

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh brand el-zatta Pati sudah dikatakan berhasil, hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya media komunikasi dakwah yang digunakan brand el-zatta dalam mengajak remaja berhijab diantaranya adalah :
 - a. Memudahkan bagi pengguna kartu member
Kartu member dapat memanjakan konsumen dengan diberikannya diskon 10% untuk pembelian setiap produk. Kartu member ini disediakan el-zatta Pati untuk mengajak masyarakat bergabung menjadi anggota el-zatta Pati. Dengan begitu el-zatta Pati akan lebih dekat dengan masyarakat. Karena dengan diberikannya diskon masyarakat akan lebih senang berbelanja.
 - b. Mengenalkan hijab melalui beberapa media sosial diantaranya, media cetak, dan sosial media. El-zatta Pati memiliki majalah, Facebook, dan Instagram. Dengan begitu masyarakat akan mudah untuk mengakses ataupun menambah pengetahuan tentang hijab dan diharapkan juga semakin meyakinkan masyarakat untuk menggunakan hijab.
 - c. Mengadakan *event* sosialisasi
Event sosialisasi el-zatta Pati ini dilakukan setahun sekali. Kegiatan ini dilakukan untuk bisa lebih dekat dengan masyarakat khususnya remaja. Dari kegiatan ini el-zatta mampu menginformasikan bahwa el-zatta Pati merupakan brand yang terbaik di Indonesia. Selain itu, juga mampu mempengaruhi masyarakat atau remaja untuk berhijab.
 - d. Mengadakan instore promo yang menarik
Instore promo ini diadakan el-zatta Pati untuk menarik minat konsumen. Hampir disetiap hari-hari besar el-zatta Pati memberikan promo menarik di gerai el-zatta yang berada di Pati . Misalnya promo hari Ibu. Dengan begitu el-zatta Pati akan selalu diminati masyarakat khususnya remaja karena dengan adanya promo menarik mereka akan merasa puas dan senang. Itu merupakan strategi

komunikasi el-zatta Pati agar bisa terus lebih dekat dengan masyarakat.

2. Adapun beberapa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dakwah dalam memotivasi remaja untuk berhijab adalah sebagai berikut :
 - a. Faktor pendukung strategi komunikasi dakwah dalam memotivasi remaja berhijab Brand el-zatta Pati diantaranya adalah :
 - 1) Memasukkan unsur dakwah didalam proses sosialisasinya. Unsur dakwah diberikan melalui postingan-postingan el-zatta di berbagai media sosialnya.
 - 2) Terus menjaga nama baik brand dan kepercayaan masyarakat bahwa el-zatta Pati merupakan brand hijab yang terbaik.
 - 3) Menyediakan berbagai macam model hijab yang tidak monoton.
 - 4) Menyediakan berbagai macam warna untuk memuaskan pelanggan.
 - 5) Menyediakan tutorial hijab untuk memudahkan pelanggan.
 - 6) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat.
 - b. Adapun faktor penghambat strategi komunikasi dakwah dalam memotivasi remaja berhijab Brand el-zatta Pati diantaranya adalah sebagai berikut :
 - 1) Harga yang ditawarkan el-zatta Pati relatif mahal.
 - 2) Keengganan remaja berhijab karena menganggap hijab itu sesuatu yang merepotkan.
 - 3) Remaja menganggap berhijab tidak fashionable atau norak.
 - 4) Masuknya unsur westernisasi yang mempengaruhi pola pikir dan pakaian remaja.
 - 5) Jaringan yang jelek akan menghambat masyarakat dalam mengakses informasi tentang el-zatta Pati .

B. Saran-saran

1. Kepada brand el-zatta cabang Pati agar lebih mengeluarkan produknya yang tidak monoton agar menarik perhatian

remaja. Dan desain hijabnya lebih di desain dengan lebih kekinian dan trendy.

2. Kepada para pegawai diharapkan untuk tetap ramah dan sopan sehingga lebih bisa mengerti permintaan pembeli. Selain itu juga untuk bisa mengarahkan konsumen ke produk yang diinginkannya agar konsumen merasa puas dan tidak kecewa terhadap barang yang sudah dibeli.
3. Diharapkan dengan adanya brand el-zatta cabang Pati yang mempunyai tagline “pesona hijab Indonesia” ini bisa mendorong masyarakat Indonesia khususnya para remaja untuk semua yang beragama Islam menggunakan hijab dan busana muslim sesuai syariat Islam yang sudah diperintahkan.
4. Diharapkan el-zatta Pati mampu tetap eksis di masa mendatang. Dan juga terjadi perkembangan yang lebih pesat dan juga berharap el-zatta Pati menjadi pelopor hijab yang terbaik dari brand lain yang ada di Indonesia. Dengan hal tersebut akan ada banyaknya masyarakat yang termotivasi untuk menggunakan hijab sebagai seorang muslimah.
5. Dengan berhijab dan menggunakan busana muslim tidak akan menghambat seorang muslimah mengejar mimpinya dan tidak menjadi penghambat dalam mencari pekerjaan.

