

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI STRATEGI *DIGITAL MARKETING*
DI SMP PLUS AL-FATIMAH BOJONEGORO**

SKRIPSI

Oleh:

RIZKY KURNIAHATI
06040320097



Dosen Pembimbing I

Muhammad Nuril Huda, M. Pd
NIP. 198006272008011006

Dosen Pembimbing II

Machfud Bachtiyar, M. Pd. I
NIP. 197704092008011007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : RIZKY KURNIAHATI

NIM: : 06040320097

JUDUL :PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DI SMP PLUS
AL-FATIMAH BOJONEGORO

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juni 2024

Dembuat Pernyataan,



RIZKY KURNIAHATI

NIM: 06040320097

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Oleh:

NAMA : RIZKY KURNIAHATI

NIM : 06040320097

JUDUL :PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DI SMP PLUS
AL- FATIMAH BOJONEGORO.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Juni 2024

Pembimbing I



Muhammad Nuril Huda, M. Pd

NIP.198006272008011006

Pembimbing II



Machfud Bachtiyar, M. Pd. I

NIP.197704092008011007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Rizky Kurniahati ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 25 Juni 2024



Prof. Dr. Muhammad Thohir, M. Pd.
NIP. 197407251998031001

Penguji I,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Shodiq', written over a horizontal line.

Dr. H. Muhammad Shodiq, M. Si.
NIP. 197504232005011002

Penguji II,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sahudi', written over a horizontal line.

Dr. Sahudi, S.Pd.I., M.H.I., M. Pd.
NIP. 197704122009121001

Penguji III,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nuril Huda', written over a horizontal line.

Muhammad Nuril Huda, M.Pd.
NIP. 198006272008011006

Penguji IV,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Machfud Bachtivar', written over a horizontal line.

Machfud Bachtivar, M. Pd. I.
NIP. 197704092008011007



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Kurniahati
NIM : 06040320097
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/Manajemen Pendidikan Islam
E-mail address : rizkykm14@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi *Digital Marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juni 2024

Penulis

Rizky Kurniahati

ABSTRAK

Rizky Kurniahati, 2024, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi *Digital Marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro, Dosen Pembimbing I Muhammad Nuril Huda, M. Pd., Dosen Pembimbing II Machfud Bachtiyar, M. Pd. I.

Penelitian ini berjudul Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi *Digital Marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro bertujuan untuk mendeskripsikan media sosial, strategi digital marketing, serta pemanfaatan media sosial sebagai strategi digital marketing di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian ini adalah kepala sekolah, waka humas, guru, peserta didik dan wali murid. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam menguji keabsahan data penelitian. Hasil penelitian sebagai berikut. *Pertama*, media sosial digunakan oleh SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro untuk memperluas penyebaran informasi yang ada di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro. Media sosial yang digunakan oleh SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro yaitu Instagram, tiktok, facebook dan youtube. Dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial dengan tepat, SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro terus berupaya untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal sehingga jangkauan menjadi lebih luas. *Kedua*, strategi *digital marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro bertujuan untuk memperkenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas. Strategi yang digunakan SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro yaitu strategi *digital marketing* berbasis promosi yaitu dengan menggunakan *platform Instagram ads*. Langkah strategi *digital marketing* yang digunakan yaitu melalui identifikasi pasar, segmentasi dan positioning dan diferensiasi produk. *Ketiga*, pemanfaatan media sosial sebagai strategi *digital marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro memiliki peranan yang sangat penting untuk menjangkau calon peserta didik, wali murid maupun masyarakat umum. agar penyebaran informasi bisa maksimal, SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro memproduksi berbagai konten yang relevan dan menarik untuk di publikasikan melalui media sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi *digital marketing* di SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro berperan penting terhadap bertambahnya jumlah peserta didik baru yang dapat dilihat melalui data jumlah peserta didik baru yang selalu meningkat setiap tahunnya.

Kata kunci: Media Sosial, Strategi, *Digital Marketing*

ABSTRACT

Rizky Kurniahati, 2024, Utilization of Social Media as a Digital Marketing Strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro, Supervisor I Muhammad Nuril Huda, M. Pd., Supervisor II Machfud Bachtiyar, M. Pd. I.

