

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

1.1 Simpulan

Dari hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Pada sub variabel isi pesan dakwah Shift Media terdapat nilai kolerasi yang termasuk kedalam kategori kuat. Sehingga isi pesan dakwah Shift Media dinilai memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap sikap religiusitas remaja. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengikut remaja channel YouTube Shift Media telah memahami isi pesan atau materi dakwah melalui pendekatan rasional, emosional dan moral. Selain itu juga, peneliti memaknai bahwa mayoritas responden menganggap bahwa materi yang disajikan dalam pesan dakwah Shift Media merupakan materi yang selaras dengan permasalahan kehidupannya sehingga kebutuhan pengetahuan dapat terpenuhi.
2. Pada sub variabel struktur pesan dakwah Shift Media terdapat nilai korelasi yang termasuk kedalam kategori kuat. Sehingga struktur pesan dakwah Shift Media dinilai memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap sikap religiusitas remaja. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengikut remaja channel YouTube Shift Media telah memahami struktur pesan dakwah yang disajikan dengan meliputi urutan penyampaian, penarikan kesimpulan dan argumen. Selain itu juga, peneliti memaknai bahwa mayoritas responden menilai struktur pesan dakwah Shift Media telah menyampaikan pesan dengan lugas dan

tertata baik. Dengan demikian pesan dakwah memudahkan responden untuk memahami pesan dan memunculkan kesimpulan yang positif.

2. Pada sub variabel format pesan dakwah Shift Media terdapat nilai yang termasuk kedalam kategori kuat. Sehingga format pesan dakwah Shift Media dinilai memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap sikap religiusitas remaja. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengikut remaja channel YouTube Shift Media merasa tertarik dengan format pesan dakwah yang disajikan. Format pesan dakwah dalam penelitian ini yaitu penggunaan pesan lisan tulisan dan desain, dimana kedua indikator tersebut berarti menarik bagi responden. Dengan begitu, membuat mayoritas responden juga lebih mudah memahami ilustrasi yang disajikan dan kemudian pesan tersampaikan dengan baik.
3. Pada sub variabel sumber pesan dakwah Shift Media terdapat nilai yang termasuk kedalam kategori kuat. Sehingga format pesan dakwah Shift Media dinilai memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap sikap religiusitas remaja. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengikut remaja channel YouTube Shift Media telah meyakini kredibilitas sumber pesan dakwah. Dimana mayoritas responden meyakini bahwa pengisi materi dakwah Shift Media merupakan da'I yang memiliki kompetensi tinggi dalam ilmu agama.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disimpulkan bahwa pesan dakwah Shift Media secara simultan memiliki pengaruh terhadap sikap religiusitas remaja dengan nilai korelasi yang kuat. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pemanfaatan channel YouTube Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian tersebut selaras dengan teori SOR yang mengasumsikan bahwa terjadinya perubahan sikap (efek) berarti terdapat kualitas pesan yang tinggi (stimulus) saat berkomunikasi.

Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa pesan dakwah yang disajikan pada channel YouTube Shift Media memiliki nilai pesan yang berkualitas tinggi sehingga berhasil menimbulkan perubahan sikap pada pengikutnya yaitu penerapan sikap religiusitas.

1.2 Implikasi

Dari kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, dapat dilihat bahwa pesan dakwah Shift Media dan sikap religiusitas remaja memiliki tingkat korelasi yang tinggi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat diterapkan dalam dunia pendidikan terutama dalam ranah komunikasi yang baik secara praktis maupun teoritis. Maka, peneliti akan menjabarkan implikasi sebagai berikut:

1.2.1 Implikasi Teoritis

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel pesan dakwah Shift Media (X) dengan sikap religiusitas remaja (Y). Hasil tersebut dibuktikan oleh sub variabel isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan pada variabel pesan dakwah Shift Media yang memiliki nilai korelasi tinggi terhadap sikap religiusitas remaja pengikut channel YouTube Shift Media. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah literatur dalam ranah komunikasi massa, media baru dan keagamaan.
2. Mengacu pada teori SOR yang digunakan, penelitian ini membuktikan bahwa pesan dakwah Shift Media telah berhasil membuat rangsangan terhadap responden. Sehingga rangsangan tersebut telah menimbulkan efek yang sesuai dengan terpaan pesan dakwah yang disajikan yaitu penerapan sikap religiusitas. Hal tersebut sesuai dengan anggapan teori SOR yaitu meyakini bahwa penyebab perubahan sikap yaitu tergantung dari kualitas rangsangan pesannya (Mc Quail, 2010, hlm. 467). Maka peneliti

menyimpulkan bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan telah diterima dengan baik oleh mayoritas responden yang kemudian diolah dan dimengerti sehingga menimbulkan kesediaan untuk mengubah sikap.

