

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut bahwa “Strategi *Public Relations* Thursina *International Islamic Boarding School* Malang Dalam Mendukung Program Pendaftaran Calon Santri “*Pass and Priority Program*” berhasil menjaga hubungan baik dengan calon wali santri. Thursina IIBS menerapkan strategi *Public Relations* (PR) secara efektif untuk mendukung program pendaftaran inden “*Pass and Priority Program*”.

Menyadari bahwa masa tunggu pendaftaran inden yang cukup panjang yakni berkisar tiga sampai lima tahun dapat menjadi tantangan dalam menjaga minat calon santri dan wali santri. Thursina merancang berbagai program pembinaan yang khusus ditujukan bagi calon santri yang telah terdaftar dalam skema inden. Melalui program-program tersebut, Thursina bertujuan untuk tidak hanya menjaga komunikasi yang berkelanjutan tetapi juga merawat hubungan baik dengan para wali santri, serta memastikan calon santri merasa lebih siap untuk memasuki kehidupan pondok.

PR Thursina IIBS Malang melakukan strategi upaya identifikasi masalah secara proaktif melalui pendekatan reach out kepada calon wali santri. Upaya ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terkait kebutuhan, harapan, dan kekhawatiran mereka selama masa tunggu, sehingga PR dapat merespons dengan program dan komunikasi yang lebih sesuai. Program seperti SiSantri, Islamic Super Camp, dan grup komunikasi WhatsApp menjadi sarana efektif

untuk mendukung komunikasi dua arah dan membangun persepsi positif calon wali santri terhadap institusi. Upaya PR untuk melibatkan calon santri dalam berbagai aktivitas daring dan interaktif selama masa tunggu juga terbukti efektif dalam mempertahankan motivasi dan minat mereka.

Strategi komunikasi dan evaluasi yang rutin dilaksanakan oleh PR Thursina IIBS mencerminkan pendekatan yang terencana dan berkesinambungan, yang tidak hanya mengukur keterlibatan peserta, tetapi juga dampak jangka panjang seperti peningkatan kepercayaan dan loyalitas wali santri. Kesuksesan program ini menunjukkan pentingnya integrasi komunikasi efektif dan upaya proaktif dalam manajemen isu untuk membangun citra positif lembaga pendidikan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan peneliti di atas, saran yang diberikan oleh peneliti terhadap Thursina IIBS Malang agar terus meningkatkan kualitas komunikasi dan layanan PR, terutama dengan memperkuat aspek digital untuk menjangkau lebih luas dan lebih cepat, sehingga pengalaman calon wali santri selama masa tunggu semakin optimal. Bagi peneliti selanjutnya dapat mencoba mengembangkan penelitian dengan mencoba melihat perspektif orang tua, guna mengukur efektivitas strategi *Public Relations* yang diterapkan oleh lembaga.