

## BAB V KESIMPULAN

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan data-data di lapangan maka dapat ditarik kesimpulan mengenai Analisis Wacana Kritis Pesan Dakwah Komik Kange Di Media Sosial (Instagram) Dalam Prespektif Teori Teun A. Van Dijk di antaranya ialah:

1. Struktur pesan dakwah komik kange di media sosial *instagram* dari 42 postingan, yang memiliki enam pesan di dalamnya yang meliputi Aqidah, Akhlak, Syari'ah, Mu'amalah, Hubbul Wathon dan kegiatan khas pondok pesantren. Dari diantara pesan dakwah tersebut pesan ciri khas pesantren menjadi yang paling banyak diposting, kemudian yang kedua Akhlak, Aqidah, Hubbul Wathon, Syariah, dan yang terakhir yaitu Mu'amalah.
2. Proses pembuatan pesan dakwah pada komik kange di media sosial *instagaram* dengan cara menentukan isi pesan terlebih dahulu, isi pesan di lihat dari kejadian realita yang ada di masyarakat. Proses pembuatan pesan komik kange menggunakan pedoman/ ibarot dari kitab-kitab salaf, seperti kitab Alala dan Mitra Sejati karyanya K.H Bisri Musthofa, kemudian di kemas dengan rapi dalam gambar visual .
3. Dampak kongnisi sosial santri pondok pesantren HM. Al-mahrusiyah pada proses produksi pesan dakwah dalam komik kange di media sosial *Instagram*, para santri berantusias dan ikut andil dalam proses pembuatan komik kange. Komikus komik kange bekerja sama dengan mading Afiiq mengadakan sayembara untuk para santri dalam pembuatan komik. Hasil

sayembara tersebut di pilih yang paling bagus dan menarik isi pesan dakwah dan gambarnya, kemudian di publikasikan oleh tim redaksi pers mahrusy pada akun komik kange, sehingga dapat di nikmati oleh masyarakat umum, ini menjadi salah satu bentuk apresiasi dari karangan santri.

## B. SARAN

Dalam penelitian ini sifatnya masih umum, peneliti hanya menganalisis postingan-postingan komik yang paling banyak disukai pengikut akun.

### 1. Bagi peneliti selanjutnya

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

### 2. Bagi admin akun komik kange

Dalam setiap postingan pada Komik Kange kurang diberikan judul, sehingga sebagai pembaca kurang langsung menangkap gambaran pesan yang terdapat dalam postingan komik kange. Disisi lain, sebaiknya Komik Kange juga dapat memosting komik dengan rutin khususnya di hari liburan para santri, karena pada saat liburan perpulangan santri dirumah, para santri bisa melihat karya-karya komik kange, dan ini menjadi nilai plus bagi komik kange karena banyak pembaca dari kalangan santri mahrusiyah sendiri.

### 3. Bagi masyarakat

Komik juga dapat digunakan untuk media lain/masyarakat lain. Dalam artian sebagai media pembelajaran dan lain sebagainya, di ambil dalam segi manfaatnya. Karena komik juga merupakan media visual yang mana orang lebih mudah menangkap isi pesan yang disampaikan melalui komik tersebut. Sehingga juga dapat digunakan oleh perorangan, organisasi, lembaga, komunitas maupun instansi lain untuk berdakwah khususnya di kalangan remaja.

### 4. Bagi santri

Dalam berdakwah menyampaikan ajaran agama islam adalah sebuah kewajiban, sekarang santri tidak perlu minder dan takut untuk menunjukkan jati dirinya. Dengan berdakwah di medis sosial khususnya di instagram santri dapat mengemas dengan rapi melalui gambar visual, ini menjadikan sebuah elemen yang posotif bagi anak muda zaman sekarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex, Sobur. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Ali, Moh. Aziz. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Aliah, Yoce darma. *Analisis wacana kritis*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2014.
- Aliyah, Yoce. *Analisi Wacana Kritris dalam Multiprespektif*. Bandung: Refika Aditama, 2014
- Aghniyah, 'Arsitta Mursalati. *Analisis Wacana Kritis Terhadap Pemberitaan Klarifikasi Kasus Tertangkapnya Ketua PWNU Banten dalam Razia Penyakit Masyarakat di Harian RadarBanten*". Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2014.
- Agnes, Tia Astuti. "Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Berita "Sebuah Kegilaan di SimpangKraft di Majalah Pantau." Jakarta: Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2011.
- Anip, Dwi Saputro. "Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah", *ISTAWA : Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1, No.2, (Januari-Juni 2016).
- Asmuni, Syukir. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Bambang, Atmoko Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita, 2012.
- Basrowi dan suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- Dewan Redaksi Ensiklopedi, *Ensiklopedi Islam Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1992.
- Dwi, Errika Setya Watie. *Periklanan Dalam Media Baru*, Jurnal The Messenger, Vol. IV, No. 1, Januari2012.
- Eko, Nurlaksana Rusminto. *Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktiss*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Eriyanto dalam buku Alex Sobur. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2009.
- Facebook To AcquireInstagram (Online), tersedia di <http://newsroom.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-instagram>. Diakses pada 30 Maret 2021 pada pukul 13.48.

