

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Strategi *Branding* MTs Asih Putera Kota Cimahi Berbasis Media Sosial Instagram dalam Mempertahankan *Branding* “Sekolah Islami””, maka Peneliti dapat menyimpulkan:

1. *Brand Personality*, MTs Asih Putera menggunakan fitur Instagram *Stories* dan IGTV untuk berbagi momen sehari-hari, kegiatan, dan acara secara real-time. Hal ini memberikan kesan yang lebih autentik dan personal, memperkuat keterlibatan *audiens*, lalu penggunaan *hashtag* yang konsisten, seperti #prestasimtsasihputera, membantu meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian calon siswa serta masyarakat umum. Strategi ini menunjukkan komitmen sekolah dalam menyampaikan informasi secara konsisten dan autentik.
2. *Brand Identity*, Identitas visual MTs Asih Putera dikomunikasikan melalui pilihan warna hijau toska, kuning, dan putih yang memiliki makna mendalam terkait nilai-nilai Islami, selain itu Sekolah menggunakan estetika visual yang minimalis dan clean pada feed Instagram mereka, yang mencerminkan komitmen terhadap kualitas dan konsistensi dalam membangun pendidikan, lalu konten yang diunggah di Instagram dipilih

dengan hati-hati untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan kaidah agama, menunjukkan dedikasi terhadap nilai-nilai Islami.

3. *Brand Equity*, MTs Asih Putera menunjukkan komitmen yang kuat dalam merespons umpan balik di Instagram dengan cara yang selektif dan hati-hati, menjaga hubungan baik dengan para *followers* nya, selain itu MTs Asih Putera bekerjasama dengan influencer dan tokoh masyarakat, seperti Aa Gym, diharapkan untuk bisa meningkatkan citra positif sekolah dan mengasosiasikan *brand* dengan nilai-nilai keagamaan yang kuat, selain itu strategi ini tidak hanya memperkuat keterlibatan masyarakat dalam *platform* media sosial tetapi juga memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang aktif, berprestasi, dan inovatif.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi *branding* MTs Asih Putera di Instagram efektif dalam mempertahankan *branding* sekolah melalui konten yang konsisten dan *Up to date* dengan nilai-nilai Islami, seperti kegiatan keagamaan dan prestasi siswa. Meskipun demikian, masih terdapat peluang untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan memperluas jangkauan melalui diversifikasi *platform* media sosial dan pendekatan konten yang lebih kreatif. Kesimpulan ini menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam terhadap *audiens* serta adaptasi strategi yang fleksibel agar *branding* dapat terus relevan dan menarik di era digital.

5.3 Saran

Dalam penelitian ini, Peneliti harus mampu memberikan suatu hal yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan pembahasan sebelumnya yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, Peneliti akan memberikan saran yang membangun dan dapat menjadi manfaat untuk semua pihak yang terlibat. Adapun saran – saran yang diberikan setelah Peneliti meneliti permasalahan ini sebagai berikut.

5.2.1 Saran Bagi MTs Asih Putera Kota Cimahi

1. Terus tingkatkan konsistensi dalam mengunggah konten dengan cara membuat konten *planning* setiap perminggu atau perbulan yang pasti membuat konten yang relevan dan berkualitas. Pertimbangkan untuk memperluas jenis konten, seperti tips belajar Islami, kisah inspiratif alumni, dan panduan keagamaan, lalu bisa gunakan lebih banyak fitur interaktif seperti *polling*, Q&A, dan *live sessions* untuk meningkatkan keterlibatan *audiens*.
2. Penambahan penggunaan hashtag baru untuk mencakup berbagai aspek dari kehidupan sekolah, seperti kegiatan ekstrakurikuler, pencapaian individu siswa, dan kegiatan sosial keagamaan, bila perlu Analisis hashtag yang populer dan relevan di kalangan komunitas pendidikan dan Islam untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten.
3. Buat sistem pengelolaan umpan balik yang lebih proaktif dengan merespons komentar dan pesan langsung secara lebih cepat dan personal, contohnya

bisa mengadakan sesi khusus untuk menjawab pertanyaan umum dari pengikut di Instagram, misalnya melalui fitur *live* atau *stories*.

4. Lakukan kerjasama yang lebih sering lagi dengan *influencer* atau tokoh masyarakat yang memiliki *audiens* relevan untuk meningkatkan *brand awareness*, lalu perbanyak acara atau kegiatan kolaboratif dengan *influencer* yang dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan keterlibatan komunitas dan *followers*.
5. Gunakan alat analisis media sosial untuk memonitor kinerja konten dan umpan balik, serta mengidentifikasi tren dan preferensi *audiens*, dan bisa juga memanfaatkan data analitik untuk mengoptimalkan strategi konten dan memastikan bahwa upaya branding selalu relevan dan efektif.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa jauh meneliti lagi tentang *branding*, bisa teliti penggunaan platform lain seperti TikTok, Facebook, Twitter, atau YouTube untuk memperkuat *branding* sekolah.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian dalam hal fisik, mental, maupun materi.