

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1. Gambaran Umum lokasi penelitian**

##### **1.1.1. Letak Geografis pondok pesantren At- Thoyyibah indonesia**

Pesantren At-Thoyyibah Indonesia merupakan salah satu pondok pesantren yang juga tidak terlepas dari peran ulama pemimpin pondok pesantren tersebut. Pesantren At-Thoyyibah Indonesia ini berada di Dusun Pinang Lombang, Kecamatan NA IX-X, Kabupaten Labuhan Batu. Pesantren ini lebih dikenal dengan nama Pondok Pesantren At-Thoyyibah Indonesia Pinang Lombang.

Pinang Lombang merupakan sebuah dusun yang termasuk ke dalam Desa Sei Raja, yang terletak lebih kurang 13 km dari ibu kota kabupaten, yaitu Rantau Prapat. Dusun ini secara administratif termasuk salah satu dari 7 dusun lainnya yaitu Dusun Masihi Kampung Berangir, Dusun Pinang Lombang Atas, Dusun Sumberjo, Dusun Bendungan, Dusun Aek Tualang, dan Dusun Pasar Batu. Desa Sei Raja mempunyai batas-batas wilayah, sebelah Utara berbatasan dengan Desa Simpang Marbau, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Batu Tunggal, sebelah Barat berbatasan dengan Desa Perkebunan Berangir, dan sebelah Timur berbatasan dengan Desa Marbau. Desa ini memiliki luas wilayah 5.750 km<sup>2</sup> ini dimanfaatkan oleh penduduk lebih banyak dalam sektor pertanian dibandingkan sektor lainnya. Dengan perincian 2.591 (pertanian), 157 (perdagangan), 132 (jasa), 65 (pegawai), 47 (lainnya).

Orang yang pertama kali membuka kampung ini adalah orang Tapanuli bagian Selatan, terlihat dari marga orang tersebut yaitu Harahap, menyusul kemudian orang Lapining yang juga berasal dari Tapanuli bagian Selatan bermarga Ritonga. Saat itu, untuk mencari orang Lapining ini orang-orang kampung menyebutnya di Lombang. Lama kelamaan sebutan untuk dusun tersebut menjadi Pinang Lombang. Banyaknya penduduk yang bermigrasi ke Dusun Pinang Lombang Desa Sei Raja ini tercatat dalam Badan Pusat Statistik Kecamatan NA IX-X

Kabupaten Labuhan Batu Tahun 1993 yang berjumlah 6.669 jiwa terdiri dari 1.119 KK (Kepala Keluarga) dengan perincian sebanyak 1.656 jiwa pria dan 1.675 jiwa wanita serta 1.649 jiwa anak-anak (laki) dan 1.689 jiwa anak-anak (perempuan). Komposisi penduduk yang heterogen ini dihuni dengan mayoritas penduduk beragama Islam yang berjumlah 6.564 Islam dan 105 beragama Kristen

### **1.1.2. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren At-Thoyyibah**

Berdirinya Pesantren At-Thoyyibah Indonesia bermula dari adanya ide atau keinginan dari para tokoh-tokoh yang pada saat itu kebanyakan berkecimpung di organisasi Muhammadiyah Labuhan Batu. Di samping itu, pendirian ini juga atas kesadaran rasa cinta kepada agama, nusa dan bangsa, serta tanggung jawab moral untuk meneruskan usaha-usaha yang telah dirintis para ulama dan pemimpin Islam dalam menyiarkan ajaran agama Islam.

Kesadaran akan hajat umat Islam atas pemimpin-pemimpin yang jujur dan cakap dalam pengabdian kepada umat manusia, merupakan dorongan yang menunjang semangat untuk pembangunan Pesantren At-Thoyyibah Indonesia. Para tokoh-tokoh tersebut antara lain, Abdul Manam Malik yang pada saat itu menjabat sebagai ketua Muhammadiyah Labuhan Batu, H. Adenan Lubis, Dahlan Lubis, Adian Manaf dan tokoh-tokoh Muhammadiyah lainnya.

