

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dalam mendeskripsikan bagaimana membangun branding Badar TV sebagai televisi dakwah, maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya Badar TV dalam membangun *branding* sebagai televisi dakwah bisa dilihat dari segmentasi program acaranya yang memang kebanyakan mengandung dakwah, kemudian dikaitkan dengan strategi *programming* Sydney W. Head. Terdapat lima elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi *programming*, diantaranya yaitu: *Compatibility* (kesesuaian), *Habit formation* (membangun kebiasaan), *Control audience flow* (mengatur aliran pemirsa), *Conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program), dan *Breadth appeal* (daya tarik yang luas).
2. Dalam proses penerapan membangun *branding* Badar TV sebagai televisi dakwah, tentu harus memiliki beberapa strategi *branding* yang tepat agar proses membangun *branding* Badar TV sebagai televisi dakwah dapat terlaksana dengan baik. Adapun strategi *branding* sebagai berikut: *Brand Identity*, *Brand Communication*, dan *Brand Activation*. Proses penerapan strategi *branding* diantaranya, *Brand Identity* bisa dilihat dari segi latar belakang dan pembuatan logo. *Brand Communication* yang dilakukan melalui liputan *Isra' mi'raj*, program acara Bersih Masjidku, program acara Berbagi Berkah, program acara Indahnya Islamku, program acara Perjalanan Sarat Ilmu (PASTI). *Brand Activation* dilakukan secara virtual (*online*) dan secara langsung (tatap muka), untuk kegiatan yang dilakukan secara virtual (*online*) yaitu terdapat dalam program acara Lentera Islam sedangkan kegiatan yang dilakukan secara langsung (tatap muka) yaitu terdapat dalam program acara Bersih Masjidku.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi program acara, Badar TV memiliki segmentasi program acara yang paling tinggi yaitu program acara dakwah yakni sebesar 50% dan 50% news, budaya, dan hiburan lainnya. Alangkah baiknya diperbanyak lagi program acara yang mengandung konten dakwah misalnya membuat animasi anak yang tetap mengandung unsur islam, program acara anak muda yang tetap mengandung unsur islam, agar semua kalangan usia baik anak-anak, anak remaja, dan orang tua dapat bergabung menikmati program acara dakwah di Badar TV.
2. Dilihat dari segi hubungan masyarakat (humas), diperbanyak kerja sama dengan komunitas islam baik anak muda atau orang tua agar proses penerapan branding Badar TV sebagai televisi dakwah dapat segera terbentuk. Serta diperbanyak iklan dan kerja sama dengan pengusaha-pengusaha lokal dan juga dikuatkan lagi promosi Badar TV.