

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul skripsi “Strategi Branding komunikasi pondok pesantren At-thoyyibah indonesia dalam meningkatkan minat santri”, dapat disimpulkan sebagai berikut; Pada tahap ini strategi branding komunikasi yang dilakukan oleh pondok pesantren At-thoyyibah indonesia adalah dengan melalui promosi yang dikelompokkan menjadi 2 strategi promosi yakni strategi promosi menggunakan media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni. Dengan strategi tersebut Pondok Pesantren At-thoyyibah semakin maju dan terus berkembang. Strategi promosi yang dilakukan ini memiliki hasil pengaruh yang sangat berarti bagi pondok pesantren yakni; 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.

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. Pondok pesantren lebih termotivasi untuk memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kualitas produk-produknya seiring perkembangan zaman. Pondok pesantren juga menjadi lebih percaya diri untuk bersaing di era globalisasi dan modern pada saat ini. Selanjutnya strategi branding komunikasi dalam merekrut santri yang digunakan pesantren At-thoyyibah indonesia yakni selain dengan cara bersosialisasi kepada para remaja juga dengan memanfaatkan media sosial. Dengan penggunaan media ini menjadikan pelaksanaan rekrutmen lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan strategi promosi yang digunakan pada tahun-tahun sebelumnya hanya melalui alumni santri. Mengingat jumlah remaja saat ini semakin banyak dan dengan mudahnya fasilitas untuk mengakses informasi saat

ini sehingga proses rekrutmen dilakukan melalui pembagian yakni gelombang satu dan gelombang dua di informasikan diseluruh media sosial yang digunakan oleh pondok pesantren At-thoyyibah indonesia , penggunaan metode ini sangat efektif dengan memanfaatkan media sosial yang ada, menghasilkan peningkatan jumlah santri yang sangat signifikan.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian tentunya ada hal-hal yang penulis temukan dan dirasa perlu adanya perbaikan yakni;

1. Dalam hal kepengurusan khususnya panitia rekrutmen supaya lebih loyal kepada organisasi dalam mensinergikan tanggung jawab untuk menjaga kerja sama dan kekompakan, agar tujuan organisasi dapat tercapai dan pondok pesantren At-thoyyibah semakin maju dalam segala bidang.
2. Ketika melakukan perekrutan santri, pihak panitia perlu membuat job yang jelas khususnya dalam penentuan syarat kriteria santri supaya lebih spesifik lagi agar nantinya para santri menjadi lebih potensial untuk di kembangkan di Pondok Pesantren.