

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang sudah dilakukan melalui pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi serta pemaparan analisa yang sudah dilakukan di pembahasan mengenai *Islamic branding* di sosial media Insatagram Inisiatif Zakat Indonesia dalam membangun *brand awareness*. Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu:

1. *Islamic branding* sudah dilakukan oleh Izi dengan baik dan sesuai dengan sebagaimana mestinya *Islamic branding* di implementasikan dalam hal ini di sosial media Instagram. Hal-hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana *Islamic branding* yang dilakukan di Instagram oleh IZI sangat menjunjung tinggi kesesuaiannya dengan syariat islam.

Selain itu pada prosesnya pun juga sudah melibatkan tokoh ulama yang mengawasi melalui dewan dan biro yang sudah dibuat secara mandiri oleh IZI. hal ini tentunya memperkuat kesyariahan *campaign* yang dikeluarkan oleh IZI di Instagram, dan juga memperkecil kemungkinan ketidaksesuaiannya isi pesan yang disampaikan IZI kepada masyarakat dengan syariat Islam. Secara fungsinya pun *campaign* yang dilakukan IZI melalui media sosial Instagram sudah sangat sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam agama Islam. Contohnya fungsi pelaporan dan transparansi yang dilakukan melalui konten dengan konteks *report* kegiatan, konten ini sangat menggambarkan konsep Amanah dan Shiddiq yang berarti kejujuran.

Hal yang demikian ini tentunya dapat meningkatkan kepercayaan di tengah masyarakat dan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang sudah dijelaskan di latarbelakang mengenai pengoptimalan dana Zakat. Meningkatnya ketertarikan dan kepercayaan masyarakat terhadap IZI juga bisa dilihat dari hasil survey yang dilakukan oleh IZI secara mandiri yang

jika dilihat IZI tidak berada di urutan yang buncit. Melainkan ada di urutan awal bersama dengan lembaga zakat swasta lainnya yang sudah lebih dulu berdiri dan tentunya memiliki *brand awareness* yang kuat.

2. Pemanfaatan sosial media Instagram yang sudah sangat optimal. Dilihat dari bagaimana pemanfaatan setiap *tools* yang ada di Instagram digunakan oleh IZI dengan sangat baik untuk menjalankan *Islami branding* di Instagram IZI. Hal ini dibuktikan dengan hasil survey yang menunjukkan hasil positif. Selain itu keterangan dari narasumber yang mengatakan bahwa selama ini terjadi peningkatan *brand awareness* juga memperkuat hasil survey tersebut.

Peningkatan *follower* di Instagram juga terjadi meskipun berjalan perlahan namun dalam prosesnya menunjukkan sebuah progress yang baik. Melihat umur akun Instagram IZI sendiri yang terbilang masih baru.

B. Saran

Dalam eksekusinya *Islamic branding* yang dilakukan oleh IZI sudah sangat baik. Terdapat beberapa kelemahan yaitu tidak ada pengemasan *campaign* yang khas dan unik, masih banyak hal yang sama dengan *trend* yang ada dan dikemas terlalu gamblang. IZI hanya perlu mengembangkannya di beberapa aspek seperti. Mencoba menghasilkan jenis konten untuk *campaign* dengan versi yang berbeda. Contohnya membuat *short movie* namun diunggah di Instagram bukan di *platform* seperti YouTube. Selain itu penggunaan *influencer* yang lebih dikenal dan tentunya sesuai dengan identitas IZI amat sangat membantu dalam meningkatkan *engagement* kedepannya.

Penyematan tautan atau link Instagram yang terkadang hanya menyematkan nama dari akun Instagram IZI juga menjadi salah satu kelemahan dan detail yang terlewat. Untu, di beberapa *platform* yang tidak terintegrasi secara resmi seperti TikTok atau pun facebook, lebih baik jika menyematkan *link URL* dari Instagram IZI, agar pengunjung langsung bisa terhubung ke *home page* Instagram IZI.

Pembuatan komunitas secara *Online* untuk kalangan umum tanpa syarat tertentu yang bersifat khusus di Instagram, tentunya juga bisa menarik perhatian, dimana masyarakat lebih dilibatkan dalam membantu masyarakat lain yang sedang mengalami kesulitan. Contoh dari kegiatannya misalnya menjadikan anggota komunitas tersebut sebagai relawan media marketing yang ikut menyebarkan *campaign*. Tentunya ini menjadi hal baru yang menarik bagi masyarakat yang ingin terlibat. Hal ini juga sangat membantu untuk menyebar luaskan nama IZI sebagai lembaga yang peduli dan sekaligus dekat dengan masyarakat

