

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian tentang postingan akun Iqomic di Instagram, penulis menarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut :

1. Pada postingan iqomic selama bulan Januari 2019 memiliki 746 postingan, yang memiliki empat pesan dakwah yaitu Aqidah, Syari'ah, Mu'amalah dan Akhlak. Dari diantara pesan dakwah tersebut pesan Akhlak menjadi yang paling banyak diposting, kemudian yang kedua Syari'ah, Aqidah dan yang terakhir mu'amalah. Postingan dakwah yang dimuat dalam postingan Iqomic yaitu terkait keesaan Allah, Al-Qur'an sebagai kitab Allah, percaya adanya makhluk ghaib, percaya adanya alam kubur, kematian, anjuran menyebarkan salam, hokum dalam sholat jum'at, dan aturan mengenai akhlak manusia.

Selain postingan yang terdapat empat pesan dakwah tersebut, juga terdapat postingan yang tidak mengandung unsur dakwah. Biasanya postingan tersebut berupa iklan, gambar-gambar yang tidak memiliki unsur dakwah serta foto-foto kegiatan dari komunitas Iqomik.

2. Hasil analisis teks wacana pada postingan akun Iqomic sesuai model Van Dijk memiliki beberapa unsur seperti struktur makro, superstruktur dan struktur mikro.
 - a. Dari analisis struktur makro terdapat 9 tematik atau topik yang diangkat yang mengandung pesan aqidah. Kemudian juga terdapat 10 topik yang

mengandung pesan syari'ah, 5 topik mengandung pesan mu'amalah dan 24 topik mengenai pesan akhlak.

- b. Hasil analisis dari superstruktur, Dari seluruh postingan yang menonjol, banyak menggunakan metode dakwah Maudza Hasanah dan Al-Hikmah. Melalui ajakan, nasihat dan hikmah menjadi strategi dakwah komikus.
- c. Kesimpulan pada analisis mikro pada postingan akun Iqomic, postingan yang diunggah iqomic terdapat seluruh elemen pada struktur mikro, seperti latar, detail, maksud, pengandaian, koherensi, leksikon, dan grafis.
- d. Hasil dari analisis kognisi sosial pada postingan iqomic juga melibatkan visi misi komikus atau komunitas iqomic tersebut untuk menginspirasi kebaikan dan menunjukkan Islam sebagai Rahmatan lil Alamin.
- e. Melalui realita sosial komikus menjadikan dasar sebagai pembuatan komik yang memiliki pesan dakwah tersebut. Realita pergaulan bebas di masyarakat yang kini sudah mulai merajalela menjadi poin tersendiri yang menjadi sorotan iqomic dalam membuat komik tersebut.

B. Saran

Dalam penelitian ini masih bersifat umum, peneliti hanya menganalisis dua postingan komik paling banyak disukai pengikut akun. Masih banyak komik yang perlu dijadikan objek dalam penelitian ini. Penelitian juga masih kurang detail dalam menjabarkan pesan dakwah yang terkandung.

Alangkah baiknya, jika penelitian berikutnya lebih tertuju pada strategi dakwah pada media sosial Instagram. Peran komunitas penggemar komik dalam penyebaran dakwah di masyarakat. Serta lebih menggali pada admin media sosial yang menyebarkan dakwah.

Dalam setiap postingan pada Iqomic kurang diberikan judul, sehingga sebagai pembaca kurang langsung menangkap pesan yang terdapat dalam postingan tersebut. Disisi lain, sebaiknya Iqomic juga dapat membuat komik sendiri dengan mengatasnamakan Iqomic. Sebaiknya pada setiap harinya postingan yang diunggah mencakup empat nilai pesan dakwah yang ada.

Selain itu, komik juga dapat digunakan untuk media lain. Seperti media pembelajaran dan lain sebagainya. Karena komik juga merupakan media visual yang mana orang lebih mudah menangkap pesan yang disampaikan melalui komik tersebut. Sehingga juga dapat digunakan oleh organisasi, lembaga, komunitas maupun instansi lain untuk berdakwah di kalangan anak muda.