- Fauziah. Analisis Wacana Teun A Van Dijk dalam Pemberitaan Laporan Utama Majalah Gatra Tentang Seruan Boikot Israel dari New York, Jakarta: Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2013.
- Glasse Cyril. *Ensiklopedia Islam, Kata Pengantar: Prof. Huston Smith*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- H. A. W. Widjadja. *Ilmu Komunikasi*. Jalarta: Rhineka Cipta, 2000.
- Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Hakiki, Rizki. *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanspage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*. Jakarta : 2016.
- Inayah, Ulil. *Metode Dakwah Islam*. Bandung: Modern Dakwah, 2002.
- “Instagram” (Online), tersedia di <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 29 Maret 2021, pukul 10.52.
- “Instagram” (Online), tersedia di <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 11.24.
- Jalaludin, Rahmat. *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 24.
- Kevin Systrom (Online), tersedia di [http://id.wikipedia.org/wiki/Kevin\\_Systrom](http://id.wikipedia.org/wiki/Kevin_Systrom), diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 11.55.
- Kurnia, Ari, “Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi (Analisis Wacana Pada Akun Instagram Lambe Turah)”, *Journal Communication Spectrum*, (Desember, 2018).
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Maharsi, I. Komik, *Dunia Kreatif Tanpa Batas*. Yogyakarta : Kata Buku.
- Soedarso, Nick. Jurnal Komik: Karya Sastra Bergambar, *Humaniora* Vol.6, No.4 Oktober 2015.
- Lexy, J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. *Metode Dakwah*. Jakarta : Kencana. 2006.

- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nasrulloh, Rulli dan Novita. “Komik sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika Kepemimpinan Islam dalam Komik “Si Bujang”. Jakarta: Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.
- New Life Options: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Novietri, “Kritik Sosial dalam Wacana Komik “Setan Menggugat” Karya Aji Prasetyo: Analisis Wacana Kritis”, (Sirok Bastra,2015).
- Praswoto. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-RuzzMedia, 2011.
- Purwadi. *Dakwah Wali Songo*. Bandung; Rhineka Cipta, 2000.
- Quraisy, Shihab. *Tafsir al-Misbah*. Lentera Hati, 2000.Ke-1.
- Rahad Sahid,”*Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Miles dan Huberman*”,  
<http://Sangit26.blogspot.com/2011/07/analisis-data-penelitian-kualitatif>, diakses tanggal 24 Maret 2021.
- Salim, Peter Y dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press. 2002.
- Sejarah Instagram (Online), tersedia di: <http://di.wikipedia.org/wiki/Instagram>.  
Diakses pada 30 Maret 2021, pukul 14.00.
- Soedarso, Nic. *Jurnal Komik: Karya Sastra Bergambar*, Humaniora Vol.6, No.4 Oktober 2015.
- Sudarto. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997.
- Suparta, Munzier. *Metode Dakwah*. Jakarta: Rahmat Semesta, 2009.
- Syarifudin, Amir. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Logos wacana Ilmu, 1997.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-ikhlas, 1983.
- The Rules Pers Mahrusy. 2021.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. h. 26.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI,Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk KementerianPerdagangan RI, Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014.

Umar, Asma Hasan Fad'aq. *Mengungkap Makna dan Hikmah Sabar*. Jakarta: Lentera, 1999.

Umar Fauzan. "Analisis Wacana Kritis Model Fairclough Hingga Mills." *Jurnal Pendidikan*,(2016), Vol. 6 No. 1.

Uchjana, Onong Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.

What is the genesis of Instagram (Online), tersedia di <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 13.52.

Wicaksono, "Pesan-pesan Dakwah Dalam Komik Si Juki Karya Faza Meonk", Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga . Yogyakarta, 2016.

Yavie, Ali. *Dakwah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Makalah Seminar, 1992.

<http://tnsglobal.com> diakses pada 5 November 2018, pukul 09.07 am.

<https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>, diakses pada 11 Desember 2018, pukul 11.48 a.m.