

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Elemen hiburan (*entertaimen*) pada akun *Instagram* UIN Antasari dengan indikator konten yang dibagikan akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin menyenangkan dan akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin menarik memiliki skor rata-rata 3,05 dengan kategori tinggi.
2. Elemen interksi pada akun *Instagram* UIN Antasari dengan indikator dapat berbagi informasi pada akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin, diskusi dan pertukaran pendapat dilakukan pada akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin dan mudah mengekspresikan pendapat pada akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin memiliki skor rata-rata 2,97 dengan kategori tinggi.
3. Elemen trend pada akun *Instagram* UIN Antasari dengan indikator informasi yang dibagikan akun *Instagram* UIN Antasari Banjarmasin adalah informasi yang terbaru dan penggunaan *Instagram* oleh UIN Antasari sesuai trend saat ini memiliki skor rata-rata 3,35 dengan kategori tinggi.
4. Elemen iklan pada akun *Instagram* UIN Antasari dengan indikator unggahan/*content* di akun *Instagram* UIN Antasari yang mempromosikan UIN Antasari menarik perhatian, unggahan/*content* di akun *Instagram* UIN Antasari yang mempromosikan UIN Antasari disukai dan unggahan/*content* di

akun *Instagram* Antasari yang mempromosikan UIN Antasari secara positif mempengaruhi perhatian terhadap UIN Antasari memiliki skor rata-rata 3,26 dengan kategori tinggi.

5. Elemen kustomisasi pada akun *Instagram* UIN Antasari dengan indikator informasi yang dibutuhkan dapat ditemukan di akun *Instagram* UIN Antasari dan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan berkat petunjuk di akun *Instagram* UIN Antasari memiliki skor rata-rata 3,25 dengan kategori tinggi.
6. Penelitian ini menemukan bahwa elemen trend pada *Instagram* UIN Antasari memperoleh rata-rata skor tertinggi dengan rata-rata skor 3,35 dan elemen paling rendah adalah interaksi dengan skor 2,97. Dengan demikian, urutan skor paling tinggi sampai paling rendah adalah trend, iklan, kustomisasi, hiburan, dan interaksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil kesimpulan terkait aktivitas pemasaran media sosial (*social media marketing activities*) *Instagram* Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pengelola akun harus menerapkan prinsip bauran pemasaran (*marketing mix*) agar lebih diketahui banyak orang mengenai informasi yang ada di dalam instansi.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencermati hubungan aktivitas sosial media dengan niat mendaftar di perguruan tinggi.