

**ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS SOSIAL MEDIA
UNTUK MEMBANGUN *BRAND IMAGE* SEKOLAH
DI SEKOLAH DASAR ISLAM AL-CHUSNAINI SIDOARJO**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Royan Fattahkun Ihsan
NIM: D93217114

Dosen Pembimbing:

Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I
NIP. 198002102011012005

Dr. Arif Mansyuri, M. Pd.
NIP. 197903302014111001

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

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : ROYAN FATTAHKUN IHSAN
NIM : D93217114
JUDUL : ANALISIS MENAJEMEN PEMASARAN BERBASIS
SOSIAL MEDIA UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE
SEKOLAH DI SEKOLAH DASAR ISLAM AL-
CHUSNAINI 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 2023

Pembuat pernyataan,



Royan Fattahkun Ihsan
D93217114

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh:

NAMA : ROYAN FATTAHKUN IHSAN
NIM : D93217114
JUDUL : ANALISIS MENAJEMEN PEMASARAN BERBASIS
SOSIAL MEDIA UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE
SEKOLAH DI SEKOLAH DASAR ISLAM AL-CHUSNAINI
SIDOARJO

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.


Surabaya, 21 Desember 2023

Pembimbing I



Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I
NIP. 198002102011012005

Pembimbing II



Dr. Arif Mansyuri, M. Pd.
NIP. 197903302014111001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Royan Fatahkun Ihsan ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Surabaya, 21 Desember 2023

Mengesahkan,
Dekan



Dr. Muhammad Thohir, M.Pd

NIP. 197407251998031001

Penguji I

Dr. Mukhlisah AM, M.Pd

NIP. 196805051994032001

Penguji II

Hj. Ni'matun Nuzuliyah, M.Ag

NIP. 197308022009012003

Penguji III

Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I

NIP. 198002102011012005

Penguji IV

Dr. Arif Mansyuri, M.Pd

NIP. 19790330200014111001



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 : Royan Fattahkum Ihsan
NIM : D98217114
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/ Manajemen Pendidikan Islam
E-mail address : royanika97official@gmail.com

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

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisa Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Membangun Brand Image Sekolah Di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo

berserta 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 *file/text* 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 Januari 2024

Penulis

(Royan Fattahkum Ihsan)

ABSTRAK

Royan Fattahkun Ihsan (D93217065), Analisis Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Membangun Brand image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo. Dosen Pembimbing I Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I dan Dosen Pembimbing II Dr. Arif Mansyuri, M. Pd.

Penelitian bertujuan mendeskripsikan Analisis Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Membangun Brand image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pengumpulan datanya dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini menemukan hasil sebagai berikut: 1) Manajemen pemasaran berbasis sosial media di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini ini menjadi salah satu keberhasilan *marketing* karena dengan menggunakan platform sosial media dapat menjangkau *audience* yang lebih luas dan lebih spesifik dan juga bisa menghemat biaya *Marketing* . 2) Penggunaan sosial media di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini ini berfokus di 3 platform yaitu Instagram, Facebook dan Youtube, ketiga platform sosial media tersebut di optimalkan oleh tim sosial media dengan cara membuat konten yang bervariasi dan relevan yang bisa diterima di berbagai macam kalangan masyarakat . 3) Untuk membangun *Brand Image* di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini ini sering mengunggah kegiatan-kegiatan positif seperti kegiatan hari besar islam, ekstrakurikuler, kegiatan ritinitas siswa, dan fasilitas sekolah yang bisa di tampilkan di platform sosial media sehingga citra dari Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini ini dapat di pandang atau berkesan positif di kalangan masyarakat, dampak dari *Brand Image* yang positif ini bisa mempertimbangkan orang tua peserta didik baru yang ingin menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini.

Kata Kunci: *Pemasaran, Sosial Media, Brand image*

ABSTRACT

Royan Fattahkun Ihsan (D93217065), Analysis of Social Media-Based Marketing Management to Build School Brand image at Al-Chusnaini Islamic Elementary School, Sidoarjo). Supervisor I Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I and Supervisor II Dr. Arif Mansyuri, M. Pd.

The research aims to describe Social Media Based Marketing Management Analysis to Build School Brand image at Al-Chusnaini Islamic Elementary School, Sidoarjo. This research is a type of qualitative research using a descriptive approach. Data collection uses interview, observation and documentation methods.

From the results of this research, the following results were found: 1) Social media-based marketing management at Al-Chusnaini Islamic Elementary School is one of the marketing successes because using social media platforms can reach a wider and more specific audience and can also save marketing costs. 2) The use of social media at Al-Chusnaini Islamic Elementary School focuses on 3 platforms, namely Instagram, Facebook and YouTube. These three social media platforms are optimized by the social media team by creating varied and relevant content that can be accepted by various groups of society. . 3) To build a Brand Image at Al-Chusnaini Islamic Elementary School, they often upload positive activities such as Islamic holidays, extracurricular activities, student routine activities, and school facilities which can be displayed on social media platforms so that the image of Al-Chusnaini Islamic Elementary School This can be viewed or have a positive impression among the community, the impact of this positive Brand Image can be considered by parents of new students who want to send their children to Al-Chusnaini Islamic Elementary School..

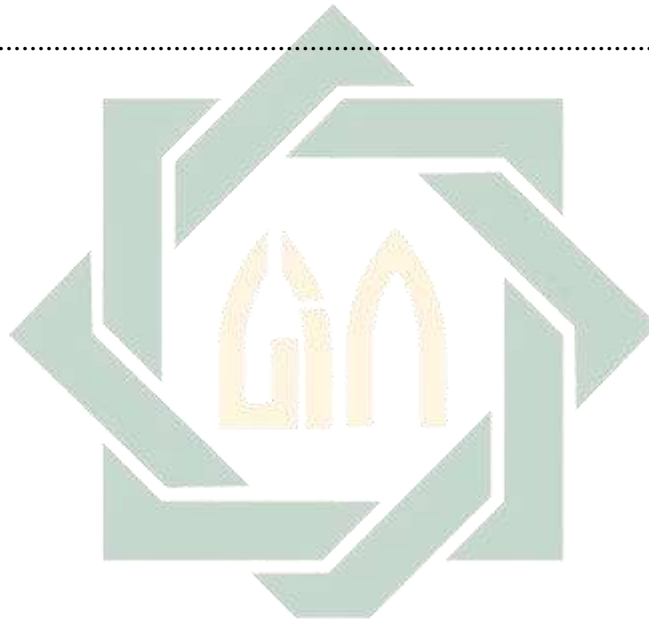
Keywords: *Marketing, Social Media, Brand image*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Bagi peneliti	9
2. Bagi lembaga pendidikan.....	9
E. Definisi Konseptual.....	10
1. Manajemen Pemasaran Berbasis Media Sosial.....	10
2. Membangun <i>Brand Image</i> Sekolah.....	13
F. Keaslian Penelitian.....	14
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II KAJIAN TEORI.....	20
A. Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media.....	20
1. Manajemen Pemasaran.....	20
2. Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran	22
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	25
4. Penerapan Manajemen Pemasaran	26
B. Media Sosial.....	30
1. Pengertian Media Sosial.....	30

2. Manfaat Media Sosial	32
3. Klasifikasi Media Sosial	34
C. <i>Brand Image</i>	36
1. Definisi <i>Brand Image</i>	36
2. Manfaat <i>Brand Image</i>	38
3. Jenis-Jenis <i>Brand Image</i>	40
D. Manajemen Pemasaran Berbasis Media Sosial Untuk Membangun <i>Brand Image</i> Sekolah	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	49
C. Sumber Data dan Informan Penelitian	50
D. Metode Pengumpulan Data	51
1. Wawancara	51
2. Observasi	52
3. Dokumentasi	52
E. Metode Analisis Data	53
1. Reduksi Data	53
2. Penyajian Data	54
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data	54
F. Keabsahan Data	55
G. Pedoman Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo	59
1. Profil Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo	59
2. Visi, Misi dan Tujuan Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo	60
B. Hasil Penelitian	64
1. Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo	64
2. Manajemen Pemasaran Melalui Sosial Media Untuk Membangun <i>Brand Image</i> di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini	74
C. Analisis Pembahasan Hasil Penelitian	84

1. Analisis Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo.....	84
2. Analisis Manajemen Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Membangun <i>Brand Image</i> di Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Sidoarjo	89
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Pedoman Observasi	57
Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara.....	57
Tabel 3.4 Pedoman Dokumentasi	60
Tabel 4.1 Data Jumlah Siswa Sekolah Dasar Islam Al-Chusnaini Tahun 2017 – 2023.....	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris Rustaman. "Efektivitas Penggunaan Aplikasi Daring, Video Conference Dan Sosial Media Pada MataKuliahKomputer Grafis 1 Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* Vol. 4, no. 3 (July 2020).
- Abu Hasan and Agus R. "Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri." *Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 12, no. 1 (February 2019).
- Afidatun Khasanah. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Baturaden." *Jurnal El-Tarbawi* Vol. 8, no. 2 (2015).
- Agung Pratama. "Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Samsung Pada Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Simantek* Vol 4, no. 1 (February 2020).
- Agusina Shinta. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- Andi Sadat. *Brand Belife: Strategi Membangun Merk Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak Publisher, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- Chin-Tsu Chen. "The Investigation on Brand Image of University Education and Students' Word-of-Mouth Behavior." *Higher Education Studies* Vol. 6, no. 6 (2016).
- Danis Puntodi. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo, 2011.
- David Chaney. *LIFESTYLE: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2004.
- Dawid WJjaya. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Eko Agustino, Danu. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Erman Anom. *Pemerintah, Media, Dan Masyarakat Di Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Fajar Dwiwana. "Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 9, no. 2 (Agustus 2019).
- Faridah Yulianti, Lamsah, and Priyadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Fathul Mujib and Tutik Saptaningsih. *School Branding; Strategi Di Era Disruptif*. Semarang: Bumi Aksara, 2020.
- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Hapsawati Taan, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, and Indriyani. "Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image." *SEIKO : Journal of Management & Business* Vol. 4, no. 01 (2021).
- Hatane Semuel and Julian Wibisono. "Brand Image Customer Satisfaction Dan Castomer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 12, no. 1 (April 2019).

- Henry Simamora. *Manajemen Pemasaran International*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Herry Mulyono. "Brand Awareness And Brand Image Of Decision Making On University." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol. 18, no. 2 (September 2016).
- Imam Fizin. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Jurnal Madaniyah* Vol. 7, no. 2 (Agustus 2017).
- Irwandani. "Potensi Media Sosial Dalam Mempopulerkan Konten Sains Islam." *Jurnal Tadris* Vol. 1, no. 2 (Desember 2016).
- Kamsir and Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi Cetakan Ke-12*. Jakarta: Prenada Group, 2016.
- Kaplan, Andreas M, and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*, no. 53 (2010).
- Kartajaya. *Perjalan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Surabaya: Erlangga, 2016.
- Kituma Merera, Chalchissa Amentie, and Lalise. "Effect Of Non- Financial Compensation On The Employees' Job Performance: A Case Of Jimma Geneti Woreda Health Centers In Horro Guduru , Ethiopia." *International Journal of Commerce and Finance* Vol. 5, no. 2 (2019).
- La Moriansyah. "Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* Vol. 19, no. 3 (Desember 2015).
- Lingar Anggoro. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Linjuan Rita Men and Wan-Hsiu Sunny Tsai. "Infusing Social Media with Humanity: Corporate Character." *Journal of Public Relation* Vol. 19, no. 3 (2015).
- M. Munir. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik." *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol 2, no. 1 (April 2018).
- Mardawani, Praktis. *Penelitian Kualitatif: Teori Dasar & Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Muhaimin. *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015.
- Munir, M. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik." *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 78–94.
- Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nawawi, Hadari, and Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Rajawali Press, 1992.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016.

- Prengki Susanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang." *Tingkap* Vol. VIII, no. 1 (2016).
- Putri Syiami Ramadina, Taufik, and Akil. "Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial Di Sekolah." *PeTeKa (Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengembangan Pembelajaran)* Vol 3, no. 1 (2021).
- Rangkuti Freddy. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2015.
- Reka Malinda. "Strategi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone Oppo." *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara* Vol. 16, no. 2 (n.d.): Desember 2018.
- Rendika Putri Kartika Sari and Ida Aryati Rochimi Widayanti. "Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret Di Surakarta." *Jurnal Edunomika* Vol 03, no. 1 (February 2019).
- Rifqi Suprpto, M Zaky Wahyuddin Aziz. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher, 2020.
- Setyastuti Yuanita. "Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi Dan Tipe Kepribadian Ekstrovert- Introvert." *Jurnal Komunikator* Vol. 4, no. 2 (November 2012).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- . *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sulidar Fitri. "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak." *Naturalistic: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* Vol. 1, no. 2 (April 2017).
- Swasta B and Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BFFE, 2017.
- Syamsuddin, AR, and Damaianti S. Vismaia. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Rosdakarya, 2006.
- Taprial and Kanwar. *Understanding Social Media*. United States: Ventus Publishing, 2012.
- Tobari. "The Strategy Of Headmaster On Upgrading Educational Quality In Asean Economic Community (AEC) Era." *International Journal Of Scientific & Technology Research* Vol. 7, no. 4 (April 2018).
- Toha Ma'sum. "Eksistensi Manajemen Pemasaran Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman* Vol. 2, no. 1 (Agustus 2020).
- Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, and Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* Vol. 2, no. 1 (2022).
- Warnadi and Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Zulki Zulkifli Noor. *Manajemen Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A