

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan rumusan masalah mengenai efektivitas pesan dakwah melalui akun Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih terhadap peningkatan pengetahuan keislaman masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan melalui Facebook efektif dalam meningkatkan pengetahuan keislaman masyarakat. Pesan dakwah melalui Facebook memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan keislaman masyarakat.

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,473 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,66039 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,219 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada pesan dakwah melalui Facebook diikuti

dengan peningkatan pengetahuan keislaman masyarakat sebesar 0,219 satuan.

Nilai R Square sebesar 0,110 menunjukkan bahwa pesan dakwah melalui Facebook memberikan kontribusi sebesar 11% terhadap pengetahuan keislaman masyarakat, sedangkan 89% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Efektivitas tersebut didukung oleh kesesuaian isi pesan dengan ajaran Islam, frekuensi unggahan, kemudahan pesan untuk dipahami, dan daya tarik visual konten. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian telah terjawab bahwa pesan dakwah melalui akun Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih efektif dalam meningkatkan pengetahuan keislaman masyarakat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Pengelola Akun Dakwah

Pengelola akun dakwah di Facebook diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas konten dakwah yang disampaikan, baik dari segi isi maupun penyajian visual.

Materi dakwah hendaknya disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, serta sesuai dengan ajaran Islam agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan media sosial Facebook secara lebih bijak dan positif, khususnya sebagai sarana menambah wawasan serta pengetahuan keislaman.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang berkaitan dengan media sosial dan dakwah, seperti pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan, akhlak, atau motivasi beribadah masyarakat. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan media sosial lain seperti Instagram, TikTok, atau YouTube untuk melihat efektivitas dakwah digital pada platform yang berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Q. A. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Qiara Media
- A, Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Asep, Syamsul M Romli. 2012. *Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Al-Qur'an Al-Karim. 2024. Q.S. *An-Nahl*/16:125. Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Arifin, Anwar. 2019. *Dakwah Kontemporer (Sebuah Studi Komunikasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. 2017. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi". *Jurnal Tirtayasa Ekonomika* Vol. 12(1);215-2016
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2024. "Data Riset Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2024". <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=APJII%20Jumlah%20Pengguna%20Internet%20Indonesia.jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023>
- Brian Solis. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build , Cultivate, and Measure Success in The New Web*. Canada: New Jersey.
- Bungin, Burhan. 2018. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L*

Berger & Thomas Luckmann. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Damayanti, P., 2023. *Assistence Media Literacy For Youth In Bengkulu City* (Jurnal Ilmiah Syiar Islamic Communication and Broadcasting Vol. 23, No. 01.

Dominikus Juju dan Feri Sulianta. 2010. *Hitam Putih Facebook*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda

Fatoni Ningsih, 2022. “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022*”. Skripsi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.

Feri Sulianta. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Filayly. T. N.. & Ruliana. P. 2022. “Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan. Parahita”. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 3 (1); 76-80

Griffin. E.. 2012. *A First Look At Communication Theory (8th edition)*. (OH. United States: McGraw-Hill Education.

Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Hermawan. 2020. *Media Relations: Strategi Membangun Reputasi Organisasi*. Jakarta: Erlangga.

Ikbar Romadona. 2019. “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam penyebaran Informasi di Fadel Muhammad Resource (FMRC)*”, Skripsi Administrasi Publik Universitas Brawijaya
<https://repository.ub.ac.id/id/eprint/192523/1/0520030106->

[%20Ikbar%2.pdf](#)

- Iqbal, Lalu Muhammad, 2023. Pesantren dan Pembaharuan: Arah dan Implikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. Vol. 5 (3); 7-12
- Irfan Maulana. 2020. "*Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Tebuireng Jombang Jawa Timur*". Tesis, Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Irgianto. 2024. "*Pengaruh Media Sosial Dan Primordialisme Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Anggota Dprd Kabupaten Bulukumba Tahun 2024*". Tesis Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Jefkins. Frank. 2019. *Public Relations Edisi ke Lima*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan. 2016. *Jurnalisme Maya*. Bandung: Rosdakarya.
- Lintang Patria dan Kristianus Yulianto. 2020. Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri. In: Seminar Nasional FMIPA-UT Vol. 7(2); 2-8
- Mahanani. P. A. R.. 2019. *Kuliah Public Relations: Pengantar & Praktik*. Kediri: Stain Kediri Press.
- Mehrad. J.. & Tajer. P. 2016. "Uses and Gratification Theory In Connection With Knowledge And Information Science: A Proposed Conceptual Model." *International Journal of Information Science and Management*. Vol. 15 (6); 12-17
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2018. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi,

UI-Press

Morissan. 2020. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Media Group.

Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Notoatmodjo. S. 2019. *Metodologi Penelitian Kesehatan. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Nurudin. 2019. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo Persada.

Rachmawati. 2022. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tribunnews.com)”, Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Rakhmat, J. 2021. *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan.

Rochmaniah. A.. dkk. 2021. *Buku Ajar: Dasar-dasar Public Relations*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.

Ropingi el Ishaq. 2015. *Kuliah Public Relation*. Yogyakarta; Nadi Pustaka.

Rulli Nasrullah. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbol Rekatama Media.

Rukmana, Arief Yanto, T. A. S. 2020. Media Relations. *JSMA: Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*. Vol. 2 (5);37–53

Rustandi L. Rudy. 2022. “Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berbagi Informasi (Information Sharing) Keagamaan dan Dinamika Sosial Masyarakat di Indonesia”. *Jurnal*

SUARGA: Studi Keberagamaan dan Keberagaman. Vol. 3.(8); 2-8

Sastropoetro, R. A. S. 2018. *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*, Bandung: CV Remaja Rosdakarya

Satori Djam'an. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.

Setiadarma. A. 2020. "Pemanfaatan Media Baru Dalam Media Relations". *Jurnal. Ikon*. 2(2); 5-13

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suratno. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Politik". *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1* (7);21-28

Sutherland. K.. et al.. 2020. "Public relations and customer service: Employer perspectives of social media proficiency". *Public Relations Review*. Vol. 4(1);46-51.

Wahyuni. Siti. 2020. "Strategi Komunikasi Publik di Era Digital oleh Lembaga Keagamaan." *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 6. (1); 45–59.

Wardhani. Diah. 2018. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widyasari. I.. & Lintangdesi. A. L. 2020. *Strategi Media Relations Greenpeace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi*. *Communication*. Vol. 5 (2);153-159

Al-Qur'an Kementerian Agama RI, Q.S. Ali-Imran/3:104, dalam Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).