Berdasarkan musyawarah mereka pada saat itu, akhirnya diperoleh kesepakatan untuk mendirikan suatu lembaga pendidikan Islam. Meskipun didirikan dan dibantu oleh tokoh-tokoh yang kebanyakan berkecimpung di organisasi Muhammadiyah Labuhan Batu, tetapi Pesantren At-Thoyyibah Indonesia adalah sebuah pesantren yang prinsipil menjauhi aliran politik, yang tidak mau disebut NU, Muhammadiyah atau apapun. Walaupun sempat tercetuskan untuk memberi nama "Pesantren Modern Muhammadiyah Pinang Lembang" oleh para tokoh-tokohnya, namun kemudian diurungkan dan diganti menjadi Pesantren At-Thoyyibah

Indonesia Pinang Lembang, Hal ini disebabkan pada saat pembentukan Pesantren At-Thoyyibah Indonesia masyarakat sekitar masih belum memahami organisasi, perti NU atau Muhammadiyah.

Pada saat itu fokus utama pembentukan PAI memperkenalkan ajaran Islam secara umum kepada masyarakat, terutama di Pinang Lembang dalam bentuk pesantren. Mereka diajarkan bagaimana hukum-hukum Islam dan bagaimana mendalami Kitab suci Al-Qur'an. Selain itu juga diajarkan ilmu-ilmu agama lainnya seperti Fiqh, Tauhid, dan lain sebagainya.

Pesantren At-Thoyyibah Indonesia bukanlah pendidikan agama yang dikelolakan bukan pula dinaungi oleh Organisasi Muhammadiyah sehingga pemberian nama Pesantren At-Thoyyibah Indonesia tidak menyebutkan kata Muhammadiyah Berdirinya Pesantren At-Thoyyibah Indonesia tidak terlepas dari tokoh-tokoh yang berperan penting, baik dalam menyumbangkan ide maupun finansial.

Kebanyakan dari para tokoh-tokoh tersebut adalah mereka yang tergabung ke dalam organisasi Muhammadiyah, walaupun tidak terlepas pula masyarakat Pinang Lembang yang pada awalnya sudah mengetahui tentang pembangunan Pesantren AT-Thoyyibah Indonesia. Banyak ustadz yang turut memberikan andil yang cukup besar bagi kejayaan Pesantren At-Thoyyibah Indonesia. Kesuksesan H. Adenan Lubis juga adalah karena dukungan dari pembantu-pembantunya yang kompeten Kebanyakan ustadz-ustadz senior antara lain, Dahlan Lubis, Na'am Harahap, Ibin Munthe, Adian Manaf, dan lain-lain. Mereka adalah keluarga dan sahabat dekat H. Adenan Lubis yang membantu pendirian dan pembinaan Pesantren At-Thoyyibah Indonesia.

### 1.1.3. Peran Pondok Pesantren dalam bidang pendidikan

Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua di Indonesia yang memiliki kontribusi penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Lembaga ini layak diperhitungkan dalam pembangunan bangsa di bidang pendidikan, keagamaan, dan moral. Dilihat secara historis, pesantren memiliki pengalaman luar biasa dalam membina, mencerdaskan, dan mengembangkan masyarakat. Bahkan, pesantren mampu meningkatkan perannya secara mandiri dengan menggali potensi yang dimiliki masyarakat di sekelilingnya.

Pesantren telah lama menyadari bahwa pembangunan sumber daya manusia (SDM) tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga semua komponen masyarakat, termasuk dunia pesantren. Karena itu, sudah semestinya pesantren yang telah memiliki nilai historis dalam membina dan mengembangkan SDM ini terus didorong dan dikembangkan kualitasnya, salah satunya dengan membuka Lembaga sekolah formal, tentunya tetap dalam naungan pondok pesantren.

Era globalisasi merupakan suatu masa yang dimana terjadi tantangan yang dapat merubah kondisi seseorang di berbagai bidang aspek. Kondisi karakter saat ini menjadi perbincangan di dunia pendidikan dikarenakan terjadi degradasi moral dalam kualitas pendidikan di Indonesia, karena dalam dunia pendidikan seharusnya membutuhkan fondasi yang kuat berupa pendidikan karakter.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi seseorang bisa sangat mudah menemukan sesuatu yang disukainya sehingga bisa menyebabkan seseorang terjerumus ke dalam sisi negatif era ini. Remaja merupakan generasi yang paling rentan terhadap sesuatu negatif yang akan menyebabkan kemerosotan moral.

Lingkungan pendidikan remaja kini tidak lagi monoton dan terbatas pada lingkungan sekolah dan lembaga pendidikan saja.

Tapi kini mereka punya akses untuk berhubungan dengan lingkungan luar dan terlibat langsung ke kehidupan lain dengan media teknologi dan informasi. Munculnya media massa, khususnya media elektronik seperti internet yang dihasilkan oleh perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).

Menyebabkan adanya perilaku yang menyebabkan perilaku yang menyimpang yang dapat terjadi, seperti adanya remaja yang menghabiskan waktunya hanya untuk bermain game, main Facebook, dan Chatting lewat jejaring internet. Sehingga yang mana waktunya digunakan untuk menuntut ilmu dan belajar malah digunakan untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Akhirnya dapat berpengaruh negatif pada hasil belajar dan bahkan akan terjadi kemerosotan moral pada remaja tersebut.

Dalam era milenial sekarang ini pondok pesantren berperan sangat penting dalam pembentukan karakter seseorang, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Amir, bahwa pendidikan karakter di Indonesia diharapkan dapat memberikan solusi dari permasalahan yang ada untuk kemajuan pendidikan yang lebih diwarnai dengan nilai-nilai agama. Sebuah karakter yang baik dapat terbentuk apabila seseorang melakukan kegiatan yang positif yang ada dalam lingkungannya, yakni pembelajaran yang dapat meningkatkan kecerdasan spiritual seseorang.

Seperti belajar kitab kuning, belajar Al-Qur'an, sholat berjama'ah, dan kegiatan positif lainnya, kegiatan tersebut hanya dilakukan di lingkungan pesantren dan dilakukan setiap hari, sehingga secara tidak sadar karakter akan tumbuh dengan sendirinya. Peran pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan sangat penting

dalam mengembangkan nilai-nilai agama. Dengan konsep pendidikan yang tepat waktu, terarah, dan terstruktur. Pesantren dapat membekali kepribadian santri-santrinya dengan sikap yang terpuji seperti, rajin, jujur, amanah, mandiri, tanggung jawab, kreatif, inovatif, bekerja keras dan lainnya.

Sehingga akan karakter akan tumbuh dalam dirinya menjadi muslim yang tangguh, taat beribadah, mampu mengatur waktunya agar digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, dan mengatasi masalah yang timbul dari dalam dirinya. Semua itu merupakan peranan penting pondok pesantren dalam pembentukan karakter santri.

Salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh dunia pendidikan saat ini adalah degradasi moral yang dialami oleh sebagian generasi muda milenial, baik dari nilai kesopanan, keramahan, tanggung jawab, tolong menolong, solidaritas, jujur, dan lainnya. Kini nilainilainya semakin memudar di kalangan mereka, faktor yang menyebabkan itu semua adalah kemajuan teknologi informasi dan kurang optimalnya lembaga pendidikan formal yang membentuk karakter para siswanya.

Hal ini terjadi karena pendidikan formal hanya menitik beratkan siswanya dalam hal pengetahuan dan kurang memperhatikan nilai-nilai akhlak dan kepribadian siswanya. Merosotnya budi pekerti generasi milenial disebabkan oleh lingkungan yang tidak kondusif dan kurangnya pranata sosial dalam mengendalikan perubahan sosial yang ada, akhirnya berdampak negatif pada diri mereka. Semua masalah yang dialami oleh generasi milenial yang berkaitan dengan tata krama dan kepribadian yang menurun dapat diatasi di lingkungan pondok pesantren.

