

**STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
SANTRI MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-THOYYIBAH
INDONESIA LABUHAN BATU UTARA**

SKRIPSI

SOLEH LUBIS

0105182176



PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

**STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN
SANTRI MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-THOYYIBAH
INDONESIA LABUHAN BATU UTARA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

SOLEH LUBIS

NIM: 0105182176

PROGRAM ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : SOLEH LUBIS
NIM : 0105182176

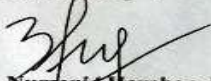
Judul : STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI DALAM
MENINGKATKAN SANTRI MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-
THOYYIBAH INDONESIA LABUHAN BATU UTARA

Dinyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan di pertahankan dihadapan Tim
Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial prodi ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara Medan

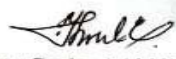
Medan, 16 februari 2023

Disetujui;

Pembimbing I


Dr. Nursapid Harahap, M.A
NIP. 19711104199703002

Pembimbing II


Drs. Syahrul Abidin, M.A
NIDN. 2002116502

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN SANTRI
MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-THOYYIBAH INDONESIA LABUHAN
BATU UTARA**

Yang dipersiapkan dan dipertahankan oleh:

SOLEH LUBIS
0105182176

Telah Diuji dan Dipertahankan Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 16 Februari 2023 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

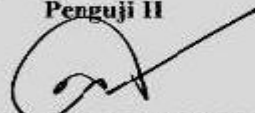
TIM PENGUJI

Penguji I



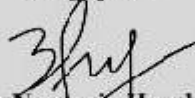
Dr. Muhammad Husni Ritonga, M.A
NIP. 197502152005011005

Penguji II



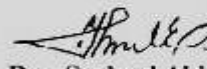
Dr. Abdul Rasyid, M.A
NIB. 1100000086

Penguji III



Dr. Nursapia Harahap, M.A
NIP. 19711104199703002

Penguji IV



Drs. Syahrul Abidin, M.A
NIDN. 2002116502

Medan, 16 februari 2023
Fakultas ilmu sosial
Islam Negeri Sumatera Utara
Dekan



Abdurrahman, M.Pd
19680103 199403 1 004

***STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI PONDOK DALAM MENINGKATKAN SANTRI
MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-THOYYIBAH INDONESIA LABUHAN BATU***

UTARA

SOLEH LUBIS

NIM : 0105182176

ABSTRAK

Lembaga pesantren telah menjadi pusat kegiatan keagamaan yang siap menampung semua kalangan dari berbagai daerah dalam rangka menuntut ilmu agama dan pembinaan moral maupun akhlak yang menjadi prinsip bagi pembangunan bangsa yang religius Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Islam sendiri sudah banyak membeberkan ayat Al-Quran tentang pendidikan. Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan, pesantren dituntut untuk bisa menghasilkan alumni-alumni yang tidak hanya fasih dalam hal agama, namun juga dituntut untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan sekitar dan bisa mengikuti perkembangan teknologi yang menguasai berbagai aktivitas dan kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi, termasuk informasi dunia pendidikan yang semakin beragam. mempromosikan pondok adalah dengan menyebarkan berbagai informasi di media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, website dan juga youtube terkait fasilitas seperti sekolah, masjid, aula, dan kegiatan yang ada di lingkup pesantren seperti proses belajar santri di sekolah maupun di aula pondok, kegiatan menghafal di masjid, kegiatan latihan tilawah oleh alumni pondok yang juga merupakan qori' internasional, kegiatan menulis kaligrafi, dan kegiatan para alumni yang mengabdikan untuk pondok. Penelitian ini menggunakan penelitian Jenis riset yang dipakai yakni riset kualitatif yang bersifat deskriptif yang bermaksud untuk menceritakan bagaimana strategi yang dilakukan pondok pesantren dalam meningkatkan minat santri, Dan data hasil wawancara yang dilakukan peneliti yang dikembangkan dari hasil jawaban responden meliputi strategi yang digunakan pondok pesantren, media yang digunakan dalam mempromosikan pondok pesantren, peran ustadz/ustadzah dalam mempromosikan pondok pesantren, dan tanggapan masyarakat dalam melihat promosi pondok pesantren.

Kata kunci : pondok pesantren, strategi, branding, promosi

**COMMUNICATION BRANDING STRATEGY IN CREATING STUDENTS
ENTERING THE AT-THOYYIBAH INDONEISA ISLAMIC BOARDING
SCHOOL LABUHAN BATU UTARA**

