

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pada penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Takmir Masjid Agung Kota Kediri dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat tiga strategi komunikasi yang diterapkan oleh Takmir Masjid Agung dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi. Pertama, strategi komunikasi dengan pemberian kepercayaan kepada para Pengurus UPZ Masjid Agung menciptakan kondisi organisasi yang harmonis tanpa ada tekanan sehingga dalam menjalankan program tersebut dapat berjalan optimal. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT dan model komunikasi persuasif ELM menunjukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri dapat diimplementasikan dengan berhasil. Hal ini selaras dengan dampak dari perkembangan program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dijalankan oleh Pengurus UPZ Masjid Agung.

Kedua, strategi komunikasi Takmir Masjid melalui UPZ Masjid Agung adalah dengan mengadakan sosialisasi dengan memanfaatkan fasilitas masjid seperti gedung untuk mengadakan pengajian, tempat strategis untuk memasang banner dan instagram @masjidagungkotakediri sebagai sarana penunjang sosialisasi tersebut. Ketiga, strategiyang digunakan Takmir Masjid melalui Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri adalah dengan mengadakan kegiatan anjangsana yang langsung berinteraksi dengan para mustahiq produktif.

Adapun faktor penghambat dan pendukung Takmir Masjid Agung Kota Kediri dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi yakni sebagai berikut:

Faktor pendukung program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi meliputi kapasitas dan pengalaman Pengurus UPZ Masjid Agung dalam mengelola ZIS, pemanfaatan fasilitas yang dimiliki Masjid Agung Kota Kediri seperti ruangan untuk mengadakan kegiatan, tempat strategis untuk memasang banner dan akun instagram @masjidagungkotakediri sebagai sarana penunjang dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi. Faktor penghambat meliputi minimnya anggaran operasional dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi, minimnya rasa syukur dan kesadaran dalam diri para mustahiq serta masih adanya wabah pandemi covid-19.

B. SARAN

Saran yang dapat diberikan peneliti bagi Takmir Masjid Agung Kota Kediri berdasarkan penelitian yang telah diuraikan adalah, alangkah baiknya jika pada strategi komunikasi Takmir Masjid Agung Kota Kediri yang memanfaatkan banner dan instagram sebagai media yang digunakan untuk sosialisasi, agar dapat lebih ditingkatkan lagi terkait dengan

kreativitas pengelolaan isi pesannya agar menarik masyarakat, serta dalam instagram agar memperbanyak konten-konten edukatif terkait informasi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dikemas dengan ringan, menarik, dan mudan dimengerti serta dapat dijangkau oleh masyarakat secara luas. Sehingga masyarakat akan lebih mengenal atau mengetahui keberadaan akun instagram Masjid Agung Kota Kediri serta dapat mempersuasi masyarakat untuk mempelajari konten edukatif pada akun instagram Masjid Agung Kota Kediri. Bagi praktisi dan akademisi, penelitian ini belum bisa dikatakan selesai dan berakhir, karena kebenaran ilmu bersifat relatif dan dinamis. Maka dari itu, untuk masa – masa yang akan datang, diperlukan eksplorasi yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan oleh Takmir Masjid Agung. Semoga penelitian ini memberikan gambaran informasi bagi penelitian selanjutnya dan membawa kebaikan bagi ummat.