh hasil penelitian, maka peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu terdapat 3 strategi yang dilakukan akun YouTube VDVC Religi dalam menyampaikan dakwahnya melalui konten Kata Ustadz dalam Menanamkan Pemahaman Tentang Nilai-nilai Islam, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Perumusan Strategi Dakwah Akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam Menanamkan Pemahaman Tentang Nilai-nilai Islam.

Pada perumusan strategi VDVC Religi memiliki tujuan untuk membuat konten-konten yang bermanfaat bagi banyak orang melalui konten Kata Ustadz dengan mengangkat tema-tema yang sedang dibutuhkan saat ini dan dapat mengajak anak muda untuk selalu mengingat dan mengamalkan ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

2. Implementasi Strategi Dakwah Akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam Menanamkan Pemahaman Tentang Nilai-nilai Islam.

Dalam tahapan implementasi strategi VDVC Religi mewujudkan visi misinya dengan menggunakan pendekatan rasional dimana

penonton diajak untuk merenung dari pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan dan mengambil pembelajaran melalui penjelasan dari para ustadz. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik penonton Kata Ustadz yang didominasi oleh anak muda yang cenderung menyukai konten edukasi singkat dan mudah diterima.

3. Evaluasi Strategi Dakwah Akun YouTube VDVC Religi (Konten: Kata Ustadz) dalam Menanamkan Pemahaman Tentang Nilai-nilai Islam.

VDVC Religi melakukan evaluasi dengan melihat jumlah penonton, *like*, *unlike* dan komentar yang ditinggalkan penonton untuk mengetahui bagaimana respon penonton pada setiap episode. Melalui tahapan ini tim jadi dapat berkaca dari kekurangan sebelumnya agar menjadi lebih baik kedepannya dengan terus meningkatkan kualitas konten Kata Ustadz.

B. Saran

Berikut ialah beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yang terkait:

1. Kepada Tim VDVC Religi untuk memaksimalkan upaya promosi dan interaksi dengan penonton konten Kata Ustadz, tidak hanya di Instagram tetapi juga Facebook, Twitter dan TikTok dimana saat ini ramai anak muda yang menggunakan media sosial tersebut dalam kehidupan sehari-hari agar dapat menjangkau penonton yang lebih luas

dan pesan-pesan kebaikan dari konten yang baik ini tersampaikan secara luas.

2. Kepada Pembaca bahwasannya dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja dan dengan cara apa saja selagi orang itu mampu untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan, terlebih saat ini memasuki era digital banyak media sosial yang dapat digunakan untuk berdakwah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN