

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam skripsi ini, maka kesimpulan yang dapat penulis ambil dari hasil penelitian terhadap Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Pemamfaatan Media Sosial (Instagram) Untuk Merekrut Anggota Baru Hmi Cabang Mandailing Natal adalah:

##### 1. Perencanaan

Agar komunikasi melalui media sosial yang dilakukan organisasi HMI cabang Mandailing Natal berjalan dengan lancar dan efektif, sangat diperlukan strategi yang cocok dalam pelaksanaannya, strategi yang harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang dialami oleh organisasi tersebut. organisasi HMI cabang Mandailing Natal merencanakan strategi komunikasi media sosial yang secara khusus dijalankan oleh divisi media sosial dibawah departemen promosi dan humas.

##### 2. Implementasi

kepala divisi sosial media HMI cabang Mandailing Natal memberitahukan *job desc* dari admin media sosial. Setelah admin mengetahui tugas-tugas yang akan dikerjakannya, kemudian admin mencari dari mana sumber konten artikel yang akan mereka posting. Untuk informasi tentang internal HMI cabang Mandailing Natal diperoleh dari divisi lain yang kemudian disampaikan kepada divisi media sosial HMI cabang Mandailing Natal untuk selanjutnya diposting oleh admin media sosial HMI cabang Mandailing Natal. Selain itu untuk konten artikel-artikel lain tentang sejarah HMI dan tanggal-tanggal masa perekrutan anggota baru HMI cabang Mandailing Natal mendapatkannya dari pengurus komisariat.

### 3. Evaluasi

Setelah mengetahui bagaimana perencanaan dan implementasi strategi pelaksanaan komunikasi media sosial dalam pemanfaatan media sosial Instagram untuk merekrut anggota baru HMI cabang Mandailing Natal, selanjutnya adalah bagaimana evaluasi strategi dari komunikasi media sosial tersebut. Menurut Fred R David terdapat tiga aktivitas dasar evaluasi strategi (David, 2002). yang pertama adalah meninjau ulang faktor eksternal dan internal, dalam hal ini media sosial HMI cabang Mandailing Natal. selalu meninjau kinerja admin dan meng-*update* informasi apa yang dibutuhkan oleh *followers* media sosial. Yang kedua, yaitu mengukur kinerja, dalam hal ini apabila ada admin yang tidak bekerja secara maksimal akan secepatnya dicarikan pengganti. Yang ketiga adalah, mengambil tindakan korektif, menurut ketua HMI Madina, sampai sejauh ini media sosial HMI cabang Mandailing Natal dikelola dengan baik oleh bidangnya. Hal ini dibuktikan dengan setiap adanya jadwal pelatihan selalu di posting di dalam media social HMI.

### 4. Analisis SWOT

Untuk menganalisis strategi komunikasi media sosial Instagram HMI cabang Mandailing Natal dalam memanfaatkan perekrutan anggota baru, penulis menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

## **B. Saran**

Bagi organisasi HMI cabang Mandailing Natal kedepannya diharapkan menjadi pelopor organisasi digital di Mandailing Natal. Potensi anggota yang banyak harus terus dimanfaatkan dalam melakukan peningkatan skil dalam bidang pengelolaan media sosial yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusalim Sitompul. (2018). *Pedoman Basic Training*. PB. HMI.
- Agustina. (2016). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi, Vol. 4.No.*, 412.
- Al-Imam al Hafizh Muhammad bin Isma'il al-Bukhari. (2013). *Ensiklopedi Hadits-Hadits Adab*. 1–679.
- Amir, M. T. (2011). *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Grafindo.
- Andi Hardiansyah. (2017). Peran Kader Himpunan Mahasiswa Islam Dalam Membangun Tradisi Ilmiah Di Dalam Kampus (Studi Peran Kader Himpunan Mahasiswa Islam Di Universitas Negeri Makassar). *Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)*, vol 2 no 2.
- Ariesta, O. (2016). *Strategi Komunikasi Crowdfunding Melalui Media Sosial (Studi Kasus Strategi Komunikasi Crowdfunding “Upcycling Project Untuk Anak Putus Sekolah” Melalui Media Sosial Wujudkan. com*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handook*. Media kita.
- Bagas. (2025). *wawancara dengan bagas salah satu anggota komisariat HMI cabang Mandailing Natal*.
- Burhanuddin, N. (2000). *Al-Qur'an Tajwid & Terjemah Al-Karim*. Ziyad Book.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi, cet. 1*. PT Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2002). *manajemen strategi konsep*. Prenlahindo.
- Efendy, O. U. (2006). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2009). *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Rosdakarya.
- HMI, P. (2021). *Hasil-Hasil Kongres HMI Ke XXXI*. HMI.

- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Kompetensi, Vol. 11.No(33)*.
- Maharani, I. A. rdiansah dan A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. CV Cendekia Press.
- Mangkuprawira, S. (2011). *Manajemen Sumberdaya Manusia Strategic*. Ghalila Indonesia.
- Marwell dan Schmitt dalam Morissan, P. A. C. W. (2019). *Teori Komunika*s. Ghalila Indonesia.
- Mormes, D. W. P. and M. De. (2017). Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 9.No.(77)*, 112.
- Muhammad Ansar Aqil. (2008). *Integrasi Al-Qur'an dan Sains: Suatu Perspektif Komunikasi*. UIN Alaluddin.
- Muhtadi. (2010). Implementasi Al-Qur'an Surat Al-Alaq Ayat 1-5 dalam Pembelajaran Sains dan Teknologi. *Universitas Darul Ulum, Vol.5 No.1*, 181.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, M. R. (2025). *wawancara dengan M.Riswan Nasution tentang sejarah HMI cabang Mandailing Natal*.
- Nasutoin, R. (2025). *HMI*.
- PB HMI. (2023). *Hasil - Hasil Kongres HMI Ke XXXI*. Pengurus Besar HMI.
- Pntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. PT Alex Komputindo.
- Rangkuti, S. (2025). *wawancara dengan sanjaya rangkuti mengenai media sosial HMI Mandailing Natal*.
- Rizka, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja". *JOM FISIP, VOL 4 NO 2*.
- Salafuddin, M. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang*'. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Saleh, U. (2021). Pendekatan Dan Strategi Penanaman Nilai-Nilai Tauhid Dalam Pengkaderan Himpunan Mahasiswa Islam (Hmi) Cabang Padang Sidempuan. *Pendekatan Dan Strategi Penanaman Nilai-Nilai Tauhid Dalam Pengkaderan Himpunan Mahasiswa Islam (Hmi) Cabang Padang Sidempuan*.
- Samsuddin, S. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia.
- Saputra, D. (2025). wawancara dengan dedi saputra mengeni pengelolaan media sosial HMI Mandailing Natal.
- Setyastuti, Y. (2012). Apresiasi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert- Introver. *Jurnal Komunikator*., Volume 4,.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumberdaya Manusia Membangun Tim Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*. Bumi Aksara.
- Solichin. (2010). *HMI Candradimuka*. Sinergi Persadatama Foundatiaon.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Erlangga.
- Stephen P. Robbins, M. C. (2010). *Manajemen Edisi Kesepuluh Jilid I*. Erlangga.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tjokroamidjojo, B. (1988). *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*. cv masangung.
- Trihastuti, A. E. (2019). *komunikasi Internal Organisasi*. Deppublisher.
- Ummah, M. S. (2019). Al Qur'an. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Websindo, T. M. (2019). *Indonesia Digital 2019: Media Sosial*. Tim Media Websindo. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>