

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah Channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek dan setelah pengumpulan serta mengolah data penelitian yang ada, maka garis besar penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi dakwah Channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek yakni melalui berbagai tahapan. *Pertama*, melakukan pengumpulan data yang berguna untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi serta mendesain strategi komunikasi mengenai film yang akan diproduksi. *Kedua*, melakukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi. Setelah melalui proses pengumpulan data pihak FMM akan mendapatkan siapa sasaran komunikasi yang akan dituju. *Ketiga*, membuat analisis perencanaan dan strategi yang menjadi pedoman dalam jalannya produksi. *Keempat*, melakukan analisis khalayak dan segmentasinya. *Kelima*, mengkaji saluran-saluran komunikasi yang dinilai efektif seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok dengan melalui proses seleksi media. *Keenam*, mendesain penyusunan pesan yang mengandung nilai-nilai keislaman. Setelah seluruh tahapan perencanaan komunikasi terlaksana maka selanjutnya yakni proses produksi film dilanjutkan dengan pendistribusian film lewat beberapa saluran komunikasi yang terpilih. Setelah film berhasil disampaikan maka FMM akan mendapatkan umpan balik berupa komentar atau tanggapan dari masyarakat mengenai film atau *webseries* yang ditayangkan. Setelah umpan balik didapatkan FMM akan melakukan evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui salah atau benarnya strategi yang diambil oleh FMM dalam upayanya menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dakwah channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek yakni sebagai berikut:
  - a. Faktor pendukung yang meliputi rujukan yang tepat dengan menggandeng ustadz dan ulama ketika menyusun materi dakwah mengenai nilai-nilai Islam, *trend* terkini dan cerita

menarik yang disajikan dalam sebuah film menjadi kolaborasi yang baik untuk menarik atensi *mad'u*, sumber daya yang kompeten dalam setiap tahapan komunikasi, dan sponsor yang membantu kelancaran produksi berupa jasa dan dana.

- b. Faktor penghambat, meliputi minimnya budget dapat menghambat jalannya proses produksi dan menyebabkan kualitas film tidak bagus yang diharapkan, rentan terhadap intervensi dari pihak sponsor, komentar negatif yang didapat dari *mad'u* yang disebabkan oleh budaya Indonesia yang beraneka ragam, sehingga ada kelompok tertentu yang tidak sependapat dengan apa yang disampaikan oleh FMM, dan kondisi dan suasana lokasi *shooting* yang tidak sesuai dengan ekspektasi.

## B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti bermaksud memberikan masukan yang kiranya dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak, khususnya kepada pihak FMM mengenai strategi komunikasi dakwah Channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi, pada penelitian ini peneliti fokus pada strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh FMM serta faktor pendukung dan penghambatnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengkaji FMM dari perspektif yang berbeda seperti penelitian tentang studi khalayak dalam memaknai suatu produk komunikasi atau sudut pandang masyarakat terhadap Channel YouTube FMM.
2. Bagi Film Maker Muslim
  - a. Menghindari kesalahpahaman antar *crew* yang dapat menghambat proses komunikasi dengan membangun suasana kerja dan hubungan baik antar *crew* yang tergabung di FMM.
  - b. Menghindari pemilihan diksi yang memiliki multipretasi agar menimalisir kesalahpahaman pada *mad'u* saat menerima pesan dakwah dari film yang diproduksi oleh FMM.