

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

1. Strategi promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah dapat dikatakan sebagai strategi promosi berbasis *online* yang baik dan terstruktur. Hal tersebut penulis kaitkan dengan pendapat Kasmir tentang berbagai macam sarana promosi yang harus ditempuh jika ingin memiliki promosi yang masuk dalam kategori promosi yang baik. Sarana promosi tersebut sudah penulis jelaskan di pembahasan sebelumnya yakni dengan melakukan periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Namun untuk menguji apakah promosi berbasis *online* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai sudah dilaksanakan dengan baik atau tidak, penulis akan mengaitkannya dengan teori *attention, interest, desire, dan action* (AIDA) yang dikembangkan oleh Elias St. Elmo Lewis pada tahun 1898 yang menurut penulis juga sudah dijalankan dengan baik.
2. Beberapa faktor pendukung proses promosi berbasis *online* diantaranya adalah dengan banyaknya sosial media yang dapat menunjang promosi berbasis *online* di masa sekarang ini seperti *facebook, instagram, youtube,* dan *website*, yang mana semua jenis sosial media tersebut sudah dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh orang-orang yang terlibat dalam mempromosikan

Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Selain hal tersebut, dengan adanya dukungan dan tenaga suka rela untuk mempromosikan Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai seperti dari beberapa santri dan mahasiswa yang menimba ilmu di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai. Sedangkan untuk faktor penghambat promosi berbasis *online* adalah masih sedikitnya *follower* atau *subscriber* yang dimiliki oleh beberapa sosial media Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.

## **B. Rekomendasi**

1. Tetap konsisten dan semangat dalam melakukan kegiatan promosi, khususnya promosi *online* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai.
2. Selalu berinovasi agar media promosi berbasis *online* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat berkembang sesuai perkembangan teknologi.
3. Agar *follower* atau *subscriber* yang dimiliki oleh media promosi berbasis *online* yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dapat bertambah, maka dapat dilakukan dengan cara mewajibkan seluruh santri dan alumni Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai untuk *memfollow* atau *mensubscrib* media promosi berbasis *online* yang ada di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai tersebut.
4. Membuat judul *postingan* yang lebih menarik agar memperbanyak orang yang membuka *postingan* yang ada.

5. Jika terdapat kegiatan menarik yang dilakukan di Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai, maka publikasikan di semua media promosi berbasis *online* yang dimiliki Pondok Pesantren Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai dengan kemasan yang menyesuaikan media promosi berbasis *online* tersebut.