This research entitled Utilization of Social Media as a Digital Marketing Strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro aims to describe social media, digital marketing strategies, and the use of social media as a digital marketing strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The subjects of this research were the principal, deputy head of public relations, teachers, students and parents. The data in this research was obtained through observation, interviews and documentation. Researchers used triangulation techniques to test the validity of research data. The research results are as follows. First, social media is used by SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro to expand the dissemination of information at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro. The social media used by SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro are Instagram, TikTok, Facebook and YouTube. By utilizing various social media platforms appropriately, SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro continues to strive to develop maximum use of social media so that the reach becomes wider. Second, the digital marketing strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro aims to introduce educational institutions to the wider community. The strategy used by SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro is a promotion-based digital marketing strategy, namely by using the Instagram ads platform. The digital marketing strategy steps used are through market identification, segmentation and positioning and product differentiation. Third, the use of social media as a digital marketing strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro has a very important role in reaching prospective students, parents and the general public. In order to maximize the dissemination of information, SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro produces various relevant and interesting content to be published via social media. The use of social media as a digital marketing strategy at SMP Plus Al-Fatimah Bojonegoro plays an important role in increasing the number of new students which can be seen through data on the number of new students which always increases every year.

Keywords: Social Media, Strategy, Digital Marketing

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Konseptual.....	11
F. Keaslian Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II	20
KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Media Sosial di Lembaga Pendidikan.....	20
1. Pengertian Media Sosial di Lembaga Pendidikan	20
2. Fungsi dan Tujuan Media Sosial	22
B. Strategi Digital Marketing	24
1. Pengertian Strategi Digital Marketing.....	24
2. Tujuan Strategi <i>Digital Marketing</i>.....	28
4. Langkah-Langkah Penerapan Strategi Digital Marketing	30
C. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi <i>Digital Marketing</i>.....	32

BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Sumber Data	37
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Teknik Analisis Data	42
F. Teknik Keabsahan Data	44
G. Pedoman Penelitian	46
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	51
B. Deskripsi Subjek.....	59
C. Hasil Penelitian	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	87
BAB V.....	100
PENUTUP	100
A. KESIMPULAN.....	100
B. SARAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	108

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

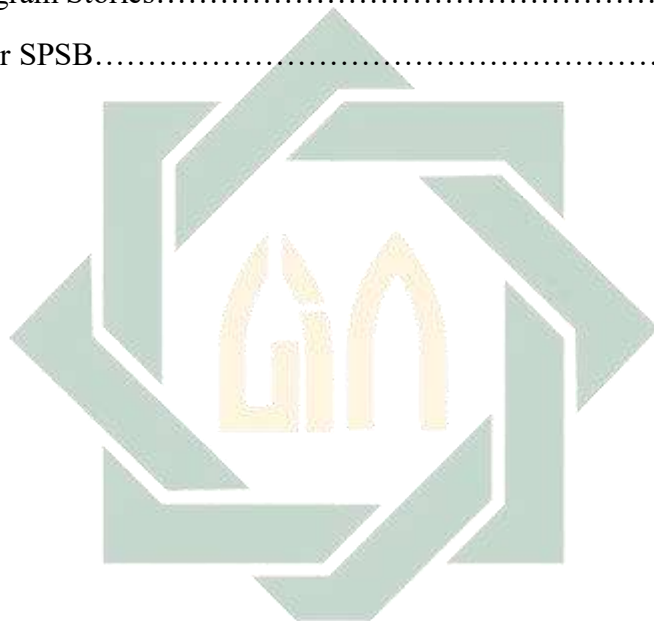
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Peserta Didik SMP Plus Al- Fatimah	6
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Kebutuhan Data Observasi.....	40
Tabel 3.3 Kebutuhan Data Wawancara.....	41
Tabel 3.4 Kebutuhan Data Dokumentasi.....	42
Tabel 3.5 Pedoman Observasi.....	46
Tabel 3.6 Pedoman Wawancara.....	46
Tabel 3.7 Pedoman Dokumentasi.....	49
Tabel 4.1 Fasilitas Digital Marketing SMP Plus Al-Fatimah.....	57
Tabel 4.2 Jumlah Peserta Didik SMP Plus Al- Fatimah 2023- 2024.....	57
Tabel 4.3 Prestasi SMP Plus Al- Fatimah Bojonegoro.....	58
Tabel 4.4 Media Sosial SMP Plus Al- Fatimah Bojonegoro.....	67

