

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Analisis Instagram @RealMadrid sebagai Media Informasi dalam Membangun Hubungan Komunikasi dengan Madridista Indonesia”, dapat disimpulkan bahwa Instagram @RealMadrid Instagram Account memiliki peran penting sebagai media informasi resmi yang digunakan oleh klub Real Madrid CF dalam menyampaikan berbagai perkembangan kepada penggemarnya di seluruh dunia, termasuk Madridista Indonesia. Melalui akun tersebut, klub secara konsisten membagikan informasi mengenai jadwal pertandingan, hasil laga, aktivitas pemain, serta berbagai kegiatan klub lainnya. Konsistensi penyampaian informasi ini menjadikan Instagram sebagai sumber informasi utama yang dipercaya oleh penggemar sekaligus menjaga keterhubungan antara klub dan Madridista Indonesia meskipun berada pada jarak geografis yang jauh.

Pola komunikasi yang terbentuk melalui Instagram cenderung bersifat satu arah, di mana klub lebih berperan sebagai penyampai informasi sementara penggemar berperan sebagai penerima pesan. Meskipun Instagram menyediakan berbagai fitur interaksi seperti komentar, balasan, dan reaksi, fitur tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pihak klub untuk membangun komunikasi dua arah secara intens. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Real Madrid lebih menekankan pada penyampaian informasi resmi serta menjaga citra klub sebagai institusi profesional berskala global dibandingkan dengan membangun dialog langsung secara aktif dengan penggemar.

Meskipun komunikasi dua arah masih terbatas, Madridista Indonesia tetap menunjukkan keterlibatan yang aktif melalui akun Instagram @RealMadrid Instagram Account. Penggemar memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia seperti memberikan komentar, tanda suka, serta membagikan ulang konten sebagai bentuk dukungan terhadap klub. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan

penggemar dalam komunikasi digital tidak selalu bergantung pada adanya respons langsung dari organisasi, tetapi juga dipengaruhi oleh keberlanjutan informasi serta kedekatan emosional yang terbentuk melalui konten yang dibagikan oleh klub.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi Madridista Indonesia terhadap akun Instagram @RealMadrid Instagram Account secara umum bersifat positif. Informasi yang disampaikan dinilai jelas, konsisten, dan mudah diakses oleh penggemar. Selain itu, penyajian konten visual seperti foto dan video membuat informasi lebih menarik dan mudah dipahami. Konsistensi unggahan yang dilakukan klub juga membuat penggemar merasa tetap terhubung dengan perkembangan klub meskipun berada jauh dari pusat aktivitas Real Madrid.

Dalam perspektif *Relationship Management Theory*, hubungan komunikasi antara Real Madrid dan Madridista Indonesia melalui Instagram dapat dilihat melalui terbentuknya unsur kepercayaan, komitmen, dan kepuasan penggemar terhadap informasi yang disampaikan oleh klub. Kepercayaan muncul karena informasi berasal dari sumber resmi dan disampaikan secara konsisten. Komitmen terlihat dari keberlanjutan aktivitas komunikasi klub melalui unggahan konten secara rutin, sedangkan kepuasan penggemar tercermin dari persepsi positif terhadap kemudahan akses informasi serta kualitas konten yang disajikan. Namun demikian, aspek keseimbangan komunikasi atau *control mutuality* masih belum sepenuhnya optimal karena interaksi langsung antara klub dan penggemar masih terbatas.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam pengelolaan hubungan komunikasi melalui Instagram, seperti keterbatasan respons dari pihak klub terhadap komentar penggemar, perbedaan bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi, serta perbedaan zona waktu antara Spanyol dan Indonesia. Meskipun demikian, hambatan tersebut tidak secara signifikan mengurangi loyalitas penggemar terhadap klub.

5.2 Saran Praktis dan Akademis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan Instagram melalui akun resmi @RealMadrid sebagai media informasi dalam membangun hubungan komunikasi antara Real Madrid CF dan Madridista Indonesia, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi pihak terkait serta secara akademis bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi digital dan pengelolaan hubungan antara organisasi dan publik.

