

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti akan menyimpulkan hasil-hasil dari temuan dalam penelitian ini, peneliti juga akan memberikan saran untuk penelitian berikutnya yang mengimplementasikan teori yang sama dengan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

#### 5.1 Kesimpulan

##### 1. Fungsi Berbagi (*Share*) Akun Instagram @masjiddbandung

Akun Instagram @masjiddbandung ini digunakan sebagai salah satu media sosial untuk menyebarkan unggahan *post* mengenai kajian agama yang diselenggarakan di Masjid Daarut Tauhiid Bandung. Alasan utama dari penggunaan akun Instagram ini adalah untuk mempermudah jamaah untuk mengakses informasi dimanapun dan kapanpun, selain itu, fitur dari Instagram seperti *shorts* ataupun *livestreaming* pun memiliki peran yang penting dalam menginformasikan jamaah akan kajian yang akan ataupun yang sedang diselenggarakan di masjid tersebut. Pada akun Instagram ini juga tersedia tautan-tautan atau *link* yang dapat diakses oleh jamaah jika ada jamaah yang ingin melihat *livestreaming* melalui media sosial yang lain.

##### 2. Fungsi Optimasi (*Optimize*) Akun Instagram @masjiddbandung

Fungsi optimasi ini sayangnya belum memiliki dampak yang cukup signifikan, terutama pada aspek ciri khas setiap unggahan. Hal ini terjadi karena

kebanyakan jamaah hanya berfokus kepada siapa yang akan mengisi materi kajian tersebut serta topik apa yang akan dibahas pada kajian tersebut. Tetapi untuk *post* unggahan, *admin* sudah menerapkan jadwal-jadwal yang digunakan untuk mempost unggahan kajian-kajian tersebut dengan melihat dari seberapa besar kajian yang akan diselenggarakan, jika kajian yang akan diunggah adalah kajian per hari atau *daily*, maka *admin* akan mengusahakan untuk mengedit unggahan tersebut satu hari sebelum kajian tersebut dimulai, sehingga *admin* memiliki waktu untuk memperbaiki unggahan tersebut jikalau ada perubahan pemateri, sementara untuk kajian khusus atau kajian besar akan *admin* unggah dalam jangka waktu satu minggu bahkan satu bulan sebelum kajian tersebut dimulai dikarenakan banyaknya jumlah jamaah yang ingin bertanya serta mendaftarkan diri mereka di kajian tersebut.

### 3. Fungsi Mengatur (*Manage*) Akun Instagram @masjidtdbandung

Pada akun Instagram @masjidtdbandung, fungsi *manage* yang diterapkan sudah optimal, dengan *admin* yang mengawasi media tersebut dari *troll messages*, tetapi yang terjadi justru tidak ada yang namanya *troll messages*, bahkan pesan-pesan yang masuk ke akun Instagram @masjidtdbandung baik melalui unggahan maupun DM semuanya menanyakan perihal kajian-kajian yang akan diselenggarakan, beberapa juga ada yang menanyakan perihal materi kajian yang sudah selesai jika dirasa penjelasan dari pemateri masih belum jelas. *Admin* juga selalu merespon semua pertanyaan yang diberikan oleh jamaah dengan cepat,

sehingga terciptanya interaksi *real time* yang diharapkan jamaah jika berinteraksi dengan *admin*.

#### 4. Fungsi Pelaksanaan (*Engage*) Akun Instagram @masjiddbandung

Akun Instagram @masjiddbandung ini sudah mengimplemetnasikan fungsi *engage* dengan baik, dengan melibatkan pemuka agama dalam unggahan *post* mengenai kajian-kajian khusus seperti kajian pada hari raya Idul Fitri, kajian setiap Kamis malam, serta khutbah Jumat, pemuka agama yang dilibatkan oleh akun Instagram ini tidak lain adalah K.H. Abdullah Gymnastiar atau Aa Gym yang tentunya adalah seorang publik figur yang sangat dikenal oleh masyarakat baik di sekitar wilayah Geger Kalong, di luar kota, bahkan di luar pulau pun mengenal Aa Gym. Namun, strategi mereka dengan menggunakan *template layout* yang berbeda per harinya dapat dibilang kurang efektif, ini dikarenakan kebanyakan jamaah hanya berfokus kepada pemateri yang mengisi materi pada hari itu, serta topik yang dibahas oleh pemateri tersebut.

### 5.2 Saran

Pada bagian ini, peneliti akan memberikan saran-saran berdasarkan hasil analisa peneliti terhadap semua temuan yang peneliti temukan, peneliti berharap saran ini bisa menjadi pertimbangan bagi pengelola akun Instagram @masjiddbandung, Universitas, dan bagi penelitian berikutnya.

1. Untuk Pengelola Akun Instagram @masjiddbandung: Peneliti berharap pengelola dapat mempertimbangkan untuk membuat *video* sejenis *moodbooster* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *engagement* terhadap Masjid Daarut Tauhiid, terutama pada jamaah remaja dan dewasa awal, ini dikarenakan

*video* sejenis itu jauh lebih singkat dibandingkan VOD *livestreaming*, selain itu, peneliti juga berharap pengelola dapat mempertimbangkan untuk menggunakan fitur *shorts* atau *reels* sebagai konten untuk menunjukkan inti dari materi kajian-kajian yang diselenggarakan.

2. Untuk Universitas: Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang serupa, yaitu strategi komunikasi media sosial.
3. Untuk Penelitian Berikutnya: Peneliti sadar betul bahwa penelitian ini hanya berfokus kepada satu media sosial saja, sehingga media sosial yang lain tidak diteliti oleh peneliti, maka dari itu, peneliti berharap untuk penelitian berikutnya akan memperluas jangkauannya kepada media sosial yang lain dan lebih memperdalam analisa untuk penelitian berikutnya.

