BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemaparan mengenai masalah sosial eksperimen tentang sikap ojol yang dinilai begitu legawa dapat disimpulkan bahwa berdakwah saat ini tidak harus di mimbar atau surau. Dakwah tidak harus lewat majelis-majelis dan bertatap muka. Saat ini dakwah melalui sosial media sangat ramai terjadi karena untuk mengajak kebaikan, menebarkan spirit positif untuk seluruh lapisan masyarakat. Dakwah haruslah didasari dengan keikhlasan tanpa mengharapkan feedback dari sosial eksperimen yang dilakukan. Sosial eksperimen yang dilakukan semata-mata untuk membantu driver ojol yang sedang kesusahan akibat membayar jumlah pesanan yang seharusnya menjadi tanggungan pembeli, hal ini bukan untuk ajang pamer atau pansos, melainkan Bram Dermawan mengajarkan kita bahwa membantu sesama itu penting.

Penampilan dari segi framming pengemasan konten tersaji epik tanpa menggurui bahwa kita harus ikhlas, tapi Bram Dermawan menyajikan konten yang dimana perasaan emosional audiens ikut dimainkan saat menonton tayangan tersebut, sehingga menimbulkan rasa terenyuh untuk tidak semena-mena dalam melakukan pemesanan ataupun tidak semena-mena dalam bertindak. Kita juga diajari sebuah keikhlasan dan kesabaran dalam menghadapi segala cobaan serta ujian yang ada meski keadaan kita begitu terhimpit. Meyakini bahwa kuasa Allah itu nyata.

B. Saran

1. Bagi Masyarakat

   Hasil dari penulisan ini memberikan pencerahan dalam dunia media sosial khususnya youtube bahwa ditengah maraknya video yang tidak memiliki nilai edukatif dan hanya mengandung unsur *entertainment* saja masih terdapat video yang diunggah dengan menampilkan sisi keseharian yang positif.

2. Bagi Penelitian yang akan datang

   Hasil dari penulisan ini dapat menjadi pijakan dan informasi yang bermanfaat bagi penulis yang akan datang.Analisis Framing Citra Driver Ojek Online Di Kalangan Warganet Studi Kasus Tayangan Youtube “Cerita Ojol”