1. Saran Praktis

Bagi pihak pengelola akun Instagram @RealMadrid, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah berfungsi secara efektif sebagai media penyampaian informasi resmi kepada penggemar di berbagai negara, termasuk Indonesia. Konsistensi penyampaian informasi mengenai aktivitas klub, jadwal pertandingan, hasil laga, serta berbagai kegiatan pemain menjadikan Instagram sebagai sumber informasi yang dipercaya oleh penggemar. Meskipun demikian, pihak klub disarankan untuk mempertimbangkan pemanfaatan fitur interaksi secara lebih optimal guna memperkuat hubungan komunikasi dengan penggemar. Pemanfaatan fitur seperti balasan komentar tertentu, polling, atau konten interaktif lainnya dapat membantu meningkatkan rasa kedekatan dan keterlibatan penggemar tanpa mengurangi konsistensi pesan serta citra profesional klub sebagai organisasi olahraga berskala global.

Selain itu, penyajian informasi yang lebih inklusif juga dapat dipertimbangkan agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh penggemar dari berbagai latar belakang bahasa dan budaya. Penyampaian pesan melalui visual yang lebih komunikatif atau caption yang lebih ringkas dapat membantu penggemar memahami informasi secara lebih cepat. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi digital serta memperkuat hubungan antara klub dan penggemar di berbagai wilayah.

Bagi komunitas Madridista Indonesia, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan komunikasi antara klub dan para penggemar. Oleh karena itu, komunitas disarankan untuk terus memanfaatkan konten dari akun Instagram @RealMadrid sebagai sarana berbagi informasi, diskusi, serta penguatan identitas kolektif penggemar. Komunitas juga dapat berperan sebagai jembatan komunikasi dengan membantu menjelaskan atau menerjemahkan informasi resmi klub kepada anggota komunitas, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami secara lebih merata oleh para penggemar di Indonesia.

Selain itu, komunitas juga dapat mengembangkan aktivitas komunikasi yang lebih aktif melalui diskusi daring, kegiatan nonton bersama, maupun berbagi informasi di media sosial komunitas. Kegiatan tersebut dapat membantu memperkuat rasa kebersamaan serta meningkatkan keterlibatan anggota komunitas dalam mengikuti perkembangan klub.

Bagi para penggemar atau Madridista Indonesia secara individu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bahwa keterbatasan interaksi langsung dari pihak klub bukan semata-mata bentuk pengabaian terhadap penggemar, melainkan bagian dari strategi komunikasi organisasi yang memiliki jangkauan global. Oleh karena itu, partisipasi penggemar melalui komentar, tanda suka, serta berbagi konten tetap memiliki peran penting dalam menunjukkan dukungan terhadap klub. Partisipasi tersebut tidak hanya mencerminkan loyalitas penggemar, tetapi juga membantu menjaga dinamika komunikasi antara klub dan komunitas penggemar di media sosial.

2. Saran Akademis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital, khususnya terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan pengelolaan hubungan komunikasi antara organisasi dan publik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai

saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang yang memungkinkan terbentuknya keterhubungan emosional antara organisasi dan penggemarnya melalui konten visual serta partisipasi audiens.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan *Relationship Management Theory* dapat digunakan untuk memahami bagaimana hubungan komunikasi antara organisasi dan publik terbentuk melalui media sosial. Unsur kepercayaan, komitmen, dan kepuasan penggemar terhadap informasi yang disampaikan oleh organisasi menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan komunikasi yang berkelanjutan di ruang digital.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi objek penelitian, platform media sosial, maupun kelompok penggemar yang diteliti. Penelitian lanjutan dapat membandingkan strategi komunikasi media sosial yang digunakan oleh beberapa klub sepak bola internasional atau menganalisis perbedaan pola komunikasi organisasi pada berbagai platform digital seperti X (Twitter), TikTok, atau YouTube.

Selain itu, penggunaan pendekatan metodologi yang berbeda seperti metode kuantitatif atau juga dapat dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai tingkat keterlibatan, kepuasan, serta loyalitas penggemar terhadap komunikasi organisasi melalui media sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat menggali perspektif penggemar secara lebih mendalam, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana membangun hubungan komunikasi antara organisasi olahraga dan publiknya di era digital.