SOLEH LUBIS

NIM : 0105182176

ABSTRAK

Islamic boarding schools have become centers of religious activity that are ready to accommodate all people from various regions in the context of studying religion and developing morals and morals which are the principles for building a religious nation. Education is learning knowledge, skills and habits of a group of people passed down from one generation to the next generation through teaching, training, or research. Islam itself has revealed many verses of the Koran about education. Along with the development of the world of education, Islamic boarding schools are required to be able to produce alumni who are not only fluent in religious matters, but are also required to be able to adapt to the surrounding environment and be able to keep abreast of technological developments that control various activities and community needs in accessing information, including world information. more diverse education. promoting the pondok is by disseminating various information on social media such as WhatsApp, Facebook, Instagram, websites and also YouTube regarding facilities such as schools, mosques, halls, and activities within the scope of Islamic boarding schools such as the learning process of students at school and in the halls of the Islamic boarding school, memorizing activities at the mosque, recitation training activities by alumni of the Islamic boarding school who are also international qori', calligraphy writing activities, and activities for alumni who serve for the Islamic boarding school. This research uses research. The type of research used is qualitative research that is descriptive in nature. It intends to tell how the strategies carried out by Islamic boarding schools in increasing students' interest, and data from interviews conducted by researchers which were developed from the results of respondents' answers include strategies that use Islamic boarding schools, the media used in promoting Islamic boarding schools, the role of ustadz/ustadzah in promoting Islamic boarding schools, and the public's response to seeing the promotion of Islamic boarding schools.

Keywords: Islamic boarding school, strategy, branding, promotion

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Soleh Lubis
Nim : 0105182176
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Tempat / Tanggal Lahir : Pinang Lembang, 01 juni 1999
Judul Skripsi :

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya hasil saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata I di program Studi Ilmu komunikasi FIS UIN Sumatera Utara Medan.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UIN Sumatera Utara Medan.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang di Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UIN Sumatera Utara Medan.

Medan, 02 feb 2023



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Soleh Lubis
Jenis kelamin : Laki - Laki
Tempat / tanggal lahir : Pinang Lombang, 01 juni 1999
Agama : Islam
Golongan darah : B
Status perkawinan : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : jln. Besar pinang lombang desa sei raja
E-mail : [lubissoleh586@gmail](mailto:lubissoleh586@gmail.com)
Telepon : 0822-3702-6836

DATA PENDIDIKAN FORMAL

- SD Negeri desa pinang lombang (2006- 2012)
- Ponpes At – Thoyyibah (MTS) (2012 - 2015)
- Ponpes At – Thoyyibah (MA) (2015 - 2018)
- Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan, Fakultas ilmu sosial, prodi ilmu komunikasi, peminatan hubungan masyarakat (2018 - 2022)

PENGALAMAN MAGANG

- Kantor dinas perhubungan (tahun 2022)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat-Nya penulis dapat mengerjakan dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*STRATEGI BRANDING KOMUNIKASI PONDOK DALAM MENINGKATKAN SANTRI MASUK KE PONDOK PESANTREN AT-THOYYIBAH INDONESIA LABUHAN BATU UTARA*”.

Swalawat dan salam mari kita hadiah kan kepada baginda Muhammad SAW. Yang mana beliau telah membawa ajaran islam dengan penuh kasih sayang dengan membimbing manusia menuju kejalan yang penuh dengan kebenaran. Penulisan skripsi ini telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Dalam penyusunan skripsi yang merupakan syarat kelulusan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. H. Abu Rokhmad, M.Ag** selaku Plt Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak **Prof. Dr. Marimbang, M.A,** selaku Dekan Fakultas ilmu sosial universitas islam negeri sumatera utara
3. Bapak **Dr. Muhammad alfikri Matondang, S.Sos,Msi.** selaku ketua jurusan prgram studi ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri sumtera utara
4. Bapak **Sholihah titin Summanti, M.Ag** selaku sekretaris jurusan program studi ilmu kamunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

5. Bapak **Dr. Nursapia Harahap, M.A.** selaku dosen pembimbing I yang telah membantu, membimbing dan memberikn arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi
6. Bapak **Drs. Syahrul Abidin, M.A** selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi
7. Kepada Seluruh **Dosen Pengajar** dan **Staff** di fakultas ilmu komunikasi yang sudah memberikan banyak ilmu dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis tercinta Ibunda **Roslaini** tersayang yang tiada tara memberikan doa sepanjang waktu, perhatian, kasih sayang yang sangat tak terhingga, semangat yang tiada hasbinya serta dukungan moral maupun materi sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
9. Kepada Sahabat-sahabat terbaik saya **Reima syarah , Juliana, Romadani, Ayu zahara** yang selalu memberi support dan semangat yang tiada hentinya dalam proses perjalanan skripsi ini.
10. Kepada seseorang **Isnaini azhari pasaribu** yang selalu memberikan semangat, doa, motivasi dan selalu menghibur segala kegalauan selama pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan **Pembimbing Skripsi** dan Teman-teman **seperjuangan ilmu komunikasi** terkhusus **ilkom A** yang sudah memberi masukan dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.

Medan, 10 FEBRUARUARI 2023

penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kerangka Teori.....	9
B. Kerangka Konsep	27
C. Kajian Terdahulu.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
A. Metode dan Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Subjek Penelitian	48
D. Instrumen Penelitian	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisa Data	51
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
1.1. Gambaran Umum lokasi penelitian	53
1.2. Hasil Wawancara mengenai startegi branding komunikasi yang dilakukan oleh pihak pondok pesantren.....	63

1.3. Pembahasan 68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN 68

B. SARAN 70

DAFTAR PUSTAKA..... 72

