BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis di atas, peneliti memiliki beberapa kesimpulan terkait Gerakan Nasional Ayo Mondok, yaitu:

1. Strategi *branding* Pondok Pesantren yang dilakukan oleh RMI melalui Gerakan Nasional Ayo Mondok adalah sebagai berikut: Mengusung *positioning* Pondok Pesantren sebagai lembaga pendidikan karakter yang fleksibel dan modern. Konseptualisasi wujud positioning diwujudkan dalam bentuk penggunaan *brand name* "Ayo! Mondok" dengan desain *funky*, menampilkan karakter santri keren mewakili santri putra dan putri, menggunakan banyak warna dengan tetap dominan warna hijau dan memasang *tagline* "Pesantrenku Keren!!". Bangunan arsitektur *brand* yang dimiliki oleh Ayo Mondok mengacu pada konsep Islam Nusantara yang diangkat oleh NU dan diterjemahkan secara konkret dan linier dalam bentuk program PBPK dan Sistem Informasi Pesantren. Strategi *Branding* Gerakan Ayo Mondok memenuhi kaidah penetapan brand yang baik dengan terpenuhinya perangkat: *positioning & platform brand, brand identity* dan *brand architecture.*
2. Latar belakang dipilihnya Ayo Mondok oleh RMI sebagai strategi *branding* Pondok pesantren dapat dibedakan menjadi latar belakang internal dan eksternal: (a) Latar belakang internal – Pondok pesantren sebagai representasi semangat Islam Nusantara yang digelorakan oleh NU dalam menjawab

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tantangan radikalisme, keprihatinan pengasuh pondok pesantren terkait minat terhadap pesantren yang menurun, diperkuat dengan gagasan K.H. Said Aqil Syiraj yaitu *"Al Audah ila Al Ma'had"* berarti "kembali kepada Pesantren" yang disampaikan dalam Sidang Muktamar di Makassar, (b) Latar belakang eksternal – Naiknya jumlah masyarakat muslim kelas menengah di Indonesia, Jumlah masyarakat kota melebihi masyarakat desa, prospek pasar pesantren dari kalangan muda dan fenomena bonus demografi, munculnya pondok pesantren yang cenderung mengarah pada nilai-nilai radikalisme dan terorisme dan berseberangan dengan nilai-nilai *Ahlussunnah wal Jamaah*.

B. Keterbatasan Penelitian

Dari penjelasan di atas peneliti menyadari ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terkait lokus penelitian.

1. Penelitian ini tidak mendalami secara spesifik pesantren tertentu sebagai obyek pelaksana Gerakan Ayo Mondok sehingga akan menjadi relatif sulit mendeskripsikan secara lebih terperinci tentang praktek keseharian dari pogram Ayo Mondok dalam sebuah institusi pesantren secara spesifik.
2. Penelitian ini tidak melakukan penilaian atau survey langsung terhadap pandangan atau penilaian masyarakat umum tentang Gerakan Ayo Mondok, sehingga masih belum memiliki informasi akurat tentang respon masyrakat terhadap gerakan ini.

C. Saran

Saran peneliti terhadap penelitian-penelitian berikutnya adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Hendaknya ada penelitian yang mendalami *lokus* pesantren dalam rangka mengeksplorasi secara lebih detil tentang bagaimana pelakasanaan Gerakan Nasional Ayo Mondok di lingkungan Pesantren. Penelitian sebaiknya dilakukan di pondok pesantren yang sudah memiliki kesiapan perangkat pelaksanaan dan hendaknya memilih Pondok Pesantren dari beberapa daerah yang berbeda.
2. Juga perlu mengadakan penelitian dengan tema penilaian atau survey langsung terhadap pandangan atau penilaian masyarakat umum tentang Gerakan Ayo Mondok dan pengaruh gerakan tersebut terhadap kuantitas calon santri yang mendaftar di Pesantren.

Saran bagi *stakeholder* terkait agar dapat menggunakan hasil penelitian ini dalam rangka memahami secara lebih jauh konseptualisasi *strategi* branding Gerakan Ayo Mondok dan pertimbangan-pertimbangan dibalik penetapannya. Dengan demikian akan dapat diambil prinsip gerakan dan dapat diaplikasikan dalam konteks Pondok Pesantren manapun.

Saran bagi pengurus Gerakan Nasional Ayo Mondok hendaknya sesegera mungkin menemukan formula sosialisasi gerakannya selain menggunakan instrumen media sosial berbasis online. Hal ini dikarenakan tidak sedikit pula masayrakat Indonesia yang masih awam dengan dunia teknologi informasi dan internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id