

**ANALISIS STRATEGI BRANDING DENGAN PENGGUNAAN SLOGAN
“MONDOK AJA” DALAM MEMBANGUN CITRA PONDOK
PESANTREN DARUL FALAH PONOROGO**

SKRIPSI



OLEH :

FITRIA KHOIRUNNISA

NIM : 21240978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**ANALISIS STRATEGI BRANDING DENGAN PENGGUNAAN SLOGAN
“MONDOK AJA” DALAM MEMBANGUN CITRA PONDOK
PESANTREN DARUL FALAH PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas – Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi

OLEH :

FITRIA KHOIRUNNISA

NIM : 21240978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Fitria Khoirunnisa / 21240978 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 4 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.IKom.

NIDN. 0728018304



Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Ph.D

NIDN. 0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Fitria Khoirunnisa / 21240978 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 9 Juli 2025

Pukul : 11.00 – 12.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

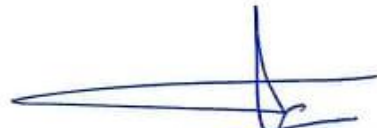
Penguji III



Ayub Dwi Anggoro, M.Si.Ph.D
NIDN. 0725038605



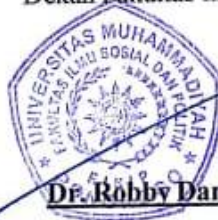
Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.IKom
NIDN. 0728018304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A

NIK. 1986022820210912

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fitria Khoirunnisa

NIM : 21240978

Alamat : Jl. Cindewilis, Kertosari, Babadan, Ponorogo.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

Analisis Strategi Branding Dengan Penggunaan Slogan “Mondok Aja” Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Darul Falah Ponorogo

Adalah observasi, pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 9 Juli 2025



NIM. 21240978

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Branding Dengan Penggunaan Slogan Mondok Aja Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Darul Falah Ponorogo”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

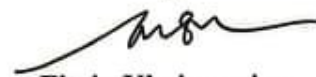
1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP.,M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Rohfin Andria Gestanti, S.Pd, M.Pd, selaku Dosen Wali penulis yang telah membimbing serta memberikan dan semangat dukungan menyusun skripsi ini kepada penulis.
4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staff yang selalu sabar melayani segala administrasi yang dibutuhkan penulis.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Terakhir, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 9 Juli 2025

Penulis,



Fitria Khoirunnisa

NIM. 21240978

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini sepenuhnya saya persembahkan kepada :

1. Bapak Anang Arifianto dan Ibu Widiastuti selaku kedua orang tua saya, yang telah mendukung penuh segala hal yang telah saya lakukan, yang telah membesarkan saya sepenuh hati, yang selalu mengusahakan hal terbaik untuk anak-anaknya, dan penyemangat saya hingga sanggup bertahan hingga detik ini.
2. Ke-4 adikku yang hebat, Fatimah izzah Naila, Hafidz Wildan Firdaus, Muhammad Zaki Alfarisi dan Aqhar Syafiq Arifianto. Terimakasih karena telah menjadi penghibur ketika saya sedang lelah dengan keadaan, senantiasa pengertian dengan keadaan rumah, ikut serta membangun suasana rumah, sehingga penulis senantiasa merasa semangat dan berhasil menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Teman-teman yang senantiasa mendukung dan membantu saya, Frida Ayuningtyas, Nuriyah ulfa, Dinda Alyana Hidayati, Pruedhen Kenya dan Marcella Alya Dhivana.
4. Sahabat yang sudah saya anggap seperti keluarga sendiri, Arzila Emilia Ahsanti, Iis Aisyah, Luthfiyya Homaira, Salsabila Fitri Kevenandana Sahazika, Siwi Luthfi Nailul Marom, dan Maurisa Millati Azka.
5. Nilu Octaviani Alma, yang telah memberikan dukungan penuh, membantu dalam proses penyusunan tugas akhir, menghibur, memberi saran dan masukan, dan menjadi orang pertama yang senantiasa mengapresiasi progress kecil yang telah saya lakukan, sehingga tugas akhir ini dapat saya selesaikan tanpa adanya kendala.
6. Dan terakhir, diri saya sendiri. Terimakasih karena telah bertahan hingga sejauh ini, berhasil menyelesaikan tugas akhir dengan baik, dan selesai tepat waktu.
7. Serta semua orang yang tidak disebutkan disini, dan telah membantu saya selama ini, terimakasih dan semoga setiap hal yang telah kalian lakukan membawa manfaat dan berkah bagi kita semua.

MOTTO

“Alon-alon asal kelakon”



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BRANDING DENGAN PENGGUNAAN SLOGAN “MONDOK AJA” DALAM MEMBANGUN CITRA PONDOK PESANTREN DARUL FALAH PONOROGO

Fitria Khoirunnisa

21240978

Persaingan antar lembaga pendidikan, termasuk pondok pesantren, semakin ketat dari tahun ke tahun sehingga menuntut adanya strategi branding yang efektif untuk membangun citra positif dan menarik minat calon santri. Penelitian ini mengkaji strategi branding Pondok Pesantren Darul Falah Ponorogo melalui penggunaan slogan “Mondok Aja” yang menjadi identitas dan alat komunikasi utama pesantren dalam membentuk persepsi publik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini memanfaatkan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta mengacu pada teori branding Sisco van Gelder yang mencakup empat elemen utama, yaitu brand identity, brand positioning, brand communication, dan brand personality.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa slogan “Mondok Aja” berhasil membentuk citra Darul Falah sebagai pesantren yang religius, ramah, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dari aspek brand identity, slogan ini mencerminkan nilai inti pondok “Soleh, Kreatif, Mendunia” yang konsisten diimplementasikan dalam berbagai program unggulan, seperti kelas orkestra, sistem cashless, dan “1 santri 1 tablet”. Dari sisi brand positioning, “Mondok Aja” menempatkan Darul Falah sebagai pesantren modern yang membedakan dirinya dari pesantren tradisional dengan menampilkan visual santri yang aktif, kreatif, dan dekat dengan teknologi. Pada elemen brand personality, pondok menghadirkan kesan ringan dan ramah melalui penggunaan bahasa santai dan pendekatan pengasuhan yang kekeluargaan, sehingga mengubah persepsi bahwa pesantren adalah tempat yang kaku. Sedangkan pada aspek brand communication, pondok konsisten menyebarkan slogan melalui media sosial, baliho, hingga aplikasi wali santri, sehingga menjangkau audiens luas dan membangun interaksi dua arah dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa branding dengan slogan sederhana namun sarat makna dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk citra pesantren yang positif dan relevan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan jumlah santri, tetapi juga memperkuat posisi Darul Falah sebagai lembaga pendidikan Islam yang siap bersaing di era modern tanpa kehilangan identitas keislamannya.

Kata kunci: branding, slogan, Mondok Aja, brand identity, pesantren.

ABSTRACT

ANALYSIS OF BRANDING STRATEGIES USING THE SLOGAN “MONDOK AJA” IN BUILDING THE IMAGE OF THE DARUL FALAH ISLAMIC BOARDING SCHOOL IN PONOROGO

Competition among educational institutions, including Islamic boarding schools, has become increasingly intense year after year, necessitating the implementation of effective branding strategies to build a positive image and attract prospective students. This study examines the branding strategy of Pondok Pesantren Darul Falah Ponorogo through the use of the slogan “Mondok Aja,” which serves as the institution's primary identity and communication tool in shaping public perception. Using a descriptive qualitative approach, this study employs in-depth interviews, observations, and documentation, and draws on Sisco van Gelder's branding theory, which encompasses four key elements: brand identity, brand positioning, brand communication, and brand personality.

The research results show that the slogan “Mondok Aja” has successfully shaped Darul Falah's image as a religious, friendly, creative, and adaptive Islamic boarding school. From a brand identity perspective, this slogan reflects the core values of the boarding school, “Pious, Creative, Global,” which are consistently implemented in various flagship programs, such as orchestra classes, a cashless system, and “1 student 1 tablet.” From a brand positioning perspective, “Mondok Aja” positions Darul Falah as a modern boarding school that distinguishes itself from traditional boarding schools by showcasing visuals of active, creative, and tech-savvy students. In terms of brand personality, the boarding school conveys a light-hearted and friendly impression through the use of casual language and a family-oriented approach to care, thereby changing the perception that boarding schools are rigid institutions. In terms of brand communication, the boarding school consistently disseminates the slogan through social media, billboards, and the student guardian app, thereby reaching a wide audience and fostering two-way interaction with the community.

This study confirms that branding with a simple yet meaningful slogan can be an effective strategy in shaping a positive and relevant image of Islamic boarding schools. This strategy not only increases the number of students but also strengthens Darul Falah's position as an Islamic educational institution that is ready to compete in the modern era without losing its Islamic identity.

Keywords: branding, slogan, Mondok Saja, brand identity, Islamic boarding school.

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4

1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Teori.....	5
1. Strategi Branding.....	5
a. Brand Positioning	6
b. Brand Identity	7
c. Brand Personality.....	8
d. Brand Communication	8
2. Slogan.....	9
3. Pondok Pesantren.....	10
2.2 Kerangka Pikir	13
2.3 Penelitian Terdahulu	14
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Lokasi Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	18
3.4 Data dan Sumber Data.....	18
1. Data Primer	18

2. Data Sekunder	19
3.5 Metode Pengumpulan Data	20
3.6 Validitas Data	23
3.7 Metode Analisis Data	23
BAB IV	26
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	26
1. Sejarah singkat	26
2. Profil Sekolah	27
3. Visi dan Misi	27
4. Tujuan Sekolah	28
5. Gambaran Sekolah	30
B. Hasil dan Pembahasan	30
1. Strategi mix branding Pondok Pesantren Darul Falah berdasarkan teori Gelder (2005)	30
a. Brand Positioning	33
b. Brand Identity	38
c. Brand Personality	43
d. Brand Communication	46
BAB V	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	54
LAMPIRAN 2	55
LAMPIRAN 3	56

