

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, melalui pembahasan di bab sebelumnya. Maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu :

PT. Aula Media Nahdlatul Ulama memiliki berbagai macam strategi, diantaranya yaitu Membuat akun sosial media yang berfungsi untuk sarana penunjang komunikasi antara tim redaksi Aula dengan pembaca dan disisi lain untuk menarik pelanggan baru. Majalah Aula memiliki *website* resmi untuk meng-*update* setiap edisi dalam produksi terbarunya. Sebagai media pemasaran, media *online* memberi celah untuk Aula agar bisa hadir ditengah pembaca yang aktif menggunakan sosial media. Majalah Aula melakukan inovasi dengan cara menerbitkan *e-magazine* yang dijual seharga Rp 10.000 pada tahun 2015 meskipun hal tersebut tidak terlaksana dengan efektif. Aula juga pernah melakukan inovasi dengan cara memperbarui rubriknya. Dalam hal ini yang pernah dilakukan majalah Aula adalah dengan membuat rubrik Suara Santri. Rubrik ini diperuntukkan untuk menggandeng pemuda Nahdlatul Ulama. Kemudian dari segi pemasaran, Aula memiliki strategi yaitu dengan cara menguatkan agen-agen penjualan. Disini Aula memberikan hadiah bagi para agen yang mampu menjual hingga lebih dari 500 eksemplar dalam setiap bulannya. Mendekatkan hubungan dengan pondok pesantren. Dalam hal ini Aula menjalin hubungan baik dengan para Kiai di pondok pesantren agar berminat berlangganan majalah Aula.

B. Saran

1. Terkait dengan pengelolaan media *website aulanu.com*, Tim Redaksi Majalah Aula sebaiknya melaksanakan pengontrolan secara berkala. Agar ada kepastian aktualitas informasi yang disajikan.
2. Proyek *e-magazine* yang sudah terlaksana harusnya direncanakan dengan matang, karena itu bisa menjadi proyeksi keuntungan tambahan untuk media Aula. Disamping itu, *e-magazine* juga dapat lebih banyak menjangkau pelanggan baru.
3. Bagi akademisi, Peneliti menyampaikan bahwa dalam upaya penyusunan penelitian ini tidak lantas selesai tanpa cela, oleh karena itu Peneliti mengharap pada akademisi dapat lebih menyempurnakan hasil melalui saran dan masukan.
4. Bagi pembaca, setidaknya penelitian ini memberikan pemahaman tentang pengelolaan media dakwah dan strategi media massa Islam.
5. Bagi Peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya mengupas sebagian kecil dari Majalah Aula, oleh karena itu disarankan kepada Peneliti lain untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh majalah secara kualitatif agar dapat diketahui hal apa saja yang kiranya menjadi masukan bagi peningkatan kualitas media tersebut.