

No: skrps/mpi/ftk/Uin.258/22

**PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL MARKETING*  
DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1  
pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**



Disusun Oleh:

**ANNISYA KIRANA PUTRI**

**NIM. 11810320544**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**1443 H / 2022**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PERSETUJUAN**

- Hak Cipta dan Hak Kekayaan Intelektual UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Skripsi dengan judul *Pelaksanaan Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru*, yang disusun oleh Annisya Kirana Putri, NIM. 1810320544. Dapat diterima dan disetujui dalam sidang *munaqasyah*, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Syawal 1443 H  
12 Mei 2022 M

Menyetujui,

**Ketua Jurusan  
Manajemen Pendidikan Islam**

**Dr. Hj. Yulibarti, M.Ag**  
**19700404 199603 2 001**

Pembimbing

**Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd**  
**19700514 199803 2 006**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

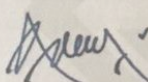
## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru* yang ditulis oleh Annisya Kirana Putri dengan NIM.111810320544 telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 3 Juni 2022. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Konsentrasi Administrasi Pendidikan.

Pekanbaru, 3 Zulkaidah 1443 H  
3 Juni 2022 M

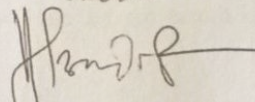
### Mengesahkan Sidang Munaqasyah

Penguji I



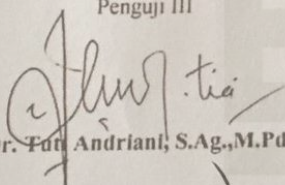
Dr. H. Zarkasih, M.Ag.

Penguji II



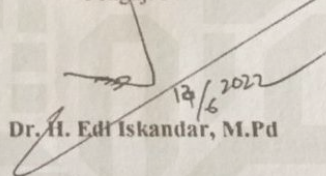
Hendra Saputra, M.Pd.

Penguji III



Dr. Tat. Andriani, S.Ag., M.Pd.

Penguji IV



Dr. H. Edli Iskandar, M.Pd.

Dekan  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Dr. H. Kadar, M.Ag

NIP.19650521 199402 1 001



### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Annisya Kirana Putri  
NIM : 11810320544  
Tempat/Tgl. Lahir : Bengkalis, 12 Mei 2000  
Fakultas : Tarbiyah & Keguruan  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Skripsi :

Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing  
di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 21 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Annisya Kirana Putri  
NIM. 11810320544

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh**

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, anugerah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada akhirul *anbiya'* *waimamurrosul syaiidina wamaulana* Muhammad SAW. Semoga kita termasuk ke dalam barisan panjangnya rasullulah di hari akhir nanti dan masih tergolong ke dalam pengikut beliau yang setia.

Atas izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru**” merupakan karya tulis ilmiah yang disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas dan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dorongan dan bimbingan baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan kemurahan hati kepada penulis.

Selain itu, penulis menyadari bahwa proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sebagai ungkapan rasa terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Site Islam: Universitas Sultan Syarif Kasim Riau



1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Berserta Wakil Rektor I Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein M.Pd, Wakil Rektor III Edi Erwan, S.Pt. M.Sc, Ph.D. yang telah memberikan waktu kepada penulis untuk menuntut ilmu diperguruan tinggi ini.
2. Bapak Dr. H. Kadar, S.Ag., M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Bapak Dr. H. Zarkasih, M.Ag. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Bapak Zubaidah Amir MZ., S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan II, Ibu Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons., selaku Wakil Dekan III.
3. Ibu Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag selaku ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam beserta Bapak Dr. Mudasir, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.
4. Ibu Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan begitu banyak pelajaran dan bimbingan yang sangat berharga yang penulis dapat selama proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Hasgimianti, S.Pd., M. Pd. Kons selaku penasehat akademis yang telah memberikan motivasi serta nasihat dalam penghafalan juz 30 dan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang telah memberikan begitu banyak ilmu yang tidak ternilai harganya.
7. Pihak SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru yang sudah bersedia memberikan begitu banyak informasi dan banyak membantu serta mendampingi penulis selama melakukan penelitian di Sekolah.





8. Teristimewa Kepada Ayahanda Darto dan Ibunda Sri Widi Astuti, yang telah mendedikasikan kehidupannya untuk anak-anaknya, yang tiada lelah untuk memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya, yang selalu mendoakan yang terbaik untuk anak-anaknya, menjadi pendengar disetiap suka maupun duka, memberikan *support system* dan menjadi garda terdepan dalam hidupnya. Semoga Allah Hadiahkan Syurga tanpa hisap bagi keduanya. Aamiin.

9. Kepada saudari-saudariku Winda Hafiza dan Faiza Kanaya Fitri yang selalu memberikan semangat dan pendengar disaatku merasa lelah dan sedih dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kemudahan dalam setiap langkah yang dijalani dan Semoga Allah hadiahkan Syurga dan kita dipertemukan di Syurga kelak. Aamiin.

10. Kepada sahabat-sahabatku yang selalu setia mendengarkan semua keluhan kesahku dan selalu memberikan *support system* yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu: Amrizal, Rozy, Rakha, Shevira, Fakhira, Putri, Ibna, Gerry, Taufiq, Rafi, dan Toraja. Semoga Allah jadikan kita tetangga di syurga kelak aamiin.

11. Kepada sahabat-sahabatku yang selalu setia menemani dalam masa menyelesaikan studi ini, yaitu: Sukma, Kak Pipi, Rahma, dan Feni. Semoga Allah jadikan kita bertetangga di syurga kelak.

12. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hardwork, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Semoga Allah SWT. Akan membalas segala kebaikan yang diberikan dan membimbing kita ke jalan yang diridhoinya, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga segala banyak bentuk kritik dan saran sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini akan membawa manfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.

Pekanbaru, 19 Mei 2022

**Annisya Kirana Putri**  
**NIM. 11810320544**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Skripsi ini saya persembahkan kepada Almater saya*  
**Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**  
**Konsentrasi Administrasi Pendidikan**  
**Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**  
**UIN Suska Riau**

*Tidak akan pernah terlupakan, rasa syukur dan terimakasih yang teramat dalam kepada Allah SWT. Karena berkat nikmat-Nya yang begitu melimpah, karya ini selesai tepat pada waktunya.*

*Tulisan karya ilmiah ini dipersembahkan kepada orang-orang tercinta yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan...*

*Kepada Ayah Darto dan Ibu Sri Widi Astuti tercinta yang senantiasa menjadi support system dan garda terdepan untuk selalu mendukung sasa diberbagai hal dengan keringat yang ribuan liter ditumpahkan untuk sasa, yang selalu mendo'akan sasa dengan begitu tulus. Terimakasih atas didikan kalian yang luar biasa untuk sasa bisa jadi seperti sekarang. Jasa kalian dalam mendidik sasa hingga sampai dititik ini tidak akan pernah terlupakan semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.*

*Kepada adik-adikku tercinta, Winda Hafiza & Faiza Kanaya Fitri. Terimakasih atas segala doa dan dukungan kalian dalam memberi semangat kepadaku untuk bisa menyelesaikan karya ini.*

*Terhusus, kepada Apiary Academy sebagai tempat tumbuh kembang karirku yang selalu memberikan bantuan dan dukungan untukku dalam bekerja dan menyelesaikan tanggung jawabku sebagai mahasiswa*

*Last but not least...*

*Untuk diriku sendiri, terimakasih sudah bertahan hingga di titik ini. Terimakasih sudah tetap berusaha berdiri sendiri perlahan-lahan bangkit dari masa sulit dan diporak porandakan oleh suasana hati.*

*Terimakasih sudah ikhlas, mencoba ingin menerima keadaan dan berdamai dengan diri sendiri sehingga kamu bisa dengan tegar menyelesaikan karya tulisan ini tepat pada waktunya.*



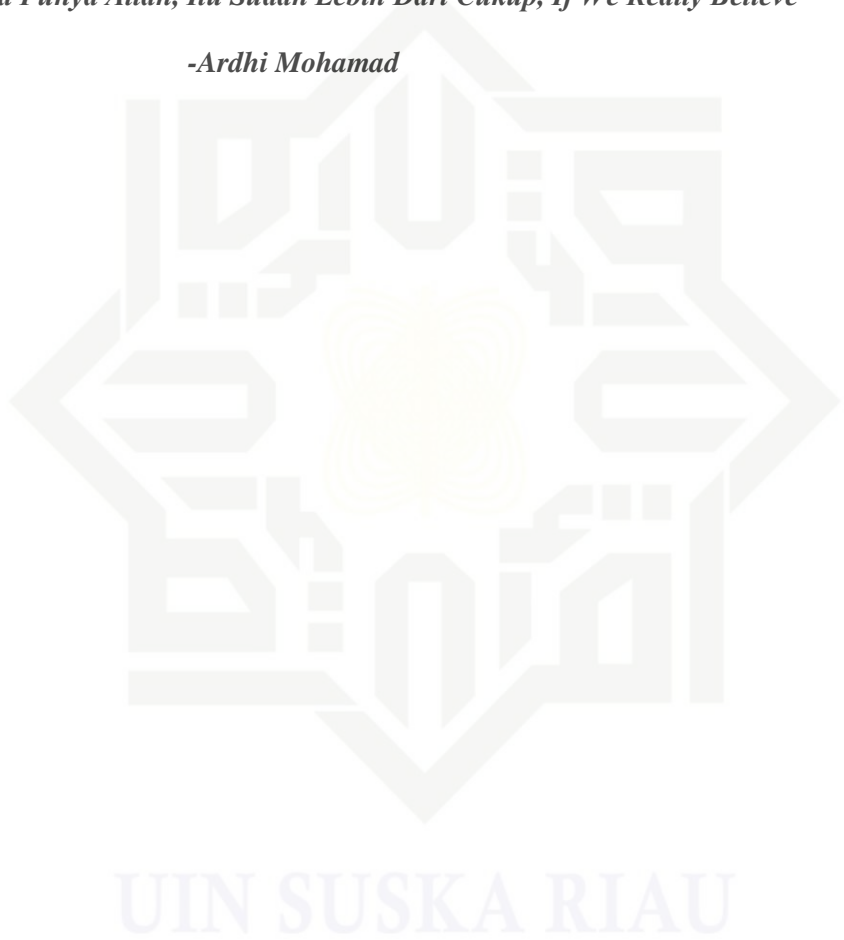
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## MOTO

***“Ketika Kita Hanya Punya Allah, Itu Sudah Lebih Dari Cukup, If We Really Believe”***

***-Ardhi Mohamad***



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## ABSTRAK

### **Annisya Kirana Putri, (2022): Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, 2) kendala dan solusi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* lebih dominan memanfaatkan *digital marketing* dengan menggunakan saluran *digital marketing* yaitu *social media* yaitu Facebook, Instagram, WhatsApp Blast, dan Youtube; sehingga dalam pelaksanaannya sudah mengarah kepada tujuan promosi yaitu memberikan informasi, mengingatkan, dan membujuk; waktu pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* dilakukan secara kondisional dengan memanfaatkan bauran promosi (*promotion mix*) sebagai alat bantu dalam pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. 2) Adapun yang menjadi kendala dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* yaitu, yang pertama biaya yang belum terincikan, teknik pelaksanaan yang harus lebih *upgrade*, dan tantangan *trend digital* yang terus berubah-ubah sehingga menghasilkan solusi yang pertama memanfaatkan *social media organic*, yang kedua mencoba *upgrade* kemampuan, dan yang ketiga mencoba untuk lebih inovatif dan kreatif.

**Kata Kunci: Promosi, *Digital Marketing*, *Social Media***



## ABSTRACT

**Annisya Kirana Putri, (2022): *School Promotion of Digital Marketing-Based at Islamic Junior High School of Al-Azhar 37 Pekanbaru***

*This research aimed to determine: 1) the implementation of digital marketing at Al-Azhar 37 Islamic Middle School Pekanbaru, 2) Obstacles and solutions to implementing digital marketing at 37 Al-Azhar Islamic Junior High School Pekanbaru. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques, namely interviews, observation, and documentation. In analyzing the data, the researcher used data reduction, data exposure, and drawing conclusions. To test the validity of the data is done by triangulation of sources. The results showed that: 1) in the implementation of digital marketing-based school promotions, digital marketing was more dominant channels, digital marketing namely social media, namely Facebook, Instagram, WhatsApp Blast, and Youtube; so in its implementation it has led to the purpose of promotion, namely providing information, reminding, and persuading; when the implementation of digital marketing carried out conditionally by utilizing the promotion mix as a tool in the implementation of digital marketing at Al-Azhar 37 Islamic Middle School Pekanbaru. 2) The obstacles in implementing digital marketing are, the first costs are not yet detailed, implementation techniques that must be upgraded, and the challenges digital trends that continue to change so as to produce the first solution utilizing organic social media, the second try upgrading abilities, and the third try to be more innovative and creative.*

**Keywords: *Promotion, Digital Marketing, Social Media***

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

النساء كيرانا بوتري، (٢٠٢٢): الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي في مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو

يهدف هذا البحث إلى معرفة تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي في مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو. طريقة البحث المستخدمة نوعية وصفية مع تقنيات جمع البيانات وهي المقابلة، والملاحظة، والتوثيق. وفي تحليل البيانات، استخدمت الباحثة تقليل البيانات، وعرضها، والاستنتاج. لاختبار صحة البيانات، يتم استخدام طريق تحليل المصادر. أظهرت نتائج البحث ما يلي: (١) في تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي، فإن استخدام التسويق الرقمي باستخدام قنوات التسويق الرقمي، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، هو السائد أكثر. (٢) الغرض من تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي في مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو هو توفير المعلومات، وتذكير الجمهور، وإقناع الجمهور بمعرفة وجود مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو. (٣) يتم توقيت تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي في مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو بشكل مشروط لأنه عندما يتعلق الأمر بالتكنولوجيا وشبكات الإنترنت، يمكن تنفيذ الترويج المدرسي دون قيود المكان والزمان. (٤) تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي في مدرسة الأزهر ٣٧ المتوسطة الإسلامية بكنبارو تعاون مع أنشطة في المزيج الترويجي مع وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات اتصال. (٥) فيما يتعلق بالعقبات التي تعترض تنفيذ الترويج المدرسي على أساس التسويق الرقمي، الأولى هي التكاليف التي لم يتم تفصيلها، وتقنيات التنفيذ التي يجب تطويرها بشكل أكبر، وتحديات الاتجاهات الرقمية التي لا تزال تتغير لنتج الحلول، الأولى استخدام الوسائط الاجتماعية العضوية، والثانية محاولة القدرات، والثالثة محاولة للابتكار والإبداع أكثر.

