

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
MELALUI MEDIA SOSIAL DI SMP BILINGUAL TERPADU
PESANTREN MODERN AL-AMANAH JUNWANGI, KRIAN-SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh:

Mochammad Husaeni

NIM: D73214045



**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MOCHAMMAD HUSAENI

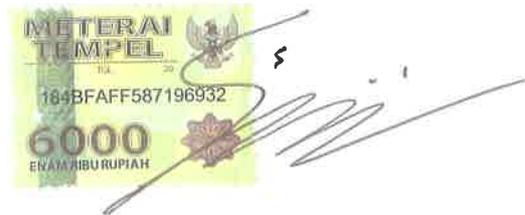
NIM : D73214045

JUDUL : IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
PENDIDIKAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI SMP
BILINGUAL TERPADU PESANTREN MODERN AL-
AMANAH JUNWANGI, KRIAN-SIDOARJO

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

Surabaya, 21 Desember 2018

Yang Menyatakan,

A 6000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a handwritten signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'METERAI TEMPEL', the serial number '184BFAFF587196932', and '6000 ENAM RIBU RUPIAH'.

MOCHAMMAD HUSAENI

D73214045

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Mochammad Husaeni ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri

Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 31 Januari 2019

Mengesahkan,

Dekan,



Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M. Ag., M. Pd.I

NIP. 196301231993031002

Penguji I,

Dr. Mukhlisah AM, M. Pd

NIP. 196805051994032001

Penguji II,

Ali Mustofa, M. Pd

NIP. 197612252005011008

Penguji III,

Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I

NIP. 195506041983031015

Penguji IV,

Machfud Bachtiyar, M.Pd.I

NIP. 197704092008011007

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh:

NAMA : MOCHAMMAD HUSAENI

NIM : D73214045

JUDUL : IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
PENDIDIKAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI SMP
BILINGUAL TERPADU PESANTREN MODERN AL-
AMANAH JUNWANGI, KRIAN-SIDOARJO

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 21 Desember 2018

Mengetahui,

Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. LILIK HURIYAH, M.Pd.I

NIP. 198002102011012005



Drs. TAUFIQ SUBTY, M.Pd.I

NIP. 195506041983031015



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 : MOCHAMMAD HUSAENI
NIM : D73214045
Fakultas/Jurusan : FTK / PI / MPI
E-mail address : Moch.Husaeni2112@gmail.com

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

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MELALUI
MEDIA SOSIAL DI SMP BILINGUAL TERPADU PESANTREN
MODERN AL-AMANAH JUNWANGI, KRIAN - SIDOARJO

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, 12 Februari 2019

Penulis


(Mochammad Husaeni)

Dengan strategi pemasaran pendidikan melalui media sosial ini diharapkan lembaga pendidikan mampu mempermudah memasarkan dan menarik minat dari pengguna jasa pendidikan. Karena melihat banyak pengguna jasa pendidikan yang lebih sering melihat informasi khususnya pendidikan melalui media sosial seperti web, facebook, instagram, twitter, dan lain sebagainya. Maka dirasa cukup tepat memasarkan lembaga pendidikan melalui media sosial pada era milenial saat ini.

SMP Bilingual Terpadu merupakan pendidikan islam integratif. Pendidikan yang dikembangkan menekankan perkembangan manusia terpadu dan seimbang baik secara intelektual, fisik, spiritual, moral, emosional, dan sosial berdasarkan sentuhan nilai islam. Penanaman nilai-nilai penting seperti ketulusan, kejujuran, kepercayaan, kemandirian, keunggulan, dan tanggung jawab menjadi prioritas utama.

Sekolah resmi membuka pendaftaran untuk angkatan pertama pada tahun 2007 ini terletak di wilayah Sidoarjo, tepatnya di desa Junwangi, kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo. Lokasi SMP Bilingual Terpadu berada jauh dari pemukiman warga, sehingga kondusif untuk proses belajar mengajar.

Pada awal pembukaan pendaftaran baru, SMP Bilingual Terpadu memasarkan sekolahnya melalui penyebaran baligo, brosur. Setelah berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, SMP Bilingual Terpadu mulai meningkatkan kualitas media pemasarannya melalui media sosial. Dengan cara memasarkan melalui media sosial ini dirasa sangat berhasil

	alياهو unglan pondok pesantren Amanatul Ummah Surabaya		Andi Kristanto lebih fokus meneliti tentang strategi pemasaran pendidikan secara global dan tidak difokuskan ke media sosial.	Ainul Yaqin Dan Andi Kristanto dan peneliti adalah sama-sam meneliti tentang strategi pemasaran pendidikan
2	Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Objek Wisata Dakwah Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru.	meity intan suryadi	Dalam penelitian ini meity intan suryadi memfokuskan objek penelitiannya di bidang wisata, sedangkan peneliti lebih fokus di bidang pendidikan.	Sama-sama menerapkan promosi melalui media sosial
3.	Pemasaran melali media sosial: <i>Antecedents</i> dan <i>consequences</i>	La Moriansyah	Dalam penelitian ini La moriansyah lebih memfokuskan kajian analisa tentang <i>Antecedents</i> dan <i>consequences</i> dari	Sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran.

informan penelitian 4) cara pengumpulan data 5) prosedur analisis dan interpretasi data , dan 6) keabsahan data.

BAB IV merupakan bab hasil penelitian dan pembhsan. Pada bab ini akan membahas tentang temuan-temuan di lapangan atau sering disebut dengan laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang subjek, penyajian data tentang 1) Implementasi strategi pemasaran melalui media sosial di SMP Bilingual Terpadu Pesantren Modern AL-Amanah Junwangi 2) kelebihan dan kekurangan Implementasi strategi pemasaran melalui media sosial di SMP Bilingual Terpadu Pesantren Modern AL-Amanah Junwangi, dan analisi data tentang 1) Implementasi strategi pemasaran melalui media sosial di SMP Bilingual Terpadu Pesantren Modern AL-Amanah Junwangi 2) kelebihan dan kekurangan Implementasi strategi pemasaran melalui media sosial di SMP Bilingual Terpadu Pesantren Modern AL-Amanah Junwangi.

BAB V merupaka penutup. Bab ini memuat kesimpulan, saran-saran, kemudian di lanjutkan dengan daftar pustaka serta lampiran-lampira yang berkenaan dengan penelitian.

Menurut Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein menklasifikasikan berbagai jenis media sosial menjadi enam jenis berdasarkan ciri-ciri penggunanya, yaitu:

- a. Proyek kolaborasi website, dimana *user*-nya di izinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti wikipedia.
- b. Blog dan microblog, di mana *user* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti twitter.
- c. Konten atau isi, dimana para *user* di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti youtube.
- d. Situs jejaring sosial, dimana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya facebook.
- e. Virtual game world, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game.
- f. Virtual social world, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Keabsahan Data

Kebenaran hasil penelitian kualitatif banyak yang di ragukan karena (a) subjektifitas peneliti berpengaruh besar dalam penelitian kualitatif, (b) instrument penelitian mengandung banyak kelemahan, terutama bila melakukan wawancara secara terbuka dan tanpa control dan (c) sumber data kualitatif yang kurang dapat di percaya sehingga mempengaruhi hasil akurasi penelitian.

Untuk mengatasi kelemahan tersebut, maka di butuhkan beberapa cara menentukan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan empat kreteria, yaitu: (a) kredibilitas (*credibility*) yaitu tingkat kepercayaan suatu proses dan hasil penelitian. Criteria yang di gunakan adalah lama penelitian, observasi detail, triangulasi, dan membandingkan dengan hasil penelitian lain. (b) keteralihan (*transferability*) yaitu apakah hasil penelitian ini dapat di terapkan pada situasi yang lain (c) keterkaitan (*dependability*) yaitu apakah ahsil