Pondok pesantren sebagai lembaga tertua di Indonesia yang keberadaannya sudah ada di masa Wali Songo sampai saat ini, tentunya dituntut agar memiliki upaya dalam memecahkan dan merespon tantangan kehidupan yang serba canggih ini. Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam dan pendidikan karakter tanggung jawabnya sebagai pembawa perubahan (agen of change) karakter terutama bagi generasi muda saat ini yang sebagiannya telah mengalami degradasi moral.

#### 1.1.4. Karakteristik informan

Informan pada penelitian diambil dari Stakeholder, para pegawai dan masyarakat yang berada di lingkungan pondok pesantren. Penelitian dilakukan dengan penelitian Kualitatif yang bersifat Deskriptif agar dapat mengetahui bagaimana strategi yang digunakan dalam mempromosikan pondok pesantren At-Thoyyibah Indonesia.

Adapun Karakteristik Informan untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam table dibawah ini :

**Tabel 2.1. Karakteristik Informan Penelitian**

NO	Nama	JK	Usia	Jabatan
1	Informan 1	L	58 Tahun	Kepala sekolah pondok pesantren
2	Informan 2	L	40 Tahun	TU pondok pesantren
3	Informan 3	P	36 Tahun	Ustad / guru
4	Informan 4	L	42 Tahun	Ustad / guru
5	Informan 5	L	32 Tahun	Ustad / guru
6	Informan 6	L	27 Tahun	Ustad / guru

7	Informan 7	L	28 Tahun	Ustad / guru
8	Informan 8	L	30 Tahun	Masyarakat Di lingkungan pondok pesantren

Peneliti berhasil melakukan wawancara mendalam kepada 8 orang informan. Informan tersebut merupakan Stakeholder dan para staff pegawai yang bekerja dalam Lingkungan pondok pesantren at- thoyyibah . 1 orang merupakan kepala sekolah, 1 orang merupakan TU pondok pesantren at-thoyyibah dan 5 orang merupakan ustad/ guru pondok pesantren at-thoyyibah , dan 1 orang merupakan masyarakat di lingkungan pondok pesantren.

### **1.1. Hasil Wawancara mengenai startegi branding komunikasi yang dilakukan oleh pihak pondok pesantren**

Teori yang di gunakan dalam wawancara menggunakan teori *uses dan effect* mengenai penggunaan media massa dalam mempromosikan pondok pesantren at-thoyyibah indonesia untuk meningkatkan minat santri. Teori tersebut mengemukakan tentang teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah effects bagi pengguna dari media massa tersebut. Serta hasil studi ini hendak diulas diulas gimana aspek itu menggapai tujuan riset.

#### **a. Uses and efect**

merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah effects bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori usess and effects dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang melihat berita dan yang menimbulkan sebuah effects dari apa yang dilihat.



**Tabel 4.2. Matriks Hasil Wawancara Tentang Bentuk penggunaan media sosial atau media massa dalam mempromosikan pondok pesantren**

informan	Pertanyaan	Jawaban
informan 1	strategi apa saja yang dilakukan oleh staf dan masyarakat pondok pesantren dalam membantu mempromosikan pondok pesantren ?	<i>strategi yang kami lakukan itu leh, seperti membagikan brosur ke wali santri yang datang melihat anaknya yang ada di pondok pesantren, kemudian dengan mendekati diri kepada wali santri yang datang dengan cara menceritakan sejarah pondok pesantren.</i>
informan 2	apa bentuk promosi branding yang dilakukan untuk menarik minat masyarakat?	<i>bentuk promosinya itu leh, menyebar brosur, buat postingan di media sosial kayak facebook, whatsapp, dan instagram</i>
informan 3	Media apa saja yang dilakukan pondok pesantren dalam menarik minat masyarakat?	<i>Biasanya leh, media sosial lah leh, kayak facebook, whatsapp, sama instagram</i>
informan 4	kegiatan apa saja yang dilakukan di pondok pesantren dalam melakukan promosi branding pondok pesantren?	<i>kegiatannya leh, kayak ikut acara lomba antar pondok pesantren, ikut acara maulid yang di lakukan masyarakat lah leh.</i>
informan 5	bagaimana peran ustadz / ustadzah dalam mempromosikan pondok pesantren?	<i>peran ustadz / ustadzah nya leh, ya kayak cerita tentang pondok pesantren, anak-anak yang berprestasi, anak – anak yang hapal quran, biar tertarik orang tua untuk memasukan anak nya ke pondok pesantren</i>
informan 6	bagaimana perkembangan pondok pesantren setelah melakukan promosi branding pondok pesantren?	<i>perkembangan pondok agak lumayan lah leh, mulai bertambah sedikit santri yang mau masuk pondok</i>
informan 7	Bagaimana peran alumni pondok pesantren dalam mempromosikan	<i>Peran alumni ya sama kayak memposting tentang pondok,</i>

	pondok pesantren	<i>menceritakan kisah di pondok biar agak tertarik masyarakat masuk ke pondok</i>
informan 8	Setelah mengetahui berbagai hal tentang pondok pesantren, bagaimana sikap masyarakat menanggapi promosi yang dilakukan?	<i>sikap masyarakat sudah mulai tertarik lagi untuk memasukkan anaknya ke pondok pesantren.</i>

Dari hasil yang didapat dalam penelitian ini terkait strategi yang dilakukan pondok pesantren terhadap masyarakat dalam mempromosikan pondok pesantren membuktikan bahwa strategi itu berjalan dengan baik. Dan itu dibuktikan dengan hasil wawancara yang diterima dari informan, dan hasilnya bahwasanya masyarakat ada yang tarik untuk memasukkan anaknya ke pondok pesantren.

Peneliti pun menggali mengenai wawasan informan kepada ustadz/ustadzah dan staf pondok pesantren dan mendapatkan hasil bahwa, sebagian besar informan mengetahui strategi tersebut secara langsung maupun tidak langsung. Bahkan mereka mengetahui apa yang harus dilakukan dalam menjalankan strategi tersebut. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa strategi itu ternyata dapat membuahkan hasil.

Dari Hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada para informan mengenai bentuk promosi yang dilakukan oleh pondok pesantren, masyarakat masih banyak yang kurang tau dikarenakan alasan mereka masing – masing. Informan mengatakan bahwa promosi yang dilakukan dalam bentuk media sosial masih kurang dan belum berjalan dengan baik.

Mengacu pada data yang sudah disajikan diatas, terdapat 8 pertanyaan yang dikembangkan dari teori *uses and effect* dalam studi ini berdasarkan jawaban-jawaban responden. Adapun konsep-konsep yang dikembangkan dari hasil jawaban responden meliputi strategi yang gunakan pondok pesantren, media yang digunakan dalam mempromosikan

pondok pesantren, peran ustadz/ ustadzah dalam mempromosikan pondok pesantren, dan tanggapan masyarakat dalam melihat promosi pondok pesantren.

### **1.1. Pembahasan**

Pondok pesantren adalah lembaga keagamaan, yang memberikan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan agama Islam. Sebuah pondok pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional dimana siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan seorang atau lebih dari seorang guru yang dikenal dengan sebutan seorang Kyai. Asrama untuk para santri berada dalam lingkungan komplek pesantren dimana Kyai bertempat tinggal yang juga menyediakan sebuah masjid untuk beribadah, ruangan untuk belajar dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang lain.

Pesantren pada zaman dahulu milik Kyai, tetapi sekarang kebanyakan pesantren tidak semata-mata dianggap milik Kyai saja, melainkan milik masyarakat. Hal ini disebabkan para kyai sekarang memperoleh sumber-sumber keuangan untuk mengongkosi pembiayaan dan pengembangan pesantren dari masyarakat.

Sedangkan Imam Bawani dalam bukunya menyatakan, "Pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam, umumnya dengan cara non klasikal, dimana seorang kyai mengajarkan ilmu agama Islam kepada santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam Bahasa Arab oleh ulama abad pertengahan, dan para santri tinggal dipondok (asrama) dalam pesantren tersebut. Pada pondok pesantren yang maju terdapat garis pemisah secara jelas antara rumah kyai, asrama putra dan asrama putri.

Pondok pesantren dibangun minimal 4 macam alasan:

1. Kemasyuran atau kedalaman ilmu kyai sebagai daya tarik para santri untuk menuntut ilmu kepadanya dan mengharuskan untuk berdiam ditempat bersama kyai,

2. Banyak santri yang ikut mengaji kepada beliau sehingga memaksa untuk membuat asrama pondok,
3. sikap timbal balik kyai dengan santri, berupa sikap keharmonisan, dan keakraban, sikap ini dibutuhkan dalam jangka waktu lama.
4. Agar kyai mudah mengawasi dan membina para santri secara intensif dan istiqomah.

Santri adalah orang-orang yang mendalami agama Islam atau orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh. Pesantren adalah tempat santri atau murid-murid belajar mengaji. Semua ilmu tentang Iman, Islam, dan Ihsan dipelajari di pesantren guna untuk menjadi seorang santri yang dapat beriman kepada Allah secara sungguh-sungguh, berpegang teguh kepada aturan Islam. Serta dapat berbuat Ihsan kepada sesama.

Pesantren mengemban beberapa peran, utamanya sebagai lembaga pendidikan. Jika ada lembaga pendidikan islam yang sekaligus juga memainkan peran sebagai lembaga keagamaan, keilmuan, kepelatihan, pengembangan masyarakat.

- a. Lembaga pendidikan. Pengembangan apapun yang dilakukan dan dijalani oleh pesantren tidak mengubah ciri pokoknya sebagai lembaga pendidikan dalam arti luas.
- b. Lembaga keilmuan. Modusnya adalah kitab-kitab produk guru pesantren kemudian dipakai juga di pesantren lainnya.
- c. Lembaga pelatihan. Pelatihan awal yang dijalani para santri adalah pengelolaan barang-barang pribadi, sampai keurusan merancang jadwal belajar dan mengatur hal-hal yang berpengaruh kepada pembelajarannya, seperti kunjungan orang tua atau menjenguk keluarga.

- d. Lembaga pemberdayaan masyarakat. Dalam melakukan pemberdayaan masyarakat itu pesantren pada umumnya benar-benar mandiri dan lebih selektif pada lembaga penyandang dana dari luar masyarakat sendiri.
- e. Lembaga bimbingan keagamaan. Tidak jarang pula pesantren ditempatkan sebagai bagian dari lembaga bimbingan keagamaan oleh masyarakat dalam hal keagamaan.

Berkaitan dengan strategi tersebut hasil penelitian mengenai formulasi strategi terdapat bahwa pada dasarnya dalam memasarkan pondok pesantren itu memerlukan strategi antara lain yaitu promosi. Kegiatan promosi adalah suatu cara bagaimana mengkomunikasikan kepentingan-kepentingan seseorang, lembaga, maupun masyarakat untuk dapat saling berinteraksi. Pondok pesantren At-thoyyibah Indonesia menggunakan metode promosi dimana teknik promosi yang dilakukan pondok pesantren dengan menggunakan dua formulasi strategi promosi yakni strategi promosi menggunakan media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni, teknik strategi yang dipakai dalam mempromosikan pondok pesantren sebagai Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Penggunaan media sosial menjadi alat strategi dalam memasarkan pondok pesantren At-thoyyibah Indonesia sebagai penunjang akses sesuai dengan perkembangan zaman.

Strategi Promosi Dengan Menggunakan Alumni Santri Penggunaan alumni santri sebagai ikon dalam mengenalkan pondok pesantren merupakan hal yang sangat efektif, promosi yang dilakukan melalui alumni santri dalam berdakwah dari desa maupun tempat alumni itu berasal dan kota-kota adalah salah satu bentuk cara mengenalkan pondok pesantren yang saat ini mulai meredup di masyarakat, selain itu banyaknya pondok pesantren yang bermunculan memberikan alumni santri untuk terjun langsung mengenalkan pondok pesantren. Dapat penulis analisa bahwa beberapa strategi yang diterapkan oleh pondok pesantren At-

thoyyibah indonesia sudah sesuai dengan teori yang penulis paparkan dalam teori *uses dan effect* seperti diferensiasi masuk dalam strategi promosi yang digunakan pondok melalui media sosial, penggunaan media sosial dalam era globalisasi saat ini menjadi alat yang sangat berpengaruh terhadap segala macam aktivitas kehidupan manusia, dalam hal ini pondok pesantren sebagai lembaga yang menggunakan media sosial untuk alat promosi dapat memudahkan masyarakat khususnya para remaja dalam mengakses informasi mengenai pondok agar lebih mudah juga menjadi salah satu bukti bahwa pondok pesantren At-thoyyibah indonesia dalam pelaksanaan maupun pengelolaan kepengurusannya mengikuti arus perkembangan zaman.

Strategi pemasaran sangatlah penting dalam dunia usaha, baik itu perusahaan dalam bidang bisnis maupun lembaga yang menawarkan sebuah produk dan jasa maka akan memiliki pengaruh maupun hasil dari strategi pemasarannya. Demikian juga dalam dunia pondok pesantren, yang sudah penulis paparkan.

Berikut pengaruh maupun hasil dari strategi terhadap peningkatan jumlah santri :

1. Dengan bertambahnya jumlah santri maka pondok pesantren memiliki tanggung jawab yang lebih dalam mewujudkan tujuan agar lebih jelas untuk memasarkan pondok pesantrennya di masa selanjutnya agar lebih terstrategi.
2. Dapat memicu pondok untuk memiliki sarana dan prasarana yang lebih memadai serta menambah kualitas dalam memperbaiki fasilitas yang diperlukan dari dampak positif atas meningkatnya jumlah santri.
3. Pondok pesantren lebih termotivasi untuk memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kualitas produk-produknya seiring perkembangan zaman.
4. Pondok pesantren menjadi lebih percaya diri untuk bersaing di era globalisasi dan modern pada saat ini.

Dari pemaparan pengaruh maupun hasil dari strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah santri dapat penulis analisa bahwa kiranya perlu ditekankan terlebih dahulu dalam menjalankan tugasnya organisasi maupun lembaga harus menyadari bahwa mereka nantinya akan menghadapi sebuah pengaruh maupun hasil dari strategi yang diterapkan maka organisasi juga harus mempersiapkan untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang akan terjadi, dengan cara merencanakan dan mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang.

Setiap dampak maupun pengaruh dari hasil strategi, maka harus selalu ada persiapan untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang akan terjadi, sehingga ketika dengan adanya peningkatan jumlah santri tersebut mengalami dampak positif maupun negatif maka sudah ada solusi jalan keluarnya untuk menanggulangi yang akan terjadi. Begitu juga dengan Pondok Pesantren At-thoyyibah Indonesia ini sudah mempersiapkan segala sesuatu yang akan terjadi dengan baik sehingga pelaksanaan kegiatan selanjutnya pun harapannya akan berjalan dengan baik, sehingga peningkatan jumlah santri yang berhasil direkrut berdasarkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien juga memberikan peningkatan bagi kualitas pondok pesantren menjadi signifikan dari tahun-tahun sebelumnya.