الكلمات الأساسية: الترويج، التسويق الرقمي، وسائل التواصل الاجتماعي

- Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**DAFTAR ISI**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Himpunan Ilmiah UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Yari Kasim Riau

**PERSETUJUAN**..... i

**PENGESAHAN**.....Error! Bookmark not defined.

**SURAT PERNYATAAN** .....Error! Bookmark not defined.

**KATA PENGANTAR**..... iv

**PERSEMBAHAN**..... viii

**MOTO**..... x

**ABSTRAK** ..... xi

**DAFTAR ISI**..... xiv

**DAFTAR TABEL**..... xvi

**DAFTAR GAMBAR**..... xvii

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... xviii

**BAB I PENDAHULUAN**..... 1

    A. Latar Belakang ..... 1

    B. Alasan Memilih Judul ..... 5

    C. Penegasan Istilah..... 6

    D. Permasalahan..... 7

    E. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... 9

**BAB II KAJIAN TEORI** ..... 11



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A.	Kerangka Teoritis.....	11
B.	Penelitian Yang Relevan.....	30
C.	Kerangka Berpikir.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
A.	Jenis Penelitian.....	36
B.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	36
D.	Informan Penelitian.....	37
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
F.	Teknik Analisis Data.....	38
G.	Pengecekan Keabsahan Data.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>43</b>
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	43
B.	Hasil Penelitian.....	51
C.	Pembahasan.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>83</b>
A.	Kesimpulan.....	83
B.	Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>



UIN SUSKA RIAU

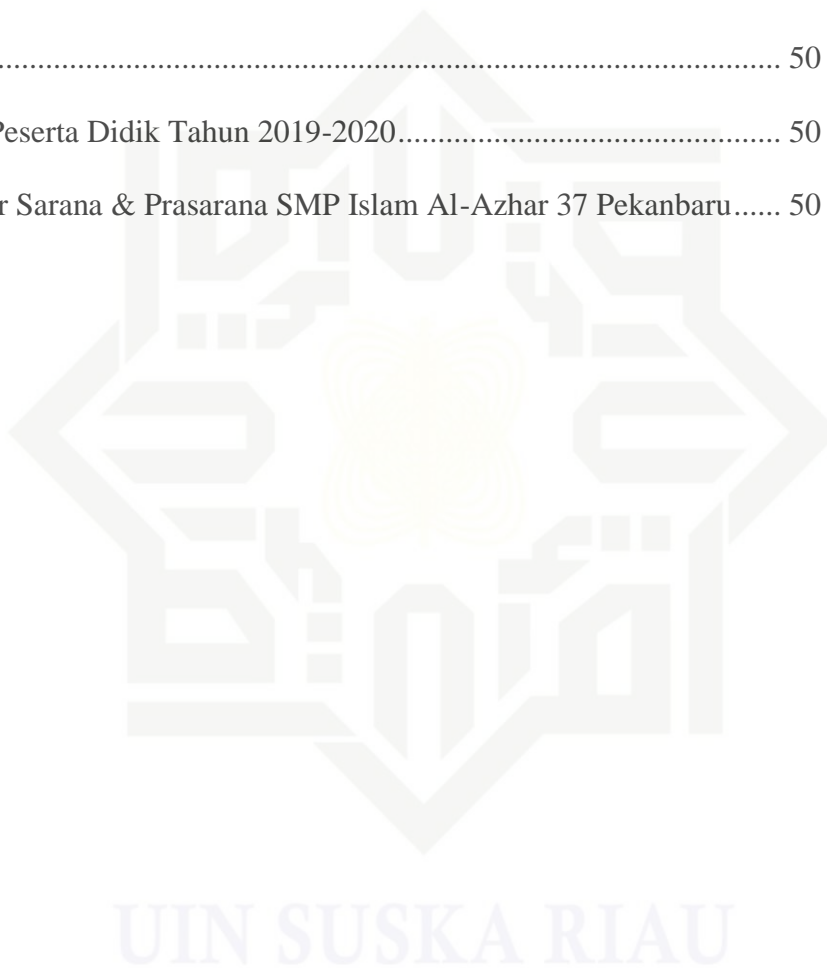
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel IV. 1 Kepala Sekolah SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru .....	47
Tabel IV. 2 Tenaga Pendidik SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.....	48
Tabel IV. 3 Tenaga Kependidikan dan Staf SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru	49
Tabel IV. 4 Data Peserta Didik SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru TP. 2021/2022.....	50
Tabel IV. 5 Data Peserta Didik Tahun 2019-2020.....	50
Tabel IV. 6 Daftar Sarana & Prasarana SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.....	50







UIN SUSKA RIAU

© H a c i p t a m i l i k U I N S u s k a R i a u

S t a t e I s l a m i c U n i v e r s i t y o f S u l t a n S y a r i f K a s i m R i a u

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir .....	34
Gambar 2 Struktur Organisasi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.....	51





## DAFTAR LAMPIRAN

- © Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 Site Iamir University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkannya dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Lampiran 1 Lembar Pedoman Wawancara
  - Lampiran 2 Transkrip Wawancara dan Hasil Observasi
  - Lampiran 3 Surat Pra Riset
  - Lampiran 4 Surat Balasan Pra-riset
  - Lampiran 5 Surat Keterangan Pembimbing
  - Lampiran 6 Surat Keterangan Pembimbing (Perpanjang)
  - Lampiran 7 Surat Disposisi
  - Lampiran 8 Cover ACC Proposal
  - Lampiran 9 Surat Pengesahan Perbaikan Proposal
  - Lampiran 10 Surat Izin Riset
  - Lampiran 11 Surat Izin Riset (Gubri)
  - Lampiran 12 Surat Izin Riset (Kesbangpol)
  - Lampiran 13 Surat Izin Riset (Dinas Pendidikan)
  - Lampiran 14 Surat Balasan Riset
  - Lampiran 15 Lembar ACC Skripsi
  - Lampiran 16 Lembar Kegiatan Bimbingan Mahasiswa
  - Lampiran 17 Lembar Dokumentasi

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin *upgrade* dari waktu ke waktu, membuat lembaga pendidikan khususnya sekolah semakin berinovasi dalam menawarkan keunggulannya masing-masing. Hal tersebut menjadi tantangan bagi banyak sekolah untuk bersaing mempertahankan citranya. Untuk itu, sekolah harus memiliki kemampuan mengkomunikasikan kualitas sekolah agar sampai kepada masyarakat dan memunculkan persepsi positif dari masyarakat.

Daya saing dalam perspektif lembaga pendidikan sesuai dengan penjelasan yang tertulis dalam glosarium pada Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses Untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah: “daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna”.<sup>1</sup>

Persaingan yang begitu kompetitif terlihat dari meningkatnya jumlah sekolah dengan masing masing keunggulan yang ditawarkan sehingga membuat para orang tua semakin selektif untuk memilih sekolah yang terbaik untuk anaknya. Salah satu cara menghadapi persaingan tersebut yaitu dengan melakukan promosi sekolah yang menarik agar tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Karena betapapun bagusnya kualitas dari suatu sekolah apabila tidak dikomunikasikan

---

<sup>1</sup>Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2007 tentang *Standar Proses Untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah*.







*digital marketing* ini lebih dominan diaplikasikan oleh sektor bisnis.

Padahal dengan adanya pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* semakin besar peluang sekolah untuk menjangkau konsumen potensial.

Perlu dipahami juga bahwasanya pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini bukanlah mutlak faktor utama keputusan calon konsumen dalam memilih sebuah sekolah, melainkan sekolah yang juga harus memiliki keseimbangan layanan pendidikan yang berkualitas seperti, produk yang berkualitas, sarana dan prasarana yang mendukung, serta lingkungan sekolah yang mendukung kebutuhan calon konsumen.

Pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* akan sangat membantu suksesnya usaha pelaksanaan kegiatan promosi sekolah dan menimbulkan persepsi positif dari calon konsumen potensial sehingga melakukan tindakan untuk menggunakan jasa layanan pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah.

Melalui pra-observasi secara langsung pada tanggal 25 Juni 2021, peneliti mengamati bahwa SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru merupakan salah satu sekolah yang mampu menyesuaikan era *digital* saat ini. SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru menerapkan promosi sekolah melalui pemanfaatan *digital marketing* sejak SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sejak baru berdiri di Tahun 2017. Promosi sekolah berbasis *digital marketing* dilakukan dengan memaparkan informasi kualitas sekolah, prestasi sekolah, hingga kegiatan keunggulan di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru melalui optimasi *website* dan *social media* resmi SMP Islam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Al-azhar 37 Pekanbaru yang termasuk akses dalam *digital marketing*.

Pelaksanaan kegiatan promosi dengan memanfaatkan *digital marketing* sangat besar perannya dalam menjaga citra serta peningkatan kuantitas peserta didik di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru yang sekiranya baru didirikan sejak tahun 2017 hingga saat ini yang masih termasuk kategori salah satu “sekolah baru” di Pekanbaru, sehingga menjadikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru mampu bersaing dengan lembaga kompetitor lainnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini ditujukan untuk memberikan gambaran melalui penjelasan mengenai pelaksanaan promosi sekolah yang dilakukan oleh SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Promosi yang dimaksud disini adalah promosi berbasis *digital marketing* yang mana melalui penelitian ini membuktikan bahwa *digital marketing* tidak hanya dapat dilakukan pada sektor bisnis profit saja, tetapi dapat diaplikasikan juga di dalam dunia pendidikan dalam meningkatkan citra dan mempertahankan eksistensi suatu sekolah.

Berdasarkan pra-studi pendahuluan melalui wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2021, penulis menemukan beberapa gejala-gejala sebagai berikut.

1. SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, berdiri sejak tahun 2017 dan masih tergolong “sekolah baru” di Kota Pekanbaru, sehingga promosi sekolah masih sangat dibutuhkan mengingat target siswa/i SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru adalah dari kalangan menengah keatas.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang dan memperlakukannya sebagai hak milik pribadi yang tidak dapat dipisahkan dari diri individu yang menciptakannya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. SEO (*Search Engine Optimization*) masih belum diterapkan sehingga promosi melalui *website* resmi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru masih belum teroptimasi lebih lanjut.
3. Beberapa strategi promosi seperti *sales promotion* dan pengadaan *event* Al-Azru Cup di SMP Islam 37 Pekanbaru yang diadakan secara virtual sejak Pandemi *Covid-19* sehingga terjadi ketidaksesuaian target jumlah calon peserta didik yang mendaftar.
4. Koordinator Bidang Humas dan Tenaga *IT Support* masih bekerja secara “*multitasking*” sehingga masih diperlukannya *upgrading skill* agar semakin fleksibel terhadap perubahan teknologi.

Dengan beberapa pertimbangan gejala-gejala yang ditemukan, penulis tertarik melakukan penelitian tersebut dengan judul “**Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru**”.

## B. Alasan Memilih Judul

Berkaitan dengan latar belakang yang telah dijabarkan peneliti sebelumnya, ada beberapa alasan mendasar penulis memilih judul penelitian tersebut. alasan-alasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persoalan yang akan dikaji dalam judul sejalan dengan bidang ilmu yang peneliti pelajari, yaitu Manajemen Pendidikan Islam tepatnya pada mata kuliah *Enterpreneur & Pemasaran Pendidikan*.
2. Permasalahan dan teori sesuai dengan gejala-gejala yang ditemukan





terkait dengan judul penelitian.

3. Permasalahan yang akan diteliti ada di lokasi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.
4. Sepengetahuan peneliti, judul ini belum pernah diteliti oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, terkhusus Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

### C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terkait judul dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan istilah. Oleh karena itu penulis akan menegaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul, yaitu:

#### 1. Promosi Sekolah

Promosi merupakan salah satu dari langkah *marketing mix* yang secara umum pengertiannya adalah kegiatan menyebar luaskan informasi dengan cara mengingatkan, mempengaruhi, mengkomunikasikan target pasar terkait suatu produk atau *brand* dengan cara yang menarik agar dapat mencapai target penjualan.<sup>4</sup>

Penerapannya dalam pendidikan, promosi sekolah adalah sebuah cara menyampaikan informasi kepada calon konsumen terkait kualitas pelayanan yang ada di dalam suatu sekolah agar dapat meningkatkan minat konsumen berupa citra positif dari sekolah

<sup>4</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), h.

sehingga berdampak kepada peningkatan kuantitas peserta didik baru.

## 2. Digital Marketing

*Digital marketing* adalah serangkaian aktivitas promosi dengan memanfaatkan media digital dengan bantuan akses jaringan internet. *Digital marketing* mencakup kegiatan yang memudahkan interaksi antara produsen dan konsumen hingga dapat menjadi perantara untuk mengetahui apa saja kebutuhan serta keinginan calon konsumen.<sup>5</sup>

Melalui *digital marketing* kegiatan promosi dapat dilakukan kapan saja, dengan cara apa saja, dimana saja, dan tentunya dengan jangkauan yang lebih luas. Kaitannya dalam dunia pendidikan, *digital marketing* dapat memudahkan segala prosedur pelaksanaan promosi untuk meroketkan keunggulan yang ditawarkan oleh sekolah sehingga dapat tepat dan cepat tersampaikan kepada calon konsumen.

## D. Permasalahan

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan gejala yang telah ditemukan, ada beberapa yang menjadi pokok permasalahan yang menjadi perhatian dalam kajian ini pada promosi sekolah berbasis *digital marketing*, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

<sup>5</sup> Ni Putu Diah Puspitasari dkk, 'Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul', *Journal Scientific and Applied*, Vol. II No. 2, 2019, h. 165-166.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

- b. Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru?

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor menghambat dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru.

### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Secara Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam bidang keilmuan untuk bisa menambah wawasan serta sebagai informasi tentang promosi sekolah berbasis *digital marketing*

- b. Secara Praktis

- 1) Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
UIN Suska Riau  
Sultan Syarif Kasim Riau  
Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

- 2) Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan, bahan pertimbangan, serta sumber data untuk pembenaran, pengembangan, dan peningkatan dalam bidang promosi sekolah.
- 3) Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti sebagai hasil observasi langsung khususnya terkait dengan pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.
- 4) Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan (S.Pd) pada program studi Manajemen Pendidikan Islam, konsentrasi Administrasi Pendidikan.



UIN SUSKA RIAU



© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kerangka Teoritis

##### 1. Pengertian Promosi Sekolah

Dalam bahasa Inggris promosi berasal dari kata *promote* yang dapat diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi sebuah kata yaitu meningkatkan, mengembangkan serta menyampaikan informasi terkait kualitas suatu produk yang ingin ditawarkan kepada calon konsumen.<sup>6</sup> Salah satu cara sebuah organisasi, instansi, ataupun perusahaan dalam mengembangkan reputasinya adalah dengan melakukan kegiatan promosi.

Philip Kotler, salah satu professor sekaligus ahli pada bidang pemasaran dalam sebuah buku yang di tulis oleh Freddy Rangkuti menjelaskan secara garis besar, pengertian promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dalam kegiatannya melakukan komunikasi berupa penyampaian informasi kepada calon konsumen dengan cara membujuk, menghimbau, serta mempengaruhi khalayak umum agar mendapatkan citra positif.<sup>7</sup>

Kegiatan promosi dilakukan sebagai usaha menyebarluaskan informasi produk atau jasa yang yang ingin diperkenalkan kepada

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

<sup>6</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2014, h.179.

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h.49.

calon konsumen secara luas dan tepat sasaran agar calon konsumen mendapatkan kesadaran serta keberadaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga muncul keinginan calon konsumen untuk membeli atau memakai produk ataupun jasa yang ditawarkan.

Sejalan dengan penjelasan Buchari Alma, bahwa promosi adalah kegiatan berupa periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung sebagai alat yang tepat untuk menyebarkan informasi keberadaan suatu jasa ataupun produk kepada masyarakat yang tujuannya adalah untuk meningkatkan hasil bagi suatu perusahaan, organisasi, maupun instansi.<sup>8</sup> Dengan menggunakan alat promosi tersebut dapat menjadi sebuah cara untuk membujuk target sasaran untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat.

Dari beberapa penjelasan yang telah diuraikan di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa promosi merupakan salah satu dari langkah bauran pemasaran yang mana pada kegiatannya mengkomunikasikan suatu informasi terkait keberadaan sebuah produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon konsumen dengan cara mengedukasi, membujuk, serta memperkenalkan reputasinya agar dapat memikat citra positif dari calon konsumen sehingga calon konsumen tersebut tertarik untuk membeli atau memakai jasa yang ditawarkan melalui pelaksanaan kegiatan promosi.

<sup>8</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasara dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014),





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin UIN Suska Riau.
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kaitannya kegiatan promosi di dalam dunia pendidikan khususnya bagi lembaga sekolah pada umumnya hampir sama dengan pelaksanaan kegiatan promosi pada sektor bisnis yaitu tujuannya sama-sama untuk mengembangkan reputasi sebuah instansi melalui pengenalan produk atau jasa yang ditawarkan.

Kegiatan promosi sampai saat ini merupakan salah satu strategi yang paling efektif yang banyak digunakan oleh berbagai sektor, termasuk dengan sektor pendidikan sebagai salah satu cara pengembangan reputasi sekolah dengan cara memberikan informasi, mengingatkan, dan membujuk target pasar potensial mengenai produk atau layanan yang ditawarkan oleh sekolah. Kegiatan promosi dilengkapi oleh berbagai bauran promosi seperti periklanan, penjualan secara tatap muka, hubungan masyarakat atau publisitas, penjualan secara langsung, dan penjualan perseorangan.

Tertulis dalam jurnal penelitian Brigitta pendapat Ghandi mengenai penjelasan promosi sekolah adalah bagian dari alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan guna memasarkan layanan jasa pada bidang pendidikan.<sup>9</sup>

Melalui penjelasan diatas memberi arahan bahwa kegiatan promosi sudah seharusnya menjadi perhatian penting yang harus dilaksanakan oleh setiap sekolah, karena apabila sebuah sekolah memiliki keunggulan atau kualitas yang lebih variatif dan berbeda

<sup>9</sup> Brigitta Putri Atika Tyagita, "Strategi Pemasaran Sekolah Menengan Atas Swasta di Kabupaten Semarang", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. III No. 1, 2016, h. 68



dengan sekolah lainnya, jika tidak di publisitas atau dipromosikan kepada masyarakat, maka akan berdampak kepada minimnya kesadaran terkait keberadaan sekolah tersebut.

Dapat disimpulkan dari paparan diatas mengenai pengertian promosi sekolah merupakan cara sekolah untuk memberikan informasi, mengingatkan, dan membujuk masyarakat dengan pengiklanan, promosi penjualan, promosi perseorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung sebagai kegiatan meningkatkan kesadaran serta keberadaan sekolah kepada masyarakat.

## 2. Tujuan Promosi

Tujuan dari pelaksanaan promosi tentu saja tidak hanya sekedar untuk menaikan profit sebuah instansi diberbagai bidang, tetapi promosi perlu dilakukan oleh setiap instansi di berbagai bidang karena banyak kualitas produk atau jasa yang harus diperkenalkan oleh banyak orang. Sebuah instansi melaksanakan kegiatan promosi pada umumnya memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan barang atau jasa yang ditawarkan agar dapat meningkatkan laba serta mendukung pelaksanaan strategi dari bauran pemasaran. Tujuan secara rinci dari pelaksanaan kegiatan promosi diuraikan sebagai berikut.<sup>10</sup>

- a. Memberikan informasi (*informing*), tujuan kegiatan promosi yang pertama yaitu memberikan informasi terkait keberadaan suatu produk atau jasa, menjelaskan kualitas serta manfaat produk atau

<sup>10</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 57



jasa tersebut, hingga menyampaikan kesan yang baik terhadap produk atau jasa yang ingin ditawarkan agar menciptakan citra positif instansi.

- b. Membujuk calon konsumen (*persuading*), tujuan ini agar dapat mengarahkan pandangan atau persepsi calon konsumen atau target pasar terhadap kualitas dan manfaat produk atau jasa yang ditawarkan sehingga calon konsumen terdorong untuk memakai produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan dari suatu instansi.
- c. Mengingat (*reminding*) tujuan ini berguna sebagai pengingat serta sebagai usaha untuk mempertahankan keberadaan dan citra positif dari produk atau jasa yang ditawarkan agar konsumen secara berulang-ulang untuk terus melakukan transaksi. Jadi, dengan adanya kegiatan promosi ini konsumen tidak hanya sekali untuk memakai produk dan jasa dari suatu instansi, tetapi secara berulang-ulang sehingga kondisi pendapatan suatu instansi dapat meningkat.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan promosi pada umumnya dirumuskan dengan respon serta keputusan dari calon pengguna atau konsumen apakah memilih untuk membeli atau menggunakan jasa yang dipromosikan.<sup>11</sup>

Kaitannya dengan tujuan pelaksanaan promosi bagi lembaga pendidikan atau sekolah ini merupakan suatu usaha lembaga

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penetapan, dan penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), h.260

pendidikan atau sekolah untuk menyampaikan serta memperkenalkan sekolah tersebut kepada calon peserta didik potensial dan orang tua calon peserta didik potensial agar mengetahui informasi kualitas serta keberadaan suatu sekolah sehingga berminat untuk mendaftarkan calon peserta didik di sekolah tersebut. Dengan adanya kegiatan promosi, sekolah dapat terus mempertahankan eksistensi serta keberadaan hingga citra sekolah tersebut agar tidak ditinggalkan oleh konsumen ditengah persaingan sektor pendidikan yang semakin ketat pada saat ini.

### 3. Model AIDA (*awareness, interest, desire, action*)

Seperti yang telah dipaparka sebelumnya dalam pembahasan dari tujuan promosi yaitu memberikan harapan hasil kepada pelaksana kegiatan promosi terkait respon calon konsumen apakah berminat membeli atau menggunakan jasa yang dipromosikan, sehingga dalam kegiatan promosi terdapat model hirarki respon, salah satunya yaitu model AIDA yang merupakan bagian dari model hirarki yang paling umum digunakan dalam melakukan promosi diberbagai bidang termasuk juga dalam mempromosikan sekolah.

Menurut pendapat strong yang tertulis dalam jurnal penelitian Alina menjelaskan secara umum AIDA adalah singkatan dari (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang menggambarkan tahap-tahap yang berhubungan dengan persepsi konsumen.<sup>12</sup> Hendy menjelaskan

<sup>12</sup> Alina Irina Ghirvu, "The AIDA Model For Advergamaes", Jurnal: *The USV Annals of Economics and Public Administration*, Vol XIII No. 1, 2013, h. 94



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

model AIDA adalah model tingkatan respon pertama yang terdiri dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Desire* (keinginan), dan *Action* (aksi) yang dikembangkan sebagai rumusan tahap-tahap respon konsumen dalam melakukan tindakan membeli atau memakai jasa yang dipromosikan.<sup>13</sup>

Dalam penelitian Siti dan Junainah terdapat penjelasan mengenai penggunaan model AIDA digunakan untuk melengkapi tujuan pelaksanaan promosi berbasis *digital* yaitu memberikan informasi, membujuk, serta mengingatkan pelanggan melalui pemanfaatan internet dan media sosial sehingga pelanggan maupun calon pelanggan memiliki ketertarikan dan menciptakan persepsi untuk membeli produk atau layanan dengan cara mengunjungi situs *website* dan media sosial resmi.<sup>14</sup> Secara lengkap keempat komponen dalam model AIDA dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Attention* (Perhatian)

Sebuah informasi yang disampaikan dalam promosi agar mendapatkan perhatian kepada pembaca, harus disertakan oleh tiga hal sebagaimana dijelaskan oleh Kotler & Armstrong dalam jurnal penelitian Siti dan Junainah, yaitu: 1) memberi informasi mengenai benefit terkait kualitas produk atau jasa yang ditawarkan; 2) informasi yang disampaikan dapat dipercaya bahwa kualitas

<sup>13</sup> Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), h. 209

<sup>14</sup> Siti Syuhada Binti Abd Rahman dan Junainah Idris, “*Aplikasi Model AIDA Dalam Pengurusan Wakaf*”. *Jurnal Fatwa Management and Research*, Vol. XIII No.1, 2018, h. 10





produk atau jasa yang ditawarkan benar-benar terbukti dan menarik perhatian; 3) pesan yang disampaikan harus inovatif dan kreatif dibandingkan dengan kompetitor;

## 2. *Interest* (Ketertarikan)

Setelah merancang informasi yang menimbulkan perhatian, tahap persepsi pada model AIDA selanjutnya yaitu pesan atau informasi yang disampaikan haruslah memiliki keterkaitan bagi para pembaca untuk mengikat calon konsumen potensial agar tertarik untuk membaca informasi yang disampaikan melalui promosi. Pada tahap ketertarikan ini mengasah para pelaksana untuk kreatif dalam merancang pesan informatif dalam sebuah konten promosi bisa dari jenis tulisan, warna tulisan. Isi informasi yang berkaitan dengan calon konsumen potensial, hingga ilustrasi gambar yang menarik dan sesuai;

## 3. *Desire* (Keinginan)

Pada tahap persepsi selanjutnya yaitu sudah ada keinginan calon konsumen potensial setelah tertarik membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan melalui membaca informasi yang telah disampaikan. Namun, pada tahap ini masih ada keraguan apakah seluruh pesan informasi yang disampaikan melalui promosi benar-benar akan memenuhi ekspektasi calon konsumen potensial. Untuk itu, perlu ada bukti nyata atau persepsi nyata terkait informasi yang disampaikan benar-benar menjadi solusi bagi



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen atau tidak. Dalam hal ini *testimoni* dari konsumen terdahulu bisa menjadi salah satu bagian pesan yang disampaikan dalam pelaksanaan promosi.

#### 4. Action (Tindakan)

Tahap ini merupakan tahap terakhir pada model AIDA yaitu *action* yang mana pihak konsumen potensial melakukan keputusan terkait produk atau jasa yang dipromosikan.<sup>15</sup>

#### 4. Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Tertulis pendapat Kotler dan Amstrong didalam jurnal penelitian oleh Grace, Lisbeth, dan Hendra terdapat lima elemen dalam bauran promosi (*promotion mix*) yaitu periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat atau publisitas (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).<sup>16</sup> Lima bauran promosi (*promotion mix*) tersebut digunakan sebagai alat atau *tools* dalam pelaksanaan promosi. Penjelasan secara rinci mengenai lima bauran promosi dijelaskan sebagai berikut.

##### a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan elemen promosi yang paling umum digunakan diberbagai instansi untuk memperkenalkan produknya. Periklanan adalah sebuah kegiatan dari promosi dalam

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Grace Marlen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas, "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Taman Sari Metropolitan Manado". Jurnal EMBA, Vol.III No.2. 2015, h. 1075

menawarkan barang dan jasa kepada calon konsumen.<sup>17</sup> Pada iklan, biasanya ditampilkan organisasi yang mesponsorinya. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen dan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Untuk menjangkau masyarakat tanpa halangan jarak dan waktu, periklanan dapat diaplikasikan dengan menggunakan media digital dan didukung oleh jaringan internet agar memberikan dampak yang lebih besar dalam menarik perhatian masyarakat. Dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, Yulianto, dan Sunarti, tertulis pendapat Kotler dan Armstrong ada lima bentuk iklan berbasis *digital marketing* yaitu *Video Advertising*, *Sponsorship*, *Direct Advertising*, *Self Service Advertising*, dan *Contextual Advertising*.<sup>18</sup> Iklan berbasis media online merupakan jalan yang paling cepat untuk menjangkau target konsumen potensial dan biaya yang relatif murah.

#### b. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan (*personal selling*) adalah bagian kegiatan promosi berupa penyajian atau presentasi suatu produk dengan melibatkan interaksi personal langsung antara calon



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>17</sup> Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberti, 2002), h. 289  
<sup>18</sup> Deni dwi Prasetyo, Edy Yulianto, dan Sunarti, "Pengaruh Iklan Secara Online terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XLI, No. 1, 2016, h. 172

konsumen potensial dengan seseorang yang menawarkan produk.<sup>19</sup> Dalam pelaksanaan promosi, kegiatan penjualan perseorangan bertujuan untuk memberi pemahaman sebuah produk kepada konsumen.

Penjualan perseorangan merupakan alat promosi yang berbeda dari periklanan karena penjualan perseorangan menggunakan orang atau individu dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan orang secara individu dapat lebih fleksibel dibandingkan alat-alat promosi lainnya. Alat komunikasi umum yang digunakan pada penjualan perseorangan adalah persentase penjualan, pertemuan penjualan, program intensif dan sampel wiraniaga.

Tertulis dalam jurnal penelitian oleh Suherman, pendapat Sutisna bahwa ada beberapa peran *personal selling* dalam pelaksanaan kegiatan promosi sebagai berikut:

1. “Menyampaikan pesan yang kompleks kepada konsumen potensial mengenai produk atau jasa dan kebijakan perusahaan.
2. Mengadaptasi penawaran atau daya tarik promosi produk untuk kebutuhan yang unik dan konsumen yang spesifik.
3. Membujuk konsumen bahwa produk atau jasa perusahaan lebih unggul dari pada pesaing.”<sup>20</sup>

Kegiatan promosi menggunakan penjualan perseorangan (*personal selling*) dapat dilakukan dengan cara melakukan

<sup>19</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 140.

<sup>20</sup> Suherman Kusniadji, “Kontribusi Penggunaan *Personal Selling* Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini”, *Jurnal: Komunikasi*, Vol. IX No.2, 2017, h. 180



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pembicaraan secara tatap muka, melalui telepon, penyajian video, dan lain-lain sesuai dengan situasi penjualan.<sup>21</sup>

### c. Hubungan Masyarakat atau Publisitas (*Public Relation*)

Publisitas merupakan usaha merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita yang komersial tentang produk dalam media tercetak atau tidak, meupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

Pada publisitas, informasi yang tercantum bukan berupa iklan, melainkan berupa berita. Biasanya, individu atau lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya dan tidak dapat mengawasi pengungkapan beritanya. Publisitas mengandung unsur-unsur berita yang menarik sehingga dapat menarik media masa untuk ikut serta menyarkan meskipun tidak menerima bayaran.

Secara *digital*, publisitas (*public relation*) dapat diaplikasikan dengan memanfaatkan jaringan internet salah satunya melalui media sosial. Dengan media sosial, *public relation* dapat mengelola nama baik institusi melalui berita *update* yang ditampilkan lebih menarik untuk dilihat oleh masyarakat melalui media *digital*.<sup>22</sup>

Dalam kegiatan promosi *digital public relation* berperan lebih besar jika dibandingkan dengan kegiatan *offline public*

<sup>21</sup> Novia Kusuma Dewi dan Yuliani Rachma Putri, "Personal Selling Sebagai Strategi Marketing Layanan Digital ICT (Studi Kasus di PT. Telkom Surabaya)", Jurnal: *e-Proceeding of Management*, Vol. V No.1, 2018, h. 1506

<sup>22</sup> Agus Triyono, "Inovasi Digital Public Relation Pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Semarang Dalam Meningkatkan Citra", Jurnal: MAKNA, Vol. VI no. 2, 2016, h. 122



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





UIN SUSKA RIAU

### e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah kegiatan promosi dengan melakukan penawaran secara langsung melalui perantara pihak ketiga seperti perangkat elektronik dengan bantuan jaringan internet atau media iklan untuk mencapai calon konsumen.<sup>25</sup>

Kotler & Armstrong berpendapat tertulis dalam jurnal penelitian oleh Purnama dan Pralina bahwasanya pemasaran langsung adalah sebuah cara promosi dengan menimbulkan *customer relationship* melalui *face to face selling*, *direct mail marketing*, *telemarketing*, *direct response television marketing*, dan *online marketing*.<sup>26</sup>

Tujuan pemasaran langsung yaitu untuk memperoleh umpan balik dari konsumen potensial yang tertarik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan melalui alat-alat pemasaran langsung sehingga konsumen melakukan *action* atau melakukan transaksi.

Dapat dipahami pemasaran langsung dapat mendeteksi hubungan serta respon timbal balik konsumen akhir yang difokuskan terhadap pembelian suatu produk. Pemasaran langsung dapat dijadikan bauran promosi yang tepat dalam mengelola data

<sup>25</sup> M. Anang Firmansyah, "Komunikasi Pemasaran", (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019), h. 305

<sup>26</sup> Ridwan Purnama dan Alfanisa Riska Pralina, "Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran The Centrum Bandung", Jurnal: *Tourism and Hospitality Essentials (THE)*, Vol. VI No. 1, 2016, h. 975

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





selalu terhubung oleh konsumen.<sup>29</sup>

Dari beberapa pemaparan pendapat diatas, dapat disimpulkan oleh peneliti, *digital marketing* adalah suatu *trend* kegiatan promosi dengan memanfaatkan media komunikasi secara *online* melalui *website*, e-mail, TV *digital*, jejaring sosial sebagai inovasi terbaru saluran media iklan agar dapat terhubung secara langsung kepada konsumen potensial dan dapat mengikat pelanggan di berbagai lokasi. Secara singkat melalui *digital marketing* kegiatan promosi akan mendukung bauran pemasaran dengan memanfaatkan kecanggihan media teknologi dan informasi.

*Digital Marketing* memiliki konsep menjangkau area lokasi secara luas dengan rentang waktu yang cukup fleksibel, dapat dilakukan dengan cara apa saja melalui dukungan jaringan internet, dan dapat di jangkau di berbagai kalangan sehingga *digital marketing* salah satu sarana terbaik untuk mendukung pelaksanaan kegiatan promosi produk atau jasa. *Digital marketing* mengutamakan tujuan sebagai peluang meningkatkan *traffic* dan meningkatkan *brand awareness*.

## 6. Saluran *Digital Marketing* (*Digital Marketing Channels*)

Sebagai media pemasaran secara digital, *digital marketing* memiliki teknik *online communication* atau komunikasi secara daring

<sup>29</sup> Tabroni dan Mamay Komarudin, "Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19 Berdasarkan Keputusan Konsumen", Jurnal Riset Entrepreneurship, Vol. IV No. 1, 2021, h. 50.



yang bertujuan untuk menghasilkan dan mencapai kesadaran terhadap sebuah produk atau jasa dalam meningkatkan minat konsumen melalui kunjungan website atau kunjungan di jejaring sosial. Teknik tersebut dinamakan saluran *digital marketing (digital marketing channels)*. Ada 6 saluran *digital marketing* dijelaskan sebagai berikut.

#### a. *Search Engine Optimazation (SEO)*

Pendapat Ledford yang tertulis dalam jurnal penelitian oleh Hadian dan Firman menuliskan *Search Engine Optimazation (SEO)* adalah sebuah cara atau sebuah teknik pencarian informasi produk dengan menggunakan sebuah kata kunci yang memiliki indikator pencarian informasi yang di sediakan dalam halaman-halaman situs seperti *website* dan *blogs* agar informasi terkait produk yang ingin dicari terdeteksi oleh mesin pencarian.<sup>30</sup>

#### b. *Pay-Per-Clicks (PPC)*

*Pay per click* adalah metode iklan berbayar agar dapat meningkatkan pengunjung pada *website* atau jejaring sosial sebagai media penyampaian informasi terkait produk atau jasa yang ingin ditawarkan.<sup>31</sup> Sebagai contoh dari PPC ini yaitu Google Ads, Facebook Ads, dan juga pesan berbayar LinkedIn.

#### c. *Social Media Marketing*

Saluran *digital marketing* ini merupakan media paling

<sup>30</sup> Hadian Artanto dan Firman Nurdiyansyah, "Penerapan *SEO (Search Engine Optimazation)* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk", *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, Vol. I No.2, 2017. h. 2

<sup>31</sup> Musnaini dkk, *Digital Marketing*, (Banyumas: Pena Persada Redaksi, 2020), h. 86



umum dalam kegiatan promosi serta membesarkan suatu produk dengan menyampaikan informasi produk tersebut melalui konten kreatif yang disebar luaskan di *social media* seperti, Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, dan lain-lain.

*Social Media Marketing* adalah wujud dari saluran *digital marketing* yang diakomodasi oleh aplikasi *software* agar dapat melakukan komunikasi dua arah dan saling tanpa hambatan jarak dan waktu sehingga eksistensi *social media marketing* ini sendiri bisa berfungsi untuk berbagai kegiatan seperti kampanye program hingga promosi produk dan jasa.<sup>32</sup>

#### d. E-Mail Marketing

*E-mail marketing* dalam memasarkan suatu produk sangat berguna dalam memberikan informasi secara langsung menargetkan kepada konsumen potensial dan spesifik. Dengan *e-mail marketing* ini bisa menjadi saluran *digital marketing* terbaik dengan biaya yang relatif kecil.

### 7. Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing

Seperti yang telah peneliti paparkan pada pembahasan teori sebelumnya, promosi sekolah merupakan sebuah kegiatan yang harus dilakukan oleh sekolah untuk mengumumkan, menginformasikan, serta menyampaikan terkait keberadaan suatu sekolah agar dapat

<sup>32</sup> Ita Suryani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)", *Jurnal Komunikasi*, Vol. VIII No.2, 2014. h. 128



mempertahankan eksistensi serta bertahan ditengah persaingan sektor pendidikan saat ini yang semakin pesat. Tidak hanya itu, pelaksanaan promosi sekolah secara umum juga bertujuan agar dapat meningkatkan kuantitas peserta didik.

Promosi sekolah dapat dilakukan dengan berbagai cara sama halnya seperti sektor lainnya. Promosi sekolah dapat dilakukan dengan menggunakan 5 bauran promosi (*promotion mix*) yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*) hubungan masyarakat atau publisitas (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Kelima bauran promosi tersebut dapat dilakukan menyesuaikan dengan media yang ada pada saat ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin agar tujuan dari pelaksanaan promosi sekolah dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Media yang dapat dimanfaatkan dalam pelaksanaan promosi sekolah dengan melihat kondisi kemajuan teknologi saat ini adalah menggunakan media *digital marketing*. *Digital marketing* adalah usaha pelaksanaan promosi dengan memanfaatkan sarana jaringan internet dan kemajuan teknologi agar pesan informasi terkait produk yang akan ditawarkan kepada calon konsumen terjangkau secara luas.

Promosi sekolah berbasis *digital marketing* merupakan cara atau metode terkini yang memudahkan kegiatan promosi sekolah tersampaikan dengan visual yang lebih menarik melalui *social media*,



*website, blog*, untuk memikat calon peserta didik dan orang tua calon peserta didik untuk mendaftarkan calon peserta didik di suatu sekolah. melalui *digital marketing* informasi terakait kualitas suatu sekolah dapat terus menerus terakses dalam rentang waktu yang sangat fleksibel.

## B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang menjadi bahan perbandingan sebuah hasil karya ilmiah agar terhindar dari manipulasi. Penelitian yang relevan ini juga digunakan sebagai penguat data penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini dan sebagai bukti juga bahwa penelitian ini belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan terdahulu dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut.

1. Pada tahun 2019, Nur Sobihatul Fajri dan Novan Ardy Wiyani mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto melakukan penelitian yang ditulis dalam jurnal berjudul “Manajemen *Marketing* Sekolah Berbasis ICT di SMK Citra Bangsa Mandiri Tanjung Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mendeskripsikan proses manajemen marketing sekolah berbasis ICT. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen *marketing* sekolah berbasis ICT di SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto melalui 4



tahap kegiatan seperti perencanaan *marketing* sekolah berbasis ICT, Pengorganisasian kegiatan *marketing* sekolah berbasis ICT, pelaksanaan *marketing* sekolah, melakukan penawan serta evaluasi kegiatan *marketing* sekolah berbasis ICT. Hasil dari pelaksanaan pemasaran sekolah berbasis ICT terlaksana dengan baik, ini dibuktikan dengan jumlah siswa yang mendaftar dari dalam maupun luar daerah cukup meningkat.<sup>33</sup>

**Persamaan:** Pembahasan utama dalam penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan teknologi dalam pelaksanaan promosi sekolah.

**Perbedaan:** Penelitian yang diteliti oleh Nur Sohibatul Fajri dan Novan Ardy Wiyani akan berbeda dengan penelitian oleh penulis, karena Nur Sohibatul Fajri dan Novan Ardy lebih fokus kepada manajemen *marketing* yang ditandai dengan adanya perencanaan, pengorganisasian, hingga evaluasi. Sedangkan penulis hanya memfokuskan kepada pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing*.

Pada tahun 2021, Nurul Hidayati mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam melakukan penelitian yang di tulis kedalam jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital *Marketing* di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya”. Penelitian ini menggunakan

<sup>33</sup> Nur Sobihatul Fajri dan Novan Ardy Wiyanti, “*Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology*”, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. IV No.2, 2021, h.107



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan menggunakan teknik studi dokumentasi. Dari hasil penelitian disimpulkan di era digitalisasi saat ini, Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya memanfaatkan *website* sekolah sebagai strategi *digital marketing* untuk menarik minat calon peserta didik.<sup>34</sup>

**Persamaan:** Pembahasan utama dalam penilitan dengan penilitian oleh penulis, keduanya membahas mengenai cara melakukan promosi dengan memanfaatkan strategi *digital marketing*.

**Perbedaan:** Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayati dengan penelitian oleh penulis yaitu, Nurul Hidayati memfokuskan kepada satu saluran *digital marketing* saja yaitu *website*. Sedangkan penelitian oleh penulis sendiri membahas beberapa saluran *digital marketing* seperti SEO (*Search Engine Optimazation*) hingga *social media marketing*.

Pada tahun 2020, Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh mahasiswi-mahasiswi Universitas Galuh melakukan penelitian dan tertulis dalam jurnal berjudul “Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan berbasis Media Sosial di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis”. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan yaitu, media sosial yang digunakan dalam manajemen strategi pemasaran

<sup>34</sup> Nurul Hidayati, “Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya”, Jurnal Kependidikan Islam, Vol. XI No 1, 2021, h. 111.

pendidikan seperti: Instagram, facebook, dan youtube menjadikan sebuah ciri khas dan kekuatan strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis.<sup>35</sup>

**Persamaan:** Antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Neneng Nurmala Sari dan Imas Masitoh, keduanya membahas *social media* sebagai salah satu cara untuk mengkomunikasikan atau mempromosikan sekolah.

**Perbedaan:** Perbedaan dalam kedua penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Neneng Nurmala Sari dan Imas Masitoh membahas secara keseluruhan mengenai manajemen media sosial untuk melakukan promosi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis sendiri tidak hanya sekedar membahas media sosial saja sebagai salah satu cara untuk melaksanakan promosi sekolah, tetapi juga melibatkan saluran *digital marketing* yaitu media sosial lainnya.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu pandangan peneliti terhadap proses penelitian. Dalam kerangka berpikir, terdapat alur penjelasan yang sistematis berdasarkan sumber data, fakta, dan teori relevan dengan topik penelitian. Secara umum, kerangka berpikir ditampilkan dalam bentuk bagan, gambar, maupun deskriptif. Tujuan dari kerangka berpikir adalah sebagai arahan bagi peneliti dalam menjawab rumusan masalah serta tujuan pada penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini dipaparkan

<sup>35</sup> Neneng Nurmala Sari dan Imas Masitoh, "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial", Jurnal Management Review, Vol. IV No. 3, 2020, h. 543.



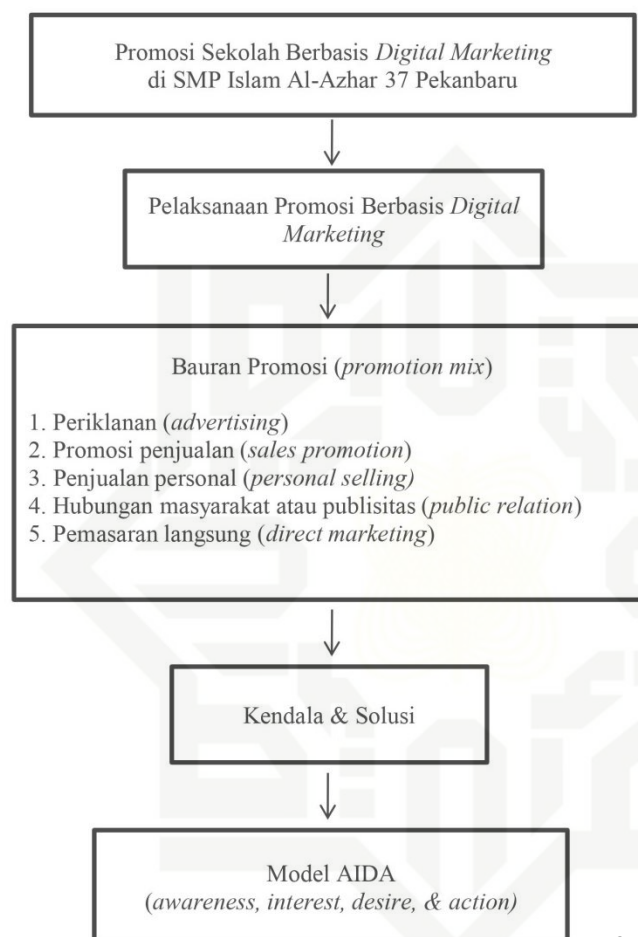
UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sebagai berikut:

**Gambar 1 Kerangka Berpikir**



36

Sumber: Analisa Peneliti

Berdasarkan alur bagan diatas, peneliti mencoba menggambarkan alur atau langkah-langkah pemikiran dari penelitian mulai dari *input*, proses, hingga *output* dalam penelitian yang berjudul “Promosi Sekolah

<sup>36</sup> Grace Marlen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas, “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Taman Sari Metropolitan Manado”. Jurnal EMBA, Vol.III No.2. 2015, h. 1075



Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru” dengan

memperhatikan beberapa hal seperti:

1. Pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* dengan menggunakan bauran promosi (*promotion mix*) sebagai alat pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing*.
2. Kendala dan solusi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing*.

Dengan kedua tahap yang telah dipaparkan sebelumnya, harapan hasil dari pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, mengacu kepada teori model AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*). Peneliti mencoba mendeskripsikan hasil penelitian apakah teori model AIDA dapat digunakan dalam merumuskan persepsi dari informan penelitian terkait pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode pendekatan dasar yang menggunakan susunan teori, pendapat para ahli, serta pemahaman peneliti dalam mendapatkan pembenaran dengan dukungan data empiris di laporan.<sup>37</sup>

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penulis berusaha memberikan gambaran dan paparan terhadap peristiwa, fenomena, serta kejadian yang akan memberikan pembenaran terhadap apa yang menjadi fokus penelitian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap fenomena tersebut.

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Pertama Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru berlokasi di Jalan Swakarya No.17, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Waktu pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 16 hingga 30 Maret pada tahun 2022.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek yang akan menjadi sumber dalam penelitian ini

<sup>37</sup> Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), h. 256.



adalah koordinator bidang humas sekolah. sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian adalah Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

#### D. Informan Penelitian

Adapun yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah koordinator bidang humas SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. sedangkan informan pendukung adalah Waka Kesiswaan, dan 2 orang guru, 2 orang wali murid, 2 orang peserta didik kelas VII.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data penelitian dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan dan memahami secara detail kondisi serta permasalahan yang ada.<sup>38</sup> Dalam melakukan observasi, peneliti mempersiapkan beberapa hal untuk mempermudah pelaksanaan observasi, diantaranya sebagai berikut:

- a. Membuat pertanyaan dengan menyesuaikan gambaran informasi yang ingin didapatkan.
- b. Menentukan sasaran dan target observasi serta waktu untuk melaksanakan kegiatan observasi.

<sup>38</sup> Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*. (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018), h. 111.



- c. Mencatat hasil observasi sesuai dengan apa yang dilihat, di dengar, atau dirasakan dengan menampilkan deskripsi fakta yang sesuai.

## 2. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung dari hasil observasi melalui pengajuan pertanyaan kepada informan penelitian.<sup>39</sup>

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara untuk mengetahui data mengenai promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

Melalui teknik wawancara, peneliti dapat menemukan informasi berdasarkan pengalaman-pengalaman informan yang kemudian informasi tersebut dapat disimpulkan oleh peneliti menjadi sebuah data penelitian.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian melalui dokumen-dokumen pendukung yang diperlukan seperti penjelasan atau deskripsi dari lokasi penelitian yang akan dianalisis oleh peneliti sesuai dengan masalah penelitian yang dilakukan.<sup>40</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan langkah untuk

<sup>39</sup> J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), h. 116-117

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 334.



menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan secara sistematis dan selanjutnya akan dihubungkan antara data penting yang sudah dipilih dengan data yang menarik disusun menjadi sebuah informasi yang bermakna. Analisis data kualitatif berasal dari wawancara peneliti yang dilakukan secara berkesinambungan hingga rampung.<sup>41</sup> Pada analisis data penelitian ini memakai teknik analisis data model Miles & Huberman yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* yang dipaparkan sebagai berikut:<sup>42</sup>

### 1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Aktivitas reduksi data merupakan kegiatan mereduksi data dengan memilih data yang lebih akurat, dirangkum, dan dikategorikan kemudian dicari polanya agar peneliti mendapatkan gambaran yang jelas. Dalam mereduksi data, diperlukan pendalaman serta wawasan yang luas dari peneliti agar pengembangan teori-teori relevan dengan data yang telah direduksi sehingga menghasilkan nilai temuan penelitian.

### 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Kegiatan selanjutnya dalam menganalisis data penelitian kualitatif setelah melakukan reduksi data adalah melakukan penyajian data (*data display*). Penyajian data dapat disajikan secara uraian singkat, bentuk hubungan antar kategori, bagan, *flowchart*, dan lain sebagainya. Tujuan dalam langkah penyajian data ini agar

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang** dan memperlakukan sebagai karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h.438

<sup>42</sup> Ibid

mempermudah peneliti untuk merangkum dan menyusun informasi dari data penelitian yang telah dikumpulkan.

### 3. Conclusion Drawing / verification

Setelah penyajian data, langkah selanjutnya dalam analisis data penelitian adalah penarikan kesimpulan agar dapat menjawab rumusan masalah yang telah ada. Seluruh informasi diverifikasi sekaligus diklarifikasi kemudian dilakukan pembauran terhadap bagian-bagian informasi menjadi jawaban dari rumusan masalah yang didukung dengan bukti yang valid dan relevan tanpa informasi-informasi tambahan.

### G. Pengecekan Keabsahan Data

Sebuah penelitian harus melalui tahap keabsahan data dengan teknik pemeriksaan untuk memperoleh hasil penelitian atau informasi yang dapat dipercaya (*trustworthiness*). Menurut Lexy ada empat langkah teknik pemeriksaan data penelitian pada metode kualitatif yaitu kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).<sup>43</sup>

Agar informasi dapat dipertanggung jawabkan, perlu dilakukan uji kredibilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data secara triangulasi. Penjelasan dari triangulasi sendiri adalah sebuah teknik pengecekan data yang dapat memanfaatkan sumber yang lain sebagai keperluan pembandingan terhadap suatu data yang ditemukan oleh

<sup>43</sup> Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif", (Bandung: Remaja Rosdakarya), h.





peneliti melalui informan kunci lainnya dari hasil wawancara kemudian disesuaikan dengan studi dokumentasi serta hasil observasi peneliti di lapangan sehingga diperoleh keabsahan data yang terjamin.<sup>44</sup>

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu dengan penjelasan sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu Koordinator bidang Humas Sekolah, Tenaga *IT Support*, waka kurikulum dan guru tentang upaya kepala sekolah sebagai motivator dalam meningkatkan kinerja guru semua jawaban yang peneliti peroleh dari beberapa sumber di atas sama. Kemudian data yang diperoleh dianalisis oleh penulis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan kemudian selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang

<sup>44</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitativo Dan Kualitatif)*, (Jakarta: GP. Press, 2009), h. 230-231.







## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul penelitian Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, memberikan kesimpulan bahwa:

1. Dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru lebih dominan memanfaatkan *digital marketing* dengan menggunakan saluran *social media*. Pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru telah mengarah kepada tujuan dari pelaksanaan promosi pada umumnya yaitu memberikan informasi, mengingatkan, dan membujuk. Waktu pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru tidak berpatokan atau tidak terstruktur karena dengan memanfaatkan teknologi dan jaringan internet. Dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sudah berkolaborasi dengan kegiatan dalam bauran promosi.
2. Beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru diantaranya sebagai berikut: a) Biaya yang belum terincikan untuk pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, b) Teknik pelaksanaan yang harus lebih

*upgrade* agar tidak tertinggal dari competitor c) Tantangan *trend digital* yang semakin menjadi perhatian pelaksana agar terus bisa menjaikan pesan yang informatif. Solusi dari ke-tiga kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru terincikan sebagai berikut: a) Lebih memanfaatkan *social media organic* atau secara gratis untuk menyebarkan konten kreatif di *social media*, b) Lebih mencoba untuk *upgrade* kemampuan dengan mengikuti fasilitas yang disediakan oleh pihak sekolah, c) Lebih mencoba untuk inovatif dan kreatif agar dapat memberikan pesan yang informatif dan menjadi pusat perhatian masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Maka kritik dan saran diperlukan untuk membangun nilai kualitas yang diberikan kepada:

1. Pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sudah bagus walaupun dilakukan atau dikoordinir keseleruhan kegiatannya oleh satu SDM yaitu Koordinator Bidang Humas. Akan tetapi, diharapkan untuk menambah satu atau dua SDM lagi agar pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* menjadi lebih bagus lagi.

2. Pembaca, dalam susunan penulisan yang dirangkum pada tugas akhir



ini, dapat memberi pemahaman dan ilmu baru yang bermanfaat dalam lingkup promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

Peneliti, proses penyusunan serta isi yang ada pada karya tulisan ini tidak lepas dari kesalahan, kekhilafan dan ketidaksempurnaan. Namun demikian, hal ini dapat memberikan peluang untuk terus diperbaiki oleh karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Demikian hasil penelitian yang ditemukan peneliti tanpa mengharapkan kesempurnaan hasil penyusunan skripsi ini. Peneliti telah melakukan usaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan tugas sebagai tuuan pemenuhan syarat ujian akhir peneliti.

Adapun berbagai rujukan serta referensi yang dicantumkan tidak jauh sebagai bahan kualifikasi dari skripsi yang peneliti susun. Dengan ini peneliti sangat berharap masukan yang dapat memberikan perbaikan dimasa yang akan datang dan perbaikan untuk peneliti selanjutnya.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Artonto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal Of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1-4.
- Choiri, U. s. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: Nata Karya.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Indonesia. 2007. Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses Untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Iqbal, M. (2019). Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 127-146.
- Musnaini, d. (2021). *Digital Marketing*. Banyumas: Pena Persada.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketig dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas*, 1-20.
- Puspitasari, N. P., Nabillah, A. D., Bahari, R., Caksono, N. D., & Mustika. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan STrategi Pemasaran Snack Tiwul. *Journal Scientific an Applied*, 165-171.
- Raco, J. (2008). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmat, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sari, N. N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal of Management Review*, 543-548.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0 (Strategi dan Implementasi Sederhana Kegiatan Marketing Untuk Bisnis dan Usaha)*. Yogyakarta: Quadrat.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

Sumarni, M. (2002). *Marketing Perbankan*. Yogyakarta: Liberti.

Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.

Tabroni, & Komaruddin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19 Berdasarkan Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 49-57.

Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus di SD Luqman Al-Hakim Surabaya). *Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IX (2)*, 95-119.

Triono, A. (2016). Inovasi Digital Public Relation Pada perguruan Tinggi Swasta di Kota Semarang dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal MAKNA, VI(2)*, 114-129.

Turmudi, M., & Fatayati, S. (2019). Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Indonesian Journal of Humanities and Social Science, II(1)*, 71-83.

Wahjono, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wariki, G. M., M. L., & T. H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manadi. *Universitas Sam Ratulangi, III(2)*, 1073-1085.

Wiyanti, N. S. (2021). Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 107-118.



Lampiran 1 Lembar Pedoman Wawancara

**PEDOMAN WAWANCARA**  
**WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL***  
**MARKETING**  
**DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU**

**Informan Penelitian (utama): Koordinator Humas Sekolah**

**Identitas Informan**

**Nama Informan** : Hatta Zulkifli, S.Kom  
**Umur** : 29 Tahun  
**Status/Jabatan Informan** : Koordinator Bidang Humas  
**Tanggal Wawancara** : 16/03/2022  
**Tempat Wawancara** : Laboratorium IPA (13.30 WIB – Selesai)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sebelum memasuki pertanyaan lebih mendalam mengenai promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, bisa dijelaskan terlebih dahulu dasar tujuan pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Bagaimana sistematika pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru (Waktu, SDM, Alur pelaksanaan)?
3. Bagaimana peran anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Secara umum siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
5. Menurut anda, apa yang menjadi perhatian audiensi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing sehingga mereka memiliki keinginan serta ketertarikan mengambil tindakan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?



## Periklanan (Advertising)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
6. Dalam pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing*, ada 5 bauran promosi periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorang (*personal selling*), Humas (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Bagaimana periklanan secara *digital marketing* yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Untuk.
  7. Siapa saja yang menjadi target sasaran beriklan dalam melakukan promosi berbasis *digital marketing*?
  8. Saluran digital marketing apa yang digunakan dalam beriklan?
  9. Kapan saja waktu beriklan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
  10. Siapa saja yang berpartisipasi dalam melakukan periklanan guna mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
  11. Apa yang dihasilkan dari beriklan secara *digital marketing* dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
  12. Kendala serta solusi apa saja yang di hadapi dalam beriklan secara *digital marketing*?

## Promosi Penjualan (Sales Promotion)

13. Bagaimana promosi penjualan (*sales promotion*) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
14. Siapa saja yang menjadi target promosi penjualan (*sales promotion*) secara digital dalam promosi berbasis *digital marketing*?
15. Kapan saja waktu melakukan promosi penjualan (*sales promotion*) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
16. Apa yang dihasilkan dari promosi penjualan (*sales promotion*) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
17. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan promosi penjualan (*sales promotion*) secara digital





## Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

18. Bagaimana penjualan perseorangan (personal selling) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
19. Siapa saja yang menjadi target penjualan perseorangan (personal selling) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
20. Kapan saja waktu melakukan penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
21. Apa yang dihasilkan melalui penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital yang dilakukan?
22. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital?

## Humas/ Publisitas (Public Relation)

23. Bagaimana humas/ publisitas (public relation) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
24. Siapa saja yang menjadi target dalam melakukan public relation secara digital?
25. Kapan saja waktu dalam melakukan public relation secara digital guna mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
26. Bagaimana agar informasi yang disampaikan melalui public relation secara digital tersampaikan dengan baik kepada target sasaran?
27. Apa yang dihasilkan melalui public relation secara digital?
28. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan public relation secara digital?

## Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

29. Bagaimana pemasaran langsung (direct marketing) secara digital yang dilakukan untuk mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
30. Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?
31. Saluran digital marketing apa yang digunakan dalam direct marketing?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**32.** Kapan saja waktu melakukan pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?

**33.** Apa yang dihasilkan melalui pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?

**34.** Kendala serta solusi apa saja yang dilakukan dalam melakukan pemasaran langsung secara digital?

**35.** Menurut anda, dari lima bauran promosi yang telah dibahas tadi, bauran mana yang paling memberikan perhatian dan ketertarikan sehingga memberikan keinginan audiens untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Mengapa?

**36.** Menurut anda, apa yang menjadi perbedaan pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru dengan sekolah yang lainnya?

**37.** Menurut anda, apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan pelaksanaannya? Mengapa?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

**Informan Penelitian (pendukung): Koordinator Kemuridan**

#### Identitas Informan

Nama Informan : Satrio Maulana Putra, S.Pd  
Umur : 26 Tahun  
Status/Jabatan Informan : Koordinator Kemuridan  
Tanggal Wawancara : 18/Maret/2022  
Tempat Wawancara : Ruang Kelas 9c (Pukul 11.30 WIB – Selesai)

1. Bagaimana menurut anda sistematika pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sudah sesuai dengan tujuan promosi?
3. Saluran digital apa saja yang biasanya dilakukan untuk melakukan promosi berbasis digital marketing?
4. Bagaimana anda berpartisipasi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
5. Menurut anda, kapan saja waktu pelaksanaan promosi berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
6. Siapa saja yang menjadi target dari pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
7. Menurut anda, dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, apa yang menjadi perhatian sehingga para audiens memiliki ketertarikan dan keinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
8. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?



9. Menurut anda, apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan pelaksanaannya? Mengapa?

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

**Informan Penelitian (pendukung): Guru**

#### Identitas Informan

Nama Informan : Jenny Fransisca, M.Pd  
 Umur : 30 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Guru  
 Tanggal Wawancara : 16/Maret/ 2022  
 Tempat Wawancara : Ruang BK (Pukul 10.30 WIB – hingga selesesai)

1. Menurut anda bagaimana pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Siapa yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
3. Bagaimana partisipasi anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Saluran digital apa saja yang biasa digunakan dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
5. Mengapa promosi berbasis digital marketing perlu dilakukan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
6. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
7. Apa yang menjadi perhatian para audiens sehingga mereka tertarik dan berkeinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
8. Menurut anda apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan adanya? Kenapa?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip, menyebar, atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

##### Informan Penelitian (pendukung): Guru

##### Identitas Informan

Nama Informan	: Chandra Alfindodes, S.Pd
Umur	: 32 Tahun
Status/Jabatan Informan	: Guru
Tanggal Wawancara	: 16/Maret/ 2022
Tempat Wawancara	: Lobby SMPI Al-Azhar 37 Pekanbaru

1. Menurut anda bagaimana pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Siapa yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
3. Bagaimana partisipasi anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Saluran digital apa saja yang biasa digunakan dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
5. Mengapa promosi berbasis digital marketing perlu dilakukan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
6. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
7. Apa yang menjadi perhatian para audiens sehingga mereka tertarik dan berkeinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
8. Menurut anda apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan adanya? Kenapa?



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

#### Informan Penelitian (pendukung): Orang Tua Murid

#### Identitas Informan

Nama Informan : Isti Rahayu  
 Umur : 39 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Ibu dari ananda Hafizh Atha Triatmoko  
 (Kelas VII B)  
 Tanggal Wawancara : 30/Maret/2022 (Pukul 12:05 WIB –  
 Selesai)  
 Tempat Wawancara : Melalui Platform WhatsApp

1. Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Informasi apa yang menjadi perhatian anda dalam melihat promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Apakah informasi terkait promosi sekolah berbasis digital marketing yang disampaikan oleh SMP Islam Al-Azhar sudah tersampaikan dengan baik?
5. Apakah anda sering mencari informasi terkait SMP Islam Al-Azhar melalui saluran digital SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip, menyebar atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEDOMAN WAWANCARA**

**WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL*  
*MARKETING***

**DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU**

**Informan Penelitian (pendukung): Orang Tua Murid**

**Identitas Informan**

**Nama Informan** : Prima Gusnita  
**Umur** : 39 Tahun  
**Status/Jabatan Informan** : Ibu dari ananda Nadin Agnia (Kelas VIII)  
**Tanggal Wawancara** : 30 Maret 2022 (15:00 WIB – Selesai)  
**Tempat Wawancara** : Melalui Platform WhatsApp

1. Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Informasi apa yang menjadi perhatian anda dalam melihat promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Apakah informasi terkait promosi sekolah berbasis digital marketing yang disampaikan oleh SMP Islam Al-Azhar sudah tersampaikan dengan baik?
5. Apakah anda sering mencari informasi terkait SMP Islam Al-Azhar melalui saluran digital SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

#### Informan Penelitian (pendukung): Peserta Didik

#### Identitas Informan

Nama Informan	: Adelia Dela Puspa
Umur	: 15 Tahun
Status/Jabatan Informan	: Siswi Kelas IX B
Tanggal Wawancara	: 16/ Maret/ 2022
Tempat Wawancara	: Ruang Kelas IX A

1. Apakah kamu tau saluran digital marketing SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
2. Apakah kamu sering melihat informasi terkait promosi sekolah yang di unggah di saluran digital marketing sekolah?
3. Apa yang membuat kamu tertarik dengan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?
4. Sesering apa kamu melihat informasi yang disampaikan sekolah melalui saluran digital nya?
5. Menurut kamu. Apakah informasi yang disampaikan melalui saluran digital sekolah sudah tersampai dengan baik dan cukup?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 2 Transkrip Wawancara dan Hasil Observasi

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
 UIN Suska Riau  
 Syariah  
 Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PEDOMAN WAWANCARA**

**WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL***

***MARKETING***

**DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU**

**Informan Penelitian (utama): Koordinator Humas Sekolah**

**Identitas Informan**

Nama Informan : Hatta Zulkifli, S.Kom  
 Umur : 29 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Koordinator Bidang Humas  
 Tanggal Wawancara : 16/03/2022  
 Tempat Wawancara : Laboratorium IPA (13.30 WIB – Selesai)

1. Sebelum memasuki pertanyaan lebih mendalam mengenai promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, bisa dijelaskan terlebih dahulu dasar tujuan pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk tujuan pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* ini pertama bisa dilihat berdasarkan latar belakang zaman sekarang. Dahulu, pelaksanaan promosi dilakukan dengan menyebarkan poster-poster dari *print out*, sekarang zamannya sudah di *industry 4.0* bahkan sekarang *society 5.0* perihal digitalisasi sudah tidak asing bagi masyarakat. Bahkan anak-anak dibawah umur sudah belajar berdampingan dengan *digital* menggunakan android, iPhone, dsb. Latar belakang yang kedua, SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sebagai lembaga pendidikan swasta melakukan promosi berbasis *digital marketing* ini bertujuan untuk menginformasikan ke khalayak umum bahwasanya SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru berbasis Islam ini ada ditengah-tengah masyarakat. kemudian membujuk



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat agar lebih mengenal SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru dengan berbagai macam program unggulan, visi & misi. Tujuan yang terakhir dengan adanya pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* ini juga sebagai pengingat bagi masyarakat bahwa SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru hadir sebagai fasilitator dibidang pendidikan khususnya pendidikan Islam yang berbasiskan kepada kemajuan IPTEK. Untuk menyebarluaskan informasi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru kita membutuhkan promosi berbasis *digital marketing* ini melalui saluran *digital marketing* yang paling umum digunakan yaitu *social media marketing* yang disajikan dengan konten-konten kreatif. Bahkan 80% perbandingannya nya lebih kepada promosi berbasis *digital marketing* dan 20% untuk promosi secara tradisional (*print-out*).

## 2. Bagaimana sistematika pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru (Waktu, SDM, Alur pelaksanaan)?

Secara sistematika tertulis, saya menentukan alur atau waktu pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini tidak terlalu formal hanya saja dilakukan secara kondisional. Maksud secara kondisional disini, sekiranya ada hal-hal spontan yang harus kami promosikan melalui *channel digital marketing* khususnya *social media* seperti informasi PMB, siswa berprestasi, siswa/I kelas 9 yang sedang berproses untuk masuk ke jenjang selanjutnya yang lebih unggul, itu akan diunggah di Instagram sebagai bentuk promosi sekolah ini. Karena menurut saya, pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini tidak hanya dengan memberi informasi secara *to the point* atau dalam bahasa itu *hard selling*, Tetapi harus dipadukan dengan *soft selling* seperti contohnya siswa sedang makan siang disekolah atau kegiatan lainnya bisa diunggah berbagai *channel social media*. Hal tersebut juga menjadi bagian pelaksanaan promosi sekolah. Karena menurut saya jika menyebarkan informasi terlalu formal itu terkesan kaku dan *audience* tidak akan tertarik untuk melihatnya. Bahkan, yang menjadi perhatian orang tua dan masyarakat



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui *channel social media* social media tidak hanya sekedar kegiatan belajar tetapi kita harus memperlihatkan bahwa peserta didik juga memiliki kegiatan diluar belajar yang akan menjadi perhatian masyarakat umum jika kita promosikan melalui *channel social media*. Jadi, jika secara sistematika tertulis pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* tidak ada dan bisa menjadi salah satu PR bagi kita agar secara sistematika tertulis ada yang mengelola khusus untuk promosi sekolah berbasis *digital marketing* itu sendiri inilah yang menjadi evaluasi kita untuk perencanaan pelaksanaan promosi sekolah di semester depan.

### 3. Bagaimana peran anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Jika saya membahas peran saya dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini, saya rasa sangat besar kontribusinya sejak panitia PMB dibentuk, tiada hentinya pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini saya lakukan dengan gencar agar bagaimana caranya informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru bisa diinformasikan dengan baik kepada masyarakat melalui saluran *digital marketing* salah satunya *social media*. Bahkan dalam melakukan promosi sekolah berbasis *digital marketing* ini kami juga menginformasikan melalui *social media* bahwasanya kami memiliki event-event yang fungsinya juga sebagai pelaksanaan promosi sekolah itu sendiri, di beberapa waktu yang lalu, kami membuat kegiatan pelatihan *design gaphys* yang difasilitasi sekolah untuk guru-guru. Jadi promosi berbasis *digital marketing* ini selain saya sebagai Koordinator Bidang Humas juga dibantu oleh guru-guru setelah mengikuti pelatihan sedikit bisa membantu membuat dokumentasi sederhana kemudian dipadukan dengan creative design dan diunggah social media mereka masing-masing dengan tampilan yang kreatif kemudian di tag ke instagram resmi sekolah dan di repost untuk mendukung pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* ini.





**4. Secara umum siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Secara umum untuk pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini yang pertama untuk target pastinya berkaitan dengan PMB karena sekolah ini swasta ya kita akan bersaing dengan sekolah negeri yang notabene mereka sudah ada promosinya langsung melalui sistem zonasi dan sekolah swasta lainnya. Jadi, target utama tentu masyarakat umum yang juga melihat informasi melalui jejaring sosial, kedua para murid-murid SD yang ingin melanjutkan jenjang SMP yang mana kita ketahui pendidikan adalah salah satu urgensi lah bagi semua negara. Apalagi pendidikan sekarang itu bukan hanya sekedar pendidikan yang berbasis science tetapi juga kita didukung dengan latar belakang agama islam jadi harus ada nilai-nilai islami didalamnya. Dan bisa saya simpulkan bahwa target utama dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini adalah masyarakat umum yang sebagai audiens kita di jejaring sosial khususnya anak-anak muslim yang ingin melanjutkan pendidikannya karena kita berlatar belakang agama islam jadi anak-anak muslim yang menjadi target utamanya.

**5. Menurut anda, apa yang menjadi perhatian audiensi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing sehingga mereka memiliki keinginan serta ketertarikan mengambil tindakan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Yang menjadi ketertarikan mereka dari promosi berbasis digital marketing yang kami lakukan adalah diambil berdasarkan pemetaan sederhana apa yang konsumen inginkan dan apa yang kita miliki sebagai tolak ukur kami di PMB selanjutnya dari segi sektor mana yang harus kami tekankan untuk pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini. Salah satunya ternyata hasil dari responden kami yang pertama, mereka ingin tidak hanya mengenalkan ilmu pengetahuan umum kepada anaknya tetapi juga ilmu pengetahuan tentang islam itu sendiri. Yang kedua, sekolah kita juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki salah satu program unggulan yaitu smart school digital classroom, artinya seluruh peserta didik, guru, dan tenaga kependidikan ini dibekali device berupa iPad yang disambungkan dengan server kami jadi dengan adanya iPad mereka tidak perlu membawa buku-buku yang banyak tetapi hanya iPad sebagai pegangan mereka yang membuat mereka tertarik dan mendukung mereka untuk memilih dan mendaftar di smp ini. Nah, berdasarkan kedua pemetaan sederhana tadi, kami rancang sebagai bahan informasi dan disebar luas atau di promosikan melalui social media sehingga informasi tersebut dapat tersebar luas dengan luas.

#### Periklanan (Advertising)

6. **Dalam pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing*, ada 5 bauran promosi periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorang (*personal selling*), Humas (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Bagaimana periklanan secara *digital marketing* yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Untuk periklanan berbayar kami menggunakan facebook Ads yang juga termasuk Instagram Ads yang didukung juga instagram organic untuk promosi berbasis *digital marketing* ini. Dan juga whatsapp blast. Nah untuk wa blast ini berdasarkan data base yang kami peroleh dari event Al-Azru cup itu ada menghimpun informasi kontak peserta dan orang tua kami input di wa blast. Jadi semua saluran digital periklanan tadi ada, dan bahkan dari youtube juga ada dari beberapa social media yang umum kecuali twitter.**
7. **Siapa saja yang menjadi target sasaran beriklan dalam melakukan promosi berbasis *digital marketing*?**

Tentu saja, kalau berbicara iklan atau socmed Ads target kita adalah masyarakat umum di Social Media, karena kita lebih berfokus pada social media itu sendiri. Bahkan gara-gara audiens melihat promosi yang kami lakukan di social media ini anak-anak SMP yang bahkan tidak sekolah di sekolah ini sebelumnya jadi tertarik untuk pindah dan mendaftarkan diri



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disini. Dengan melakukan iklan berbayar ini di social media ini diharapkan audiens siapa pun itu yang tertarik melihat promosi kita ntah itu kakak, paman, atau yang lainnya bisa merekomendasikan SMP Al-Azhar 37 Pekanbaru sebagai sekolah pilihannya.

#### 8. Saluran digital marketing apa yang digunakan dalam beriklan?

Kita lebih gencar dan berfokus kepada Social Media Ads, karena kalau untuk yang lain saluran *digital marketing* seperti SEO (*Search Engine Optimazation*) itu cukup membutuhkan modal yang lebih besar dan juga teknisi yang lebih professional. Jadi cukup beriklan di social media dengan biaya yang murah dan hasil yang lebih menjamin jadi lebih efektif, karena dizaman sekarang juga siapa sih yang tidak bermain social media.

#### 9. Kapan saja waktu beriklan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk waktu, karena Ads ini menggunakan modal biaya jadi dilakukan tidak berkala. Ada memang jadwal tertentu atau moment tertentu yang berpotensi harus melakukan beriklan ini misalnya untuk informasi PMB, event-event besar lainnya, atau postingan kegiatan lainnya yang bisa dijadikan konten Ads. Jadi intinya untuk melakukan iklan ini menyesuaikan waktu moment-moment tertentu saja gitu tidak di setiap waktu.

#### 10. Siapa saja yang berpartisipasi dalam melakukan periklanan guna mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Kalau untuk melakukan iklan karena saya yang memang menghandle social media itu sendiri ya jadi saya sendiri yang melakukan iklan itu. Tetapi juga didukung oleh semua partisipasi baik guru ataupun siswa dan juga karyawan mereka bebas menyebar ulang iklan tadi di social media mereka masing-masing.

#### 11. Apa yang dihasilkan dari beriklan secara *digital marketing* dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Yang dihasilkan dari promosi berbasis *digital marketing* ini masyarakat yang ada di social media semakin aware dengan keberadaan SMP Islam



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Al-Azhar 37 Pekanbaru ada diantara mereka. Apalagi kalau melakukan iklan berbayar itu pasti akan langsung tertuju kepada audiens berpotensi itu sendiri kan seperti misalnya orang-orang yang tinggal dipekanbaru atau orang-orang yang sering mencari informasi seputar pendidikan. Social Media bisa mendeteksi itu semua.

### 12. Kendala serta solusi apa saja yang di hadapi dalam beriklan secara *digital marketing*?

Kalau di social media Ads tadi jelas kendala atau masalah utamanya adalah biaya. karena bagaimanapun sekolah juga memiliki banyak modal tapi kalau biaya itu kan sudah sebagai pertimbangan besar karena namanya sekolah juga bukan hanya promosi saja tetapi masih ada yang lain yang perlu dipikirkan oleh sekolah. Yang kedua teknis juga kali ya, kita kendalanya itu waktu untuk memupgrade diri karena kita dituntut harus kreatif gitu lah karena kalo kita gak kreatif istilahnya kita ketinggal design atau kala design gitu lah yang lain lebih bagus sedangkan kita gitu-gitu aja gaada upgrade skill jadi kita harus menyesuaikan trend juga gitu. Kalau solusinya jelas harapannya dirancang dari awal harusnya ada dijawab kapan harus mengeluarkan biaya melakukan ads jadi lebih sistematis dan kesannya tidak memberatkan biaya karena anggarannya sudah jelas karena sudah tersistematiskan gitu. Yang kedua ya untuk masalah mengupgrate diri mungkin ya dengan dari saya ya memang harus rajin juga untuk cari informasi terkini atau ikut pelatihan yang difasilitasi sekolah agar media informasi digital ini lebih kekinian gitu.

#### Promosi Penjualan (Sales Promotion)

### 13. Bagaimana promosi penjualan (sales promotion) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk sales promotion itu kami membuat potongan harga juga untuk 50 pendaftar pertama gitu tidak perlu membayar uang pendaftaran sebagai bentuk promosinya. Kedua kami membuat trial class digital smart class





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

room. Trial class ini sebagai bentuk simulasi anak-anak nanti bagaimana rasanya belajar dikelas dan untuk trial class ini free cost. Selain itu karena kami dibawah naungan YPI Al-Azhar kami juga menawarkan beasiswa juga.

**14. Siapa saja yang menjadi target promosi penjualan (sales promotion) secara digital dalam promosi berbasis *digital marketing*?**

Targetnya dari umpan serak social media kami tadi. Ketika kami mengunggah informasi trial class free atau potongan harga tadi, mereka akan merespon melalui social media tadi. Jadi targetnya adalah orang-orang yang melihat dan merespon informasi yang kita sebarakan melalui social media tadi.

**15. Kapan saja waktu melakukan promosi penjualan (sales promotion) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Kalau untuk trial class tadi dilakukan setiap hari Rabu di setiap minggu. Kalau untuk potongan harga itu sekarang untuk gelombang pertama PMB dibeberapa waktu yang lalu dan khusus untuk 50 orang pendaftar pertama. Untuk gelombang kedua ini belum ada pembicaraan sementara.

**16. Apa yang dihasilkan dari promosi penjualan (sales promotion) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Yang dihasilkan pertama, karena kita menggunakan device utama kita adalah iPad itu meyakinkan mereka baik anak atau pun orang tua tidak lagi berasumsi bahwa iPad itu bahaya untuk proses pembelajaran mereka karena iPad yang diberikan oleh sekolah itu sistem nya sudah dikontrol oleh pusat dengan fitur lock. Jadi mereka berfokus kepada aplikasi e-learning.

**17. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan promosi penjualan (sales promotion) secara digital?**

Untuk sales promotion ini belum ada kendala karena walaupun kita mengadakan potongan harga itu bukan menjadi suatu kendala. Karena



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menentukan potongan harga itu sudah sesuai dengan analisa pasar kita, jadi tidak ada kerugian.

### Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

#### 18. Bagaimana penjualan perseorangan (personal selling) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk personal selling ini karena bentuknya presentatif dari personal yang artinya personal itu sendiri adalah SMP Islam al-Azhar jadi kita kalau secara digital marketing nya kita buat dalam bentuk video profil yang kita unggah melalui social media kita. Selain itu dari personal selling ini kita harus memperlihatkan sisi lain dari kita bukan hanya sekedar menyebutkan program unggulan kita, jadi setiap kita guru atau siswa itu biasanya memposting kegiatan mereka baik itu belajar, sedang istirahat, sedang makan siang di sekolah sebagai bentuk personal selling ini jadi orang lain juga tau sisi lain dari SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru kesehariannya seperti apa jadi lebih presentatif gitu.

#### 19. Siapa saja yang menjadi target penjualan perseorangan (personal selling) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk target sasaran masih sama, masih masyarakat umum yang menjadi target kami. Bahkan harapannya dengan adanya personal selling ini kita mempresentatif SMP Al-Azhar 37 Pekanbaru ini bukan hanya sekedar video profil sekolah yang di unggah melalui media sosial resmi kita, tetapi dengan postingan sisi lain dari kita yang diunggah oleh para guru, siswa, atau yang lainnya membuat masyarakat media sosial tertarik dengan kita.

#### 20. Kapan saja waktu melakukan penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?



Karena ini berkaitan juga dengan saluran digital marketing khususnya media sosial jadi kita tidak ada jadwal tertentu untuk melakukan personal selling di kondisional kan saja.

**21. Apa yang dihasilkan melalui penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital yang dilakukan?**

Yang dihasilkan lagi-lagi masih hampir sama, masyarakat yang ada di social media ataupun tidak, mereka semakin aware dengan adanya informasi yang yang lebih presentatif mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Karena kita melakukan promosi kan tujuan utamanya diawal tadi lebih kepada menginformasikan, menghimbau, terakhir membujuk masyarakat untuk tau SMP Islam Al-Azhar ini seperti ini.

**22. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan penjualan perseorangan (sales promotion) secara digital?**

Untuk kendala, sekarang itu pandemi belum bisa dikatakan sudah menghilang. Jadi, untuk memposting kegiatan kita disekolah itu tadi perlu berhati-hati karena kita juga harus taat protokol kesehatan. Namanya anak-anak berkegiatan di sekolah secara tidak sadar tidak ada kemungkinan untuk tidak berkerumunan gitu jadi takutnya ketika itu terlihat oleh masyarakat, kita akan mendapat teguran. Jadi untuk solusinya lebih hati-hati lagi ketika kita mengunggah kegiatan kita di sekolah ke socmed lebih memastikan untuk kegiatan yang kita unggah tidak menyalahi protokol kesehatan.

**Humas/ Publisitas (Public Relation)**

**23. Bagaimana humas/ publisitas (public relation) secara digital yang dilakukan dalam mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Secara digital marketing untuk public relation kita mengadakan event perlombaan setiap tahun dengan nama event Al-Azru Cup sebagai pelaksanaan promosi kami yang selama 2 tahun ini kami lakukan secara virtual dengan memanfaatkan saluran digital marketing itu sendiri. Dengan



adanya Al-Azru Cup ini kita membangun public relation diberbagai mitra. Selanjutnya, kami mengadakan event Al-Azhar Digital Expo yang merupakan pameran virtual dengan memanfaatkan teknologi metaverse. Ini bentuk inovasi terbaru dari yang biasanya kami melakukan stand pameran di pusat pembelanjaan contohnya di Living World sekarang kan pandemic kita gabisa bebas. Dengan adanya Digital Expo ini dengan teknologi metaverse kita bisa mengunjungi seluruh cabang Al-Azhar di Indonesia walaupun hanya dilakukan dengan virtual.

**24. Siapa saja yang menjadi target dalam melakukan public relation secara digital?**

Target sasarnya lagi-lagu masyarakat umum agar bisa merekomendasikan orang lain untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

**25. Kapan saja waktu dalam melakukan public relation secara digital guna mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Untuk waktu masih sesuai dengan event yang direncanakan seperti Al-Azru Cup yang memang sudah dirancang untuk ada di setiap tahunnya.

**26. Bagaimana agar informasi yang disampaikan melalui public relation secara digital tersampaikan dengan baik kepada target sasaran?**

Karena di public relation itu kita sifatnya partnership atau tepatnya mitra sekolah jadi cara menyampaikan informasinya dengan kita mengunggah informasi misalnya Al-Azru Cup di Social Media sekolah kita himbau mitra kita baik mitra dibawah naungan swasta maupun negeri tadi untuk ikut mempromosikan event kita di social media resmi mereka sehingga memungkinkan banyak orang yang ikut serta dalam event kita.

**27. Apa yang dihasilkan melalui public relation secara digital?**

Jelas citra kita semakin baik dimata masyarakat maupun mitra. Contohnya salah satu mitra kita itu Aulia Hospital jadi membangun asumsi ke masyarakat jika ada peserta didik yang sakit langsung di larikan ke rumah sakit aulia hospital dan itu menambah kepercayaan masyarakat kepada kita. Jadi intinya yang dihasilkan dari kita berpublic relation ini





menguntungkan dari segi internal sekolah dan eksternal sekolah yaitu mitra kami dalam berpromosi berbasis digital marketing ini. Karena ketika kita mengadakan event, mitra akan selalu support kita dengan memberikan dana dan kami yang mengadakan event dapat lebih totalitas lagi karena event ini juga kan mengarah pada mempromosikan sekolah.

**28. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam melakukan public relation secara digital?**

Kendala belum ada, tetapi ini untuk wanti-wanti saja barangkali kita harus memikirkan untuk menjaga saja relasi dengan partnership atau mitra tadi seperti ada guru-guru yang memang memiliki koneksi langsung dengan mitra itu tadi termasuk asset bagi kami.

**Pemasaran Langsung (Direct Marketing)**

**29. Bagaimana pemasaran langsung (direct marketing) secara digital yang dilakukan untuk mempromosikan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Untuk direct marketing ini berarti intinya kita melakukan promosi langsung kepada konsumen potensial atau dalam lingkup sekolah calon orang tua peserta didik atau calon peserta didik yang memang berpotensi untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Jadi untuk memaksimalkan pelaksanaan promosi dengan direct marketing ini kami lakukan dengan Whatsapp blast dengan menghimpun data base berupa informasi kontak personal yang didapatkan dari registrasi event al-azru kemudian kita jadikan data base untuk diinput kedalam wa blast.

**30. Siapa saja yang menjadi target sasaran dalam pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?**

Jadi kalau Whatsapp blast seperti diawal tadi, target kita khusus orang tua yang memiliki anak yang ada kemungkinan atau berpotensi mereka akan memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sebagai sekolah mereka. Jadi untuk target di direct marketing ini lebih spesifik.



**31. Saluran digital marketing apa yang digunakan dalam direct marketing?**

Ya, itu tadi kita memilih saluran digital marketing Whatsapp Blast dengan menghimpun data kontak dan data informasi orang tua dan anak yang berpotensi untuk bersekolah di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

**32. Kapan saja waktu melakukan pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?**

Untuk jadwal atau waktu itu untuk direct marketing ini belum ada di rencanakan, jadi masih secara kondisional aja. Karena ini menggunakan modal juga gitu.

**33. Apa yang dihasilkan melalui pemasaran langsung (direct marketing) secara digital?**

Tentunya karena kita menyampaikan informasi atau promosi secara langsung itu ke konsumen potensial lah ya istilahnya, dalam arti kita udah langsung menyampaikan promosi ke orang-orang yang udah pasti akan memilih sekolah ini walaupun dari 200 data base hanya 50 orang mendaftarkan anaknya, itu udah merupakan hasil yang lumayan menguntungkan untuk kami, jadi direct marketing ini cukup menguntungkanlah hasilnya sebagai alat promosi.

**34. Kendala serta solusi apa saja yang dilakukan dalam melakukan pemasaran langsung secara digital?**

Untuk kendala karena ini lagi-lagi memerlukan modal dan juga lisensi akun juga jadi ini tidak bisa sering kita gunakan dan juga membutuhkan jaringan internet yang stabil dalam menghimpun *data base*. Jadi solusinya, karena bauran promosi digital marketing ini tidak hanya dengan satu cara, jadi kita bisa memanfaatkan bauran promosi yang lain gitu sebagai pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini.

**35. Menurut anda, dari lima bauran promosi yang telah dibahas tadi, bauran mana yang paling memberikan perhatian dan ketertarikan sehingga memberikan keinginan audiens untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Mengapa?**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut saya yang pertama tadi yang kita melakukan iklan berbayar melalui social media atau kita sebut social media Ads tadi. Kalau direct marketing tadi yang menggunakan wa blast meskipun kita mendapatkan data base 100, 200, hingga 300 data itu hanya tersampaikan dengan angka yang segitu saja. Tetapi kalau kita menggunakan media sosial, secara teknis semua warga net akan membaca itu bahkan menurut saya lebih banyak potensi jika menggunakan media sosial daripada wa blast tadi. Itu menurut pandang pribadi saya sendiri dan memang terbukti dengan ketika kita mengunggah konten orang akan melakukan dm ke kita. Lebih responsif di social media dari pada di wa blast.

**36. Menurut anda, apa yang menjadi perbedaan pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru dengan sekolah yang lainnya?**

Mungkin yang menjadi pembeda saya ambil dari dukungan. Jadi dari segi biaya apapun cara kita dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini didukung penuh oleh pihak sekolah meskipun ada beberapa catatan yang masih perlu diperhatikan lagi.

**37. Menurut anda, apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan pelaksanaannya? Mengapa?**

Harus dipertahankan dan bahkan tidak boleh hilang. Bahkan yang tadinya 80% pelaksanaan promosi ini berbasis digital marketing harus bisa mencapai 90%. Karena dunia teknologi ini pasti akan terus berkembang dan digital marketing ini lebih menguntungkan dari pada harus print-out itu tadi. Kalau kita melakukan print-out dengan selebaran itu tadi beratus-ratus halaman kalau dilihat dan disimpan tidak masalah ini bahkan ada yang dibuang jadi jatuhnya kita membuang-buang dana yang tidak sedikit hanya untuk yang seperti itu. Mending kita gunakan social media atau iklan berbayar Ads tadi kondisional saja menggunakan biaya yang itupun tidak terlalu besar juga kita sudah menjangkau masyarakat secara luas kapan saja dan dimana saja tanpa ada hambatan ruang dan waktu.



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

**Informan Penelitian (pendukung): Koordinator Kemuridan**

#### Identitas Informan

Nama Informan : Satrio Maulana Putra, S.Pd  
 Umur : 26 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Koordinator Kemuridan  
 Tanggal Wawancara : 18/Maret/2022  
 Tempat Wawancara : Ruang Kelas 9c (Pukul 11.30 WIB – Selesai)

#### 1. Bagaimana menurut anda sistematis pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Untuk pelaksanaan promosi berbasis digital marketing ini biasanya kalau untuk SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru kita melakukan promosi di berbagai kesempatan waktu. Apalagi namanya menyebarluaskan informasi jadi kita kondisional aja dengan memanfaatkan teknologi seperti social media dalam bentuk video atau postingan biasa yang mana guru dan peserta didik juga ikut berpartisipasi didalamnya.

#### 2. Apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sudah sesuai dengan tujuan promosi?

Nah, karena berhubung sekarang ini masih menjaring masyarakat untuk lebih mengenal SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru jadi menurut saya dengan memanfaatkan jejaring sosial dan yang kami sebarluaskan juga informasinya sudah cukup mengarah kepada tujuan promosi itu sendiri jadi menurut saya sudah sih.





**3. Saluran digital apa saja yang biasanya dilakukan untuk melakukan promosi berbasis digital marketing?**

Yang saya ketahui hingga saat ini untuk pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini masih berfokus kepada social media channel. Baik itu instagram, whatsapp, facebook, youtube. Itu kita menggunakan semuanya.

**4. Bagaimana anda berpartisipasi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Pastinya kalau untuk partisipasi, saya juga ikut andil dalam melakukan promosi sekolah berbasis digital marketing melalui media sosial pribadi saya. Bukan hanya saya sebagai murid saja, tetapi guru-guru lain juga turut andil dalam menyebarkan promosi ini ke beberapa koneksi mereka.

**5. Menurut anda, kapan saja waktu pelaksanaan promosi berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Seperti yang pembicaraan diawal tadi, kita yang namanya menyebarkan informasi dan juga mengenalkan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru berbasis digital tadi secara kondisional saja.

**6. Siapa saja yang menjadi target dari pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Kalau menurut saya, target kita pastinya anak-anak yang berprestasi yang ingin melanjutkan pendidikannya di jenjang SMP ini. Kita juga tau SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru menggunakan iPad sebagai device yang menunjang pembelajaran, jadi saya rasa untuk target juga bisa dikatakan kalangan menengah atas tapi kita juga ada mengadakan beasiswa bagi siswa-siswi yang berprestasi dan terkendala biaya mereka juga tetap bisa masuk ke SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru ini.

**7. Menurut anda, dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, apa yang menjadi perhatian sehingga para audiens memiliki ketertarikan dan keinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kita lihat dari keunggulan. Jadi disini kita memiliki tagline “cerdas dan beradab” selain itu juga yang paling ditonjolkan disini itu program tahfiznya jadi anak-anak yang ingin masuk kesini itu wajib hafal Juz 30. Kemudian sekolah ini juga menggunakan smart digital classroom dan ini juga baru ada satu-satunya di pekanbaru jadi mungkin ini bisa menjadi perhatian mereka untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.

**8. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Untuk kendala yang dialami belum ada

**9. Menurut anda, apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan pelaksanaannya? Mengapa?**

Kalau untuk berbicara soal digital marketing ini ya, patut dipertahankan. Karena menurut saya dengan digital marketing ini kita lebih mudah lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

Informan Penelitian (pendukung): Guru

#### Identitas Informan

Nama Informan : Jenny Fransisca, M.Pd  
 Umur : 30 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Guru  
 Tanggal Wawancara : 16/Maret/ 2022  
 Tempat Wawancara : Ruang BK (Pukul 10.30 WIB – hingga selesesai)

1. Menurut anda bagaimana pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Menurut saya Alhamdulillah selama ini promosi sekolah berbasis digital marketing ini sudah lancar dan kita berfokus menggunakan Social Media resmi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru seperti facebook, instagram, Whatsapp Blast, dan Alhamdulillah dampaknya untuk sekolah sangat bagus dan promosi berbasis *digital marketing* ini memang sudah dilakukan sejak awal sekolah ini berdiri.
2. Siapa yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Untuk target tentunya kita menargetkan calon orang tua peserta didik dan juga masyarakat umum.
3. Bagaimana partisipasi anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru? Kita sebagai guru-guru kita himbau untuk selalu update apapun kegiatan yang kita lakukan disekolah kita unggah di story social media kita masing-masing dengan menyebutkan akun resmi SMP Islam Al-





UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Azhar 37 Pekanbaru. intinya kita selalu melakukan promosi melalui social media kita orang akan sering melihat jadi akan menambah awareness bahwasanya SMP Islam Al-Azhar ada di sekitar mereka.

**4. Saluran digital apa saja yang biasa digunakan dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Ya, yang paling umumlah Instagram dan Facebook, . Kita melakukan promosi dengan social media Ads juga dari Instagram dan facebook biasanya.

**5. Mengapa promosi berbasis digital marketing perlu dilakukan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Tentunya sangat perlu, karena di Al-Azhar sendiri kan kita menggunakan sistem smart digital classroom jadi segala aktivitas di sekolah baik itu PMB atau termasuk juga pelaksanaan promosi ini kita harus mengikuti tren teknologi itu juga karena pada umumnya orang-orang saat ini tidak mungkin tidak memiliki gadget untuk bersosial media jadi jika kita tidak memanfaatkan ini dengan baik ya sama saja rasanya rugi sekali.

**6. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Kendalanya menurut saya di Whatsapp Blast itu tadi. Memang kita untuk Whatsapp Blast itu menghimpun data informasi dari calon orang tua peserta didik atau calon peserta didik yang berpotensi akan mendaftar disini. Meskipun 100 atau 200 data itu kan kita hanya menyebarkan begitu saja jadi belum tentu mereka melihat pesan dari Whatsapp Blast kita tadi. Maka dari itu solusinya kita tetap gencar juga untuk promosi melalui social media lainnya seperti di Instagram dan facebook, karena di social media biasanya para audiens itu lebih komunikatif.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**7. Apa yang menjadi perhatian para audiens sehingga mereka tertarik dan berkeinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Di Al-Azhar ini yang membuat mereka tertarik adalah kita yang pertama pembelajarannya dari awal bahkan sebelum pandemic sudah berbasis digital kita disini tidak menggunakan buku lagi gitu itu yang menjadi pembeda dengan sekolah-sekolah swasta yang lain. Yang kedua kita selalu mendahulukan adab itu nomor satu. Yang paling utama kita juga ada tahfiz dan tahsin juga. Tapi yang paling signifikan sekali perbedaannya dengan sekolah lain ya kita pembelajarannya menggunakan iPad sebagai device nya dan semua keunggulan itu kami tegaskan dalam berpromosi di social media kami dan mungkin itu yang menjadi salah satu daya tarik masyarakat.

**8. Menurut anda apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan adanya? Kenapa?**

Sebaiknya seperti itu harus dipertahankan karena semakin kedepan kan pasti kemajuan teknologi ada saja pembaharuannya. Jadi kita harus memanfaatkan moment itu untuk mengenalkan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

Informan Penelitian (pendukung): Guru

#### Identitas Informan

Nama Informan : Chandra Alfindodes, S.Pd  
Umur : 32 Tahun  
Status/Jabatan Informan : Guru  
Tanggal Wawancara : 16/Maret/ 2022  
Tempat Wawancara : Lobby SMPI Al-Azhar 37 Pekanbaru

#### 1. Menurut anda bagaimana pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Ya, sudah sangat baik ya menurut saya karena kita sudah menggunakan media digital marketing itu sendiri sejak awal SMP Islam Al-Azha3 37 Pekanbaru ini hadir ditengah-tengah masyarakat. Tetapi untuk media digital marketing itu lebih fokus kepada social media seperti instagram, facebook, dan youtube kita sudah menggunakan saluran digital marketing yang social media itu tadi.

#### 2. Siapa yang menjadi target sasaran dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Target sasaran yang pertama, pastinya masyarakat umum. Yang kedua, masyarakat yang ada di platform digital itu sendiri misalkan netizen atau bisa saya sebut 'warga net'. Yang ketiga ada istilah kita itu jamiyyah itu adalah kumpulan circle orang tua peserta didik yang memang juga ikut berpartisipasi untuk promosi sekolah ini.

#### 3. Bagaimana partisipasi anda dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Partisipasi saya kebetulan di tahun ini itu saya sebagai koordinator PMB dalam upaya memberikan informasi mengenai PMB ini ada beberapa tahapan-tahapan yang telah dilakukan atau strategi-strategi yang dilakukan dengan dua cara pertama dengan menerap strategi digital marketing yang pernah dilaksanakan sebelumnya atau yang kedua melakukan ruang-ruang rapat atau diskusi untuk memunculkan strategi-strategi baru yang cocok untuk mendapatkan peserta didik baru.

**4. Saluran digital apa saja yang biasa digunakan dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Kalau di sekolah kita menggunakan beberapa platform biasanya facebook ads dan instagram ads. atau media sosial secara umum yang didukung juga dengan youtube dan whatsapp blast yang bisa mengakomodir pelaksanaan promosi berbasis digital marketing ini.

**5. Mengapa promosi berbasis digital marketing perlu dilakukan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Pertama memang karena kita punya base teknologi seperti contohnya salah satu program kita digital smart classroom. Jadi kita bisa berdampingan dengan digitalisasi ini untuk mendorong proses pembelajaran agar tidak tertinggal atau kalah saing. Yang kedua karena kita saat ini sudah berada di industry 4.0 bahkan 5.0 yang memang eranya internet marketing atau digital marketing ini perlu diterapkan oleh sektor pendidikan khususnya sekolah swasta. Yang ketiga, kita lihat kondisi beberapa tahun terakhir itu masih covid ya, jadi berdampak pada pentingnya platform digital marketing ini sebagai base atau wadah paling utama untuk pelaksanaan promosi sekolah. Digital marketing ini salah satu yang punya prospek sangat baik untuk mempromosikan untuk membuka PMB SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru.





UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**6. Kendala serta solusi apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Kendalanya jadi sekarang orang-orang sudah terbiasa dengan digital marketing ini sehingga membuat itu menjadi masalah atau tantangannya adalah bagaimana membuat digital marketing ini eye catching atau menarik perhatian audiens gitu. Jadi solusinya kita harus banyak belajar dan peka terhadap pembaharuan di zaman sekarang supaya apa yang kita sampaikan mengenai informasi PMB misalnya dalam pelaksanaan promosi itu bisa lebih inovatif dan kreatif jadi masyarakat semakin menarik untuk melihatnya.

**7. Apa yang menjadi perhatian para audiens sehingga mereka tertarik dan berkeinginan untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?**

Pastinya program-program unggulan pastinya kita dahulukan untuk dipromosikan dengan platform digital marketing ini seperti tahsin, tahfiz, kemudian kita punya base bilinguan science, kita punya sistem smart digital classroom, kemudian difasilitasi device iPad. Jadi kita lebih mempromosikan kelebihan dan bisa menjadi pembeda dengan sekolah lain dan kita juga merupakan satu-satunya cabang langsung dari YPI Al-Azhar, jadi kurikulum dan sistem yang lainnya itu langsung dari Jakarta. Jadi mungkin itu yang bisa menjadi pertimbangan orang tua untuk memilih sekolah ini .

**8. Menurut anda apakah pelaksanaan promosi sekolah berbasis digital marketing ini perlu dipertahankan adanya? Kenapa?**

Tentu saja harus dilanjutkan, karena menurut saya digital marketing ini salah satu cara promosi yang tidak bisa dielakkan. Prospeknya lebih efektif dan efisien. Cuman itu tadi tantangannya kita harus bisa membuat ini lebih menarik lagi



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

**Informan Penelitian (pendukung): Orang Tua Murid**

#### Identitas Informan

**Nama Informan** : Isti Rahayu  
**Umur** : 39 Tahun  
**Status/Jabatan Informan** : Ibu dari ananda Hafizh A. Triatmoko (Kelas VII)  
**Tanggal Wawancara** : 30/Maret/2022 (Pukul 12:05 WIB – Selesai)  
**Tempat Wawancara** : Melalui Platform WhatsApp

#### 6. Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Melalui story instagram salah satu guru di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Saya melihat informasi akun instagram dan facebook resmi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, kemudian saya langsung mencari tau informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru

#### 7. Informasi apa yang menjadi perhatian anda dalam melihat promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Ketika saya melihat promosi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru saya tertarik dengan program-program unggulannya, kemudian kegiatan di sekolah yang menjadi aktivitas para peserta didik yang mungkin itu menjadi perhatian saya.

#### 8. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Kemarin ketika melihat promosi dari SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru adalah sekolah dibawah naungan YPI Al-Azhar yang memiliki sistem digital smart classroom yang tersistemkan dari pusat sehingga bisa memberikan pendidikan yang terbaik untuk intelektual siswa dan saya



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertarik dengan hal tersebut. Kemudian, kurikulum yang digunakan serta program bilingual yang menurut saya akan membuat anak-anak siap bersaing secara global. Dan yang terakhir, program tahfizh dan tahsin sebagai keseimbangan anak-anak untuk menuntuk ilmu dunia maupun akhirat.

**9. Apakah informasi terkait promosi sekolah berbasis digital marketing yang disampaikan oleh SMP Islam Al-Azhar sudah tersampaikan dengan baik?**

Sudah sangat baik dan menarik dilihat untuk saya yang memang sangat sering mencari informasi terkait sekolah itu sendiri maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak kami.

**10. Apakah anda sering mencari informasi terkait SMP Islam Al-Azhar melalui saluran digital SