

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang diuraikan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan strategi komunikasi internal pengurus masjid Agung Kudus ialah: *pertama*, rapat perencanaan. Tahap awal pengurus merencanakan konten sesuai dengan program masjid sebanyak 108 konten dalam setahun. *Kedua*, rapat implementasi, menjelang pelaksanaan konten *live streaming* pengurus mempersiapkan konten dengan cara pengelompokan berdasarkan jenis kegiatan rutin seperti ngaji tafsir Al-Qur'an, Ahad Pagi Awal Bulan (APAB), dan Mauidhoh Hasanah. *Ketiga*, rapat evaluasi, bentuk komunikasi yang disampaikan dari rapat pengurus yang diturunkan kepada tim media sehingga mereka hanya patuh melaksanakan perintah sesuai dengan arahan pengurus. Sementara strategi pemanfaatan media YouTube Masjid Agung Kudus agar pengurus konsisten melakukan *live streaming* dan meningkatkan interaksi kepada *subscriber* dengan cara membalas komentar jamaah di media sosial.

Penelitian ini berusaha untuk meneliti tentang strategi komunikasi dakwah pengurus Masjid Agung Kudus dalam memanfaatkan media sosial YouTube menggunakan beberapa hal yang dijabarkan dalam penelitian ini meliputi; *Pertama*, sasaran komunikasi yang digunakan pengurus Masjid Agung Kudus menasar pada masyarakat menengah ke atas, anak muda hingga dewasa terutama masyarakat Kudus dan afiliasi organisasi sosial keagamaan menasar pada Nahdlatul Ulama (NU). *Kedua*, penyusunan pesan yaitu menentukan tema dan materi yang akan disampaikan. Maka dari itu, syarat utama seorang *da'i* dalam mempengaruhi khalayak ialah mampu membangkitkan perhatian dan mampu menggerakkan khalayak untuk melakukan suatu kegiatan. *Ketiga*, metode komunikasi baik ditinjau berdasarkan isi dan cara. Menurut cara pelaksanaan Masjid Agung Kudus memanfaatkan media, dapat diwujudkan dalam metode *redundancy* (mempengaruhi khalayak dengan cara pengulangan pesan) dan *canalizing* (menyediakan saluran-saluran). Menurut isinya masjid ini menggunakan metode informatif, persuasif, dan edukatif. *Keempat*, peranan komunikator dalam proses komunikasi dakwah, seorang komunikator harus memiliki empati atau merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. *Kelima*, pemilihan media yang tepat dalam menyelesaikan kegiatan dakwah. Menurut peneliti, pemanfaatan

media social YouTube merupakan gabungan dari media penyiaran dan media internet sebagai alternatif pada strategi dakwah.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil temuan yang dilakukan peneliti, ada beberapa hal yang ingin disampaikan antara lain:

1. Pengurus Masjid Agung Kudus

Diharapkan pengurus masjid agung kudus terus berusaha ikhlas dalam merangkul, mengawal, mengarahkan, dan mengayomi jamaah. Meskipun jamaah berasal dari berbagai macam aliran namun tidak menutup kemungkinan untuk terus membina umat dengan menghadirkan Islam yang *Rahmatan Lil Alamin*.

2. Tim Media Masjid Agung Kudus

Diharapkan tim media bisa mengembangkan kreatifitas konten. Bisa menjaga konsistensi dalam mengunggah konten dimedia sosial. Kedepan bisa lebih kreatif lagi dalam membuat konten tanpa mengandalkan program kegiatan masjid saja. Melainkan memiliki program konten sendiri dalam kepengurusannya. Selain itu, diharapkan tim media lebih aktif lagi dalam merespon jamaah di media sosial. Dalam arti, tidak hanya fokus mendengarkan kajian saja, tetapi dalam hal tersebut tim media juga merespon jamaah sesuai dengan topik yang dibahas. Kemudian, setiap cover tayangan konten dimedia sosial bisa lebih diberikan sub-sub tema yang dibahas pada saat itu, biar jamaah lebih mudah memahami tema saat *live streaming*.

3. Jamaah

Diharapkan supaya tetap menjalin dan memperkuat tali silaturahmi terhadap siapapun. Sehubungan dengan Indonesia adalah negara memiliki anugrah dan kaya akan keragaman maka dihimbau tetap mengedepankan sikap saling menghargai, menghindari perselisihan, dan menjaga kerukunan demi terwujudnya persatuan dan kesatuan.

4. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti lagi perkembangan media Masjid Agung Kudus supaya lebih baik lagi dari penelitian terdahulu. Selalu mengembangkan dan mengevaluasi penelitian terdahulu. Apabila terdapat kelemahan dan kekurangan dengan menambah referensi dengan judul yang relevan terkait hal itu. Media sosial tergolong masih baru di zaman ini, jadi untuk referensi yang diterbitkan tidak terlalu banyak.