

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perencanaan manajemen *branding* Pondok Pesantren Terpadu Nurul Musthofa Tanjung Kabupaten Tabalong dilakukan melalui perumusan identitas lembaga yang mengintegrasikan pendidikan agama dan pendidikan umum serta didukung oleh program-program unggulan sebagai ciri khas pondok. Selain itu, pihak pondok merencanakan penggunaan media sosial sebagai sarana *branding* dengan menyusun perencanaan konten yang disesuaikan dengan kalender kegiatan tahunan pondok serta menerapkan pedoman visual untuk menjaga konsistensi identitas lembaga. Perencanaan tersebut menjadi dasar dalam memperkenalkan Pondok Pesantren Terpadu Nurul Musthofa kepada masyarakat sehingga informasi mengenai program dan kegiatan pondok dapat tersampaikan secara lebih luas.
2. Pengelolaan manajemen *branding* dilaksanakan melalui pembagian tugas yang jelas antara Ketua Yayasan, Koordinator Multimedia, dan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pondok. Pengelolaan *branding* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi, memastikan akurasi informasi melalui proses verifikasi sebelum konten dipublikasikan, serta melaksanakan evaluasi secara berkala terhadap kegiatan *branding*.

Pengelolaan tersebut mendukung penyampaian informasi yang efektif, membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Terpadu Nurul Musthofa.

3. Pengembangan manajemen *branding* dilakukan melalui peningkatan kualitas pendidikan, penguatan program unggulan, serta peningkatan intensitas dan konsistensi publikasi media digital dari waktu ke waktu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa upaya membangun citra positif tersebut tidak dilakukan secara insidental, melainkan berpijak pada agenda kegiatan pondok yang terjadwal secara sistematis sepanjang tahun mencakup kegiatan penerimaan santri baru, munaqosyah al-qur'an, wisuda amtsilati, khatmul qur'an, hingga peringatan hari santri nasional yang kemudian dikelola dan dipublikasikan secara terarah oleh tim multimedia melalui sistem perencanaan konten kombinasi. Dengan demikian, pengembangan manajemen *branding* yang didukung oleh perencanaan konten yang terstruktur namun tetap adaptif tersebut mampu memperkuat citra positif, meningkatkan reputasi lembaga, serta mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Terpadu Nurul Musthofa, sebagaimana terlihat dari semakin luasnya jangkauan pondok dan bertambahnya jumlah santri dari berbagai daerah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pondok Pesantren, diharapkan dapat menyusun pedoman atau standar

operasional mengenai pengelolaan *branding* sebagai acuan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi *branding*. Selain itu, pondok diharapkan dapat meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang multimedia melalui pelatihan maupun pendampingan sehingga pengelolaan *branding* dapat dilakukan secara lebih profesional.

2. Bagi Pengelola *Branding*, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial dengan menyajikan konten yang lebih kreatif, konsisten, dan informatif, serta memaksimalkan dokumentasi setiap kegiatan pondok sehingga *branding* yang telah dibangun dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan kajian mengenai manajemen *branding* pada lembaga pendidikan Islam dengan fokus yang lebih luas, seperti strategi digital *branding*, efektivitas media sosial, atau pengaruh *branding* terhadap peningkatan minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melibatkan informan santri putra maupun santri putri secara seimbang, mengingat penelitian ini terbatas pada perspektif santri putri, sehingga cakupan persepsi santri terhadap citra pesantren dapat digali secara lebih menyeluruh.