3. Peneliti melanjutkan penelitian sebelumnya dengan celah penelitian pengaruh tayangan dakwah di media sosial terhadap perubahan sikap. Dalam hal ini peneliti menemukan celah masih minimnya penelitian yang berfokus kepada isi dari pesan dakwah yang diunggah di media sosial untuk mengubah sikap. Oleh karena itu, peneliti menemukan celah untuk meneliti bagaimana isi dari pesan dakwah pada channel YouTube Shift Media dalam merubah sikap religiusitas seseorang terutama pada remaja.

1.2.2 Implikasi Praktis

1. Secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan dakwah Shift Media (X) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Melalui pernyataan tersebut membuktikan bahwa pesan dakwah akan semakin membuat pengaruh melalui isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan yang diunggah di media sosial salah satunya yaitu pada channel YouTube Shift Media. Sehingga terbentuk implikasi bagi akun-akun penyebaran dakwah di media sosial agar lebih memperhatikan rancangan pesan dakwah agar lebih menarik dan kredibel. Dengan begitu, kualitas pesan akan meningkat dan menimbulkan reaksi dari pengikutnya yaitu perubahan sikap.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara isi pesan (X1) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Hal tersebut membuktikan bahwa melalui isi pesan yang bermateri selaras dengan kehidupan responden membuat lebih mudah mengerti sehingga menimbulkan perubahan sikap. Sehingga terbentuk implikasi untuk isi pesan dakwah Shift

Media dibuat agar semenarik mungkin dan jelas namun tidak mengubah makna. Dimana hal tersebut dapat membuat responden tertarik dan mudah memahami yang pesan nantinya dapat tersampaikan dengan baik.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara struktur pesan (X2) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan struktur pesan yang disusun oleh pesan dakwah Shift Media dan membuat responden mudah memahami sehingga pesan tersampaikan dengan baik. Sehingga terbentuk implikasi untuk struktur pesan dakwah Shift Media dibuat agar terstruktur dengan baik guna memudahkan responden dalam memahami pesan yang disampaikan.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara format pesan (X3) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan format pesan yang dibuat menarik oleh Shift Media dalam memberikan ilustrasi dan desain. Dengan begitu responden tertarik serta lebih mudah memahami pesan yang disampaikan. Sehingga terbentuklah implikasi untuk format pesan dakwah Shift Media lebih ditingkatkan agar dapat menarik perhatian responden.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sumber pesan (X4) terhadap sikap religiusitas remaja (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan sumber pesan yang kredibel di setiap pembahasan dakwah Shift Media. Sehingga responden mau mencerna dan memahami pesan dakwah yang disampaikan. Sehingga terbentuklah implikasi sumber pesan dakwah Shift Media untuk memilih sumber yang kredibel dan dipercaya oleh khalayak.

1.3 Rekomendasi

Setelah melewati proses menganalisis dan mengolah data, peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi sebagai masukan untuk berbagai pihak.

Selain itu juga rekomendasi ini dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah beberapa rekomendasi, diantaranya:

1. Untuk akademis

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan, sehingga masih diperlukannya pengembangan serta penyempurnaan lagi untuk riset selanjutnya. Dari penelitian ini juga diharapkan agar topik komunikasi massa, komunikasi dakwah dan media baru ini dapat diteliti lebih banyak lagi. Dengan begitu, penelitian dengan bahasan tersebut nantinya dapat menjadi acuan pengembangan dan pemanfaatan secara teoritis ataupun praktis.

2. Untuk akun channel YouTube Shift Media

Melihat pengaruh pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja, maka peneliti memiliki rekomendasi untuk pesan dakwah Shift Media agar terus memunculkan inovasi baru yang menarik. Selain itu juga mempertahankan konten dan narasumber yang disukai oleh para pengikutnya khususnya kaula muda.

3. Untuk para ulama di Indonesia

Dilihat dari hasil penelitian ini, peneliti memiliki rekomendasi kepada para ulama di Indonesia agar berdakwah dengan cara memanfaatkan teknologi saat ini salah satunya melalui media sosial. Selain itu juga kemasan pesan dakwah didesain dengan menarik dan modern serta mengundang narasumber yang disukai masyarakat dan kredibel. Kemudian juga harus mengetahui segmentasi dari pengikutnya agar materi yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan.