

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini yang telah dianalisis maupun dari hasil wawancara antara wisatawan lokal dan fotografer profesional. Peneliti mulai menganalisa foto-foto dari 4 akun instagram dan 2 akun facebook dari wisatawan, untuk mengetahui alasan wisatawan dan fotografer profesional mengambil foto di tempat wisata religi islami yang ada di Palembang. Peneliti menggunakan teori Semiotika menurut Roland Barthes di bab sebelumnya untuk mengamati dan menganalisa dari foto wisatawan dan fotografer.

Peneliti mengambil kesimpulan dari 4 akun Instagram dan 2 akun Facebook yaitu akun Instagram @akbarogiwangsyah berada di Kampung Al-Munawar atau Kampung Arab, posisi dari pemilik akun tersebut dekat dengan dermaga Kampung Al-Munawar, akun Instagram yang kedua yaitu @santisks sedang berada di masjid Cheng-Ho dan disebelah kiri menara masjid Cheng-Ho, akun Instagram ketiga yaitu @abdr Rahman_123 berada di dalam bangunan masjid At-Taqwa dan akun Instagram yang keempat yaitu @mya_safire berfoto di Al-Qur'an Al-Akbar, dapat disimpulkan bahwa keempat akun Instagram tersebut memiliki posisi ataupun *angle* masing-masing dalam hal berfoto dan masing-masing menyukai tempat yang berbeda.

Sedangkan akun Facebook Darwawin Perdana dan Ra Riski sama-sama berada di gerbang pintu masuk masjid Sultan Mahmud Badaruddin, dan menyukai interior dan eksterior dari masjid Sultan Mahmud Badaruddin. Alasan fotografer mengambil foto di wisata religi yaitu ingin memperkenalkan masjid At-Taqwa dan Bayt Al-Qur'an Al-Akbar yang memiliki keindahan dan keunikan kepada seluruh wisatawan lokal dan wisatawan luar. Dan kedepannya Masjid Raya At-Taqwa dan Bayt Al-Qur'an Al-Akbar bisa menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Palembang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dari 4 akun Instagram dan 2 akun Facebook serta fotografer, saran-saran yang akan peneliti ungkapkan yaitu untuk akun Instagram @akbarogiwangsyah disarankan agar *angle* pengambilan gambar atau foto sebaiknya jangan di dermaga karena tempat tersebut sangat umum dijadikan *spot* foto, sebaiknya objek ataupun *point of interest* dari bangunan Kampung Al-Munawar bisa terlihat dengan jelas, sebab masyarakat Indonesia yang melihat foto di akun Instagram @akbarogiwangsyah tidak mengetahui dengan jelas wisatawan tersebut berada di objek wisata religi kampung Al-Munawar atau bukan karena tidak ada *caption* ataupun lokasi di akun Instagram @akbarogiwangsyah, sama seperti halnya foto di akun Instagram @santisks bangunan yang menjadi ikonik dari masjid Cheng-Ho tidak ada, tapi yang membedakan akun instagram @akbarogiwangsyah dan @santisks yaitu terdapatnya *caption* atau penempatan lokasi di akun Instagram @santisks, akun Instagram @abdr Rahman_123 terlihat berada di dalam masjid, sama halnya dengan akun @santisks yang memasukan *caption* ataupun lokasi tempat tujuan. Foto pada akun Instagram @mya_safire berada di objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar, akun tersebut memasukan lokasi Bayt Al-Qur'an Al-Akbar walaupun berfoto hanya 4 papan pahatan yang bertuliskan ayat-ayat suci Al-Qur'an, orang-orang dengan mudah mengenali tempat tersebut tanpa *caption* ataupun memasukan lokasi tempat, karena Al-Qur'an Al-Akbar satu-satunya Al-Qur'an yang terbesar di seluruh Indonesia.

Saran untuk ke 4 akun Instagram diatas adalah mencari tempat foto atau ikonik tempat wisata yang akan di kunjungi untuk didokumentasikan dan menambah lokasi ataupun *caption* untuk memberitahukan kepada orang yang melihat Instagram tersebut dan memperjelas makna foto yang bersangkutan. Saran untuk foto kedua akun Facebook Darwawin Perdana dan Ra Riski, berlokasi di tempat yang sama walaupun *angle* berbeda. Tetapi tidak semua viewers, memahami yang berhubungan dengan objek foto tersebut. Sehingga disarankan untuk kedua akun Facebook tersebut lebih memperjelas dalam pengambilan foto dari sisi yang menampilkan nama objek wisata religi yang dijadikan latar dari foto.