

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan perolehan data di lapangan dan konfirmasi temuan dengan teori relevan yang menjadi acuan untuk menganalisa data, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran Program **Pembibitan Penghafal Alqur'an (PPPA) Daarul Qur'an** dalam mempromosikan Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya adalah dengan menggunakan beberapa elemen promosi secara terintegrasi yaitu: 1) Spanduk, brosur, flyer, dan *event*, 2) Promosi secara personal, 3) Pemanfaatan Database menggunakan BBM (*Blackberry Messenger*), SMS (*Short Message Service*), dan telepon, 4) Pemanfaatan Internet melalui website dan media sosial.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, terdapat **beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Daarul Qur'an Surabaya** dalam mempromosikan Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya, antara lain:

1. Strategi komunikasi pemasaran sebaiknya mengutamakan efektivitas kegiatan pemasaran yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk belajar dan menghafal **Al-Qur'an bersama Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya**.

2. Memaksimalkan kegiatan yang diadakan di Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya dengan mengajak/melibatkan masyarakat sekitar lokasi Rumah Tahfidz.

Sedangkan rekomendasi untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Bekerjasama dengan berbagai lembaga/yayasan serupa dengan PPPA Daarul **Qur**'an sebagai wadah mahasiswa dalam mempelajari praktik dari komunikasi pemasaran.
2. Membuat simulasi mengenai komunikasi pemasaran yang bisa diterapkan ke dalam mata kuliah program studi Ilmu Komunikasi.