

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan kedelapan konsep tersebut dapat membentuk *personal branding* dari Gus Iqdam sebagai seorang pendakwah yang terlihat gaul, ramah, menyampaikan pesan dengan cara yang sederhana dan santai, dan tidak pernah melabeli seseorang tentang latar belakangnya, yang membuatnya dikenal baik oleh penontonnya. *Personal branding* yang dimilikinya dapat menjadi berdampak positif pada perjalanan karirnya. Gus Iqdam dalam membangun *personal branding* dengan slogan “*Dekengan Pusat*” berawal dari unsur ketidaksengajaan. Tepatnya adalah saat Gus Iqdam menerangkan *Fathul ibadah* (keutamaan beribadah) sampai pada bab salat-salat sunnah salat qabliyah Subuh ada banyak *fadhilah*-nya. Ditengah-tengah menjelaskan *fadhilah* tersebut secara tiba-tiba spontanitas keluar *joke* atau sebuah frasa yang sekarang viral “*Dekengan Pusat*” itu yang terkandung maksud ‘ketika kamu mau melakukan salat sunnah *qobliyah* atau salat rawatib apa pun itu pada intinya *dekananmu pusat!*’ meskipun pada saat itu semua jemaah terdiam setelah mengetahui pusat pusatnya pusat ya Allah *Ta'ala*.

Atas keistiqamahan yang dilakukan Gus Iqdam dalam menyebarkan kebaikan serta kebiasaan kerja sama dari beberapa pihak guna untuk penguatan citranya. Dalam perkembangan dari *channel* YouTube @GusIqdamOfficial mengalami beberapa peningkatan berdasarkan dari perbandingan video yang pertama terpublikasi dengan video yang terakhir dipublikasi, yang dilihat dari jumlah penayangan dan jumlah *like*-nya. Dari rentang waktu 2 April 2020 hingga 11 Maret 2024, hampir empat tahun lamanya sejak *channel* YouTube @GusIqdamOfficial dibuat telah mengalami peningkatan yang signifikan dengan jumlah penayangan yang mencapai sebesar 190.001x tayangan serta meningkatnya jumlah *like* yang mencapai 6.701 *like*. Dari beberapa peningkatan ini menandakan keberhasilan slogan “*Dekengan Pusat*” sebagai sarana membangun *personal branding* yang dilakukan Gus Iqdam dalam dakwahnya.

### B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan mengambil kesimpulan dari proses yang ada, peneliti ingin memberikan saran sebelum menyelesaikan skripsi ini. Berikut penjabaran saran dari peneliti.

1. Untuk para pendakwah yang ingin menyampaikan ajaran Islam melalui media sosial, dapat menggunakan *personal branding* sebagai sarana berdakwah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada. Sebelum menerapkan *personal branding* pada aktivitas dakwah, para pendakwah untuk dapat mempertimbangkan dan mengkaji lebih dalam lagi terkait *personal branding* yang ada agar mudah diterima oleh masyarakat dan mudah memahami keinginan masyarakat dalam proses penyampaian ajaran Islam.
2. Untuk peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual, dan ditemukan banyak kelemahan dalam melakukan penelitian ini. Termasuk kesulitan menganalisis karena keterbatasan data pada saat peneliti harus mengamati aktivitas komunitas virtual. Selain itu, metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini sebagian besar tidak dapat dilakukan secara fisik, karena objek etnografi virtual adalah komunitas atau masyarakat maya. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan untuk peneliti selanjutnya untuk menggunakan pendekatan selain etnografi virtual seperti studi lapangan (*field research*), guna melakukan pendalaman data yang lebih mendalam.