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi SMP Plus A-Fatimah Bojonegoro.....	55
Gambar 4.2 Akun Instagram SMP Plus Al- Fatimah Bojonegoro.....	68
Gambar 4.3 Akun Tiktok SMP Plus Al- Fatimah Bojonegoro.....	69
Gambar 4.4 Akun Youtube SMP Plus Al- Fatimah Bojonegoro.....	70
Gambar 4.5 Akun Facebook SMP Plus Al Fatimah Bojonegoro.....	71
Gambar 4.6 Instagram Stories.....	85
Gambar 4.7 Poster SPSB.....	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Salsa Widya Nuranita, "Pengelolaan Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Berbasis Sosial Media di SMKN 1 Sragen" *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2022): 149-155.
- Mamlukhah dan Faiz Inayah, "Strategi Pemasaran Pendidikan di MA Al Amiriyyah Blokagung Banyuwangi," *AJMPID (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam)* 2, no. 2 (2020): 226-47
- Yera Ichšana, "Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)," *Jurnal Pascasarjana IAIN Mataram* 8, no. 2 (2019): 35-46
- Sugeng Lubar Prastowo, Bagus Mananggal, "Manajemen Marketing Jasa Pendidikan di Era Digital," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 13, no. 2 (2022)
- Putri Syiami Ramadiana, Taufik B.k, H. 'Akil, "Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial di Sekolah" *Jurnal Penelitian Tindakan Kelas dan Pengembangan Pembelajaran* 4, No. 3 (2021): 367-376
- Muzakar Isa, Aflit Nuryulia Prastawi, Evi Kurnia Sari, Kesha Dewi Nur Ramadani, "Strategi Pemasaran Melalui Konten Media Sosial MIM PK Wirogunan," *Jurnal Abdi Psikonomi* 4, no. 2 (2023)
- Wahyudi, Muhammad Ali Ma'ruf. "STRATEGI MARKETING DIGITAL SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU DI KOTA BANDAR LAMPUNG", Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022. .
- Muti'ah, Yuta. "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN JASA LAYANAN PENDIDIKAN DI MTS DARUL ULUM WARU SIDOARJO" Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- A'yunina, Quratu A'yunina. "PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MADRASAH ALIYAH NEGERI KOTA BATU", Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.
- Baris Armutcu, Ahmed Tan, Mary Amponsah, Subhadarsini Parida, Haywantee Ramkissoon. "Tourise Behaviour: The role of digital marketing and social media." *Acta Psychologica* 240 (2023)

Waldemar Jedrzejczyk. "Barriers in the Use of Social Media in Managing the Image of Educational Institutions" *Procedia Computer Science* 192 (2021)

Luis Matosas- Lopez. "The Management of Digital Marketing Strategies in Social Network Services: A Comparison between American and European Organizations. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*". 2021

Simon Kingsnorth, *Digital Marketing Strategy: an Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page, 2016

Amiruddin, Ahmad Husein Ritonga, Samsu. *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: K-Media, 2021

Imam Junaris, Nik Haryanti. *Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Purbalingga: CV. Eurika Media Askara 2022

Opan Arifudin, dll. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020

Muhammad Hasan, dll. *Transformasi Digital di Bidang Pendidikan*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020

Ahmad Juhaidi, *Pemasaran Jasa Pendidikan Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2022

Hamdan Husein Batubara, *Media Pembelajaran Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021

Transformasi Digital di Bidang Pendidikan, Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020

Nurin Salma Ramdani, Angga Hadiapurwa, Hafsa Nugraha. "Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Pembelajaran dalam Pembelajaran Daring", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 10, No.2 (2021)

Mamlukhah dan Faiz Inayah, "Strategi Pemasaran Pendidikan di MA Al Amiriyyah Blokagung Banyuwangi," *AJMPID (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam)* 2, no. 2 (2020): 226–47

- Danang Sunyoto, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Buku Seru, 2013), Hal 67.
- Sofian Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014). hal.168-169
- Dewi Komalasari dkk, Buku Bahan Ajar Digital Marketing, (Sidoarjo: Umsida Press, 2021) Hal 8-12
- Resti Sri Elwani, Firman Kurniawan, “Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja”, Jurnal Komunikasi 12, No.1, 2020
- Greenhow, C. & Gleason, B. “Reconsidering scholarly practices in the age of social media” British Journal of Educational Technology, 2012
- Fandi Tciptono, Strategi Pemasaran, 219.
- Philip Kotler, Strategic Marketing for Educational Institutions, (Prentice Hall Inc: New Jersey 1995), 234
- Afidatun Khasanah, “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden”, 164
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Manajemen Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2013), 348
- Thamrin Abdullah, Manajemen Pemasaran (Depok: PT.Rajagrafindo Persada, 2015), 29
- Hanzeh dan Sutiyono, Dasar-dasar Penelitian, (Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat, 2006), hal. 28
- Rukin, Rukin, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Sulawesi Selatan : Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia), 75. (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), 75
- Musfiqon, Metodologi Penelitian Pendidikan, (Sidoarjo: Prestasi Pustaka Publisher, 2012), 118

Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan” (Bandung: Alfabeta, 2013), 336

Yulianto Kadji, “Metode Penelitian Ilmu Administrasi (Yogyakarta: Deepublish, 2012), 158-160

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017), 269–277.

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula. Syariah Marketing cetakan III. (Bandung: Mizan, 2006) Hal 165

Tegar Hadi Pradipta, Pengaruh SDM dalam Pengembangan Digital Marketing terhadap Minat Beli Eurogent Apparel. Skripsi. (Semarang: Fakultas Ekonomi, Manajemen, 2023)



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A