

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami adalah pondok pesantren yang bertipologi pesantren modern yang mengintegrasikan antara Pendidikan formal dengan Pendidikan non formal. PM. UQI Memiliki jumlah santri yang cukup banyak sebelum adanya media sosial, akan tetapi PM. UQI memiliki keinginan dalam beradaptasi terhadap perkembangan zaman yang tidak menutup kemungkinan bisa menjadikan PM. UQI semakin dikenal. Peneliti juga menemukan berdasarkan hasil yang diteliti bahwa PM. UQI selama ini telah membranding dirinya sebagai pesantren Modern berlandaskan Ahlussunnah Wal-Jamaah yang tidak hanya mencerdaskan para santrinya dibidang Pendidikan Agama akan tetapi PM. UQI juga fokus pada pengembangan potensi dibidang akademik dibuktikan oleh berbagai ekstrakurikuler pengembangan minat potensi santri baik akademik maupun non akademik. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Peran Tim Media Pondok Pesantren Dalam meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat”, dapat disimpulkan beberapa point utama sebagai berikut:

1. Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

Tim media sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya peningkatan branding

pesantren melalui platform digital. Tim ini tidak hanya bertugas mengelola konten dan komunikasi di media sosial, tetapi juga berfungsi sebagai agen pembentuk citra positif yang konsisten dan autentik dari pesantren.

Melalui pembuatan konten yang kreatif, relevan, dan berorientasi pada nilai-nilai pesantren, tim media sosial berhasil membangun dan memperkuat kesadaran merek (*brand awareness*) sekaligus membentuk persepsi positif masyarakat terhadap pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam modern dan inovatif. Keterlibatan aktif santri dan staf sebagai bagian dari tim juga memperkuat internal branding, sehingga nilai-nilai pesantren dapat terpancar secara nyata dan terinternalisasi ke dalam komunitas pesantren.

Adapun komunikasi dua arah yang terjaga dengan audiens melalui interaksi di media sosial turut meningkatkan kepercayaan dan loyalitas publik, yang berkontribusi pada citra pesantren yang semakin kuat dan daya saing yang meningkat di ranah pendidikan Islam. Dengan demikian, tim media sosial menjadi elemen kunci yang mendorong keberhasilan branding digital pesantren, sekaligus menjadikan pesantren lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat era digital.

2. Kendala Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

Penelitian ini mengungkap berbagai kendala yang dihadapi oleh tim media sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor dalam proses meningkatkan branding melalui media sosial. Kendala utama yang muncul antara

lain adalah keterbatasan sumber daya manusia yang kreatif dan profesional dalam bidang konten digital, sehingga berdampak pada produksi konten yang belum maksimal sesuai dengan target yang diharapkan dalam SOP. Selain itu, tim menghadapi tantangan konsistensi dalam mengelola konten, terutama dalam menjaga ritme publikasi yang sesuai dengan jadwal editorial yang telah direncanakan. Hal ini sering kali disebabkan oleh peran ganda anggota tim yang harus membagi waktu antara tugas harian di pesantren dan pengelolaan media sosial, sehingga produktivitas menjadi terbatas.

Dinamika algoritma media sosial juga menjadi kendala tersendiri yang mempengaruhi jangkauan dan engagement konten, memaksa tim untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan platform agar pesan branding tetap efektif tersampaikan ke audiens. Selain itu, keterbatasan pelatihan khusus dan fasilitas pendukung seperti alat produksi kreatif juga menjadi hambatan bagi tim dalam mengoptimalkan kualitas konten. Meskipun demikian, kendala-kendala tersebut mampu diatasi secara bertahap melalui koordinasi internal yang baik, penerapan SOP yang sistematis, serta dukungan manajemen pesantren yang terus memberikan pembinaan dan fasilitasi pengembangan kapasitas tim media. Hal ini menunjukkan bahwa dengan komitmen dan pendekatan yang tepat, hambatan dalam pengelolaan media sosial dapat diminimalisasi untuk mendukung tujuan utama yakni meningkatkan branding pesantren secara berkelanjutan.

3. Dampak pengelolaan Branding yang dilakukan Tim Media Pondok Pesantren pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat

Pengelolaan branding yang dilakukan oleh tim media sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor Jawa Barat memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap peningkatan citra dan popularitas pesantren melalui platform media sosial. Tim media yang terstruktur dan terorganisir dengan baik mampu membangun komunikasi yang efektif dan interaktif dengan audiens, sehingga pesantren berhasil mentransformasikan citra tradisional menjadi lembaga pendidikan Islam yang modern, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Melalui perencanaan konten yang konsisten dan kreatif, tim media sosial telah berhasil meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) pesantren di kalangan masyarakat luas, terutama para calon santri dan orang tua. Dampak positif ini juga tercermin dari meningkatnya jumlah pengikut, engagement, serta tingkat kepercayaan publik yang mengarah pada pertumbuhan jumlah pendaftar.

Selain itu, pengelolaan branding yang memadukan aspek internal dan eksternal branding turut memperkuat rasa kebanggaan dan keterlibatan komunitas pesantren (santri, ustadz, dan staf) dalam membangun citra positif lembaga. Pendekatan ini menjadikan branding pesantren tidak hanya sebatas gambaran luar, melainkan juga terinternalisasi dalam budaya dan nilai-nilai pesantren. Dengan demikian, tim media sosial berperan sebagai motor penggerak strategis dalam

membentuk reputasi pesantren yang berdaya saing tinggi dan berkesinambungan di era digital.

B. Saran dan Rekomendasi

Berikut adalah saran dan rekomendasi yang relevan untuk penelitian Anda tentang Peran Tim Media Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Branding pada Media Sosial di Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor, Jawa Barat:

1. Saran

a. Penguatan Kapasitas Tim Meda

Tim media hendaknya terus meningkatkan kompetensi melalui pelatihan rutin terkait pengelolaan media sosial, strategi konten kreatif, dan digital marketing. Hal ini penting agar tim mampu menghasilkan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan nilai pesantren sekaligus mengikuti tren media sosial terkini.

b. Pengembangan Strategi Konten yang Beragam dan Konsisten

Disarankan untuk mengembangkan variasi konten yang tidak hanya fokus pada kegiatan pesantren, tetapi juga konten edukatif, testimoni, kisah sukses alumni, dan konten dakwah yang kreatif. Konsistensi dalam frekuensi posting juga penting agar audiens tetap engaged dan brand pesantren semakin dikenal luas.

c. Optimalisasi Pemanfaatan Platform Media Sosial

Memanfaatkan berbagai platform media sosial secara optimal sesuai karakteristik audiens masing-masing, seperti Instagram untuk visual menarik, YouTube untuk video dakwah dan dokumentasi kegiatan, serta TikTok untuk konten singkat yang viral. Pendekatan multiplatform ini akan memperluas jangkauan pesantren.

d. Membangun Kolaborasi dengan Alumni dan Komunitas

Melibatkan alumni dan komunitas pesantren dalam produksi konten maupun promosi dapat meningkatkan kredibilitas dan memperluas jaringan. Alumni yang berkompeten dapat menjadi narasumber atau pengisi konten podcast, webinar, dan pelatihan, sehingga memperkaya materi dan meningkatkan engagement.

e. Pengelolaan Feedback dan Interaksi Audiens

Menyediakan ruang bagi audiens untuk memberikan feedback dan berinteraksi melalui komentar, pesan, dan polling dapat memperkuat hubungan emosional dengan followers. Tim media perlu aktif merespons dan mengelola interaksi ini agar tercipta komunitas digital yang loyal dan suportif.

2. Rekomendasi

a. Investasi dalam Infrastruktur dan Fasilitas Media

Pesantren perlu mempertimbangkan pengembangan fasilitas produksi konten, seperti studio rekaman, peralatan video, dan ruang kreatif yang memadai, guna mendukung kualitas konten yang profesional dan menarik.

b. Pengembangan Sistem Monitoring dan Evaluasi

Membangun sistem monitoring dan evaluasi yang terstruktur untuk mengukur efektivitas konten dan strategi media sosial secara berkala. Hal ini dapat membantu tim media melakukan perbaikan berkelanjutan berdasarkan data dan feedback nyata.

c. Strategi Retensi dan Pengembangan SDM Tim Media

Mengingat tantangan pergantian anggota tim media, pesantren perlu mengembangkan strategi retensi, misalnya dengan memberikan insentif, pengakuan, dan peluang pengembangan karier agar anggota tim lebih termotivasi dan berkomitmen jangka panjang.

d. Penguatan Branding Berbasis Nilai Pesantren

Branding pesantren harus menonjolkan nilai-nilai keislaman, keunggulan pendidikan, dan kontribusi sosial pesantren secara konsisten dalam setiap konten. Ini akan membedakan pesantren dari lembaga lain dan memperkuat citra positif di mata masyarakat.

e. Pemanfaatan Data Analytics untuk Strategi Konten

Menggunakan data analytics dari platform media sosial untuk memahami perilaku audiens, tren konten yang diminati, serta waktu terbaik untuk posting. Pendekatan berbasis data ini dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital pesantren. Saran dan rekomendasi ini didasarkan pada praktik terbaik dalam digital branding pesantren serta temuan penelitian terkait pengelolaan media sosial pesantren modern. Jika Anda ingin, saya dapat membantu menyusun rekomendasi yang lebih spesifik sesuai hasil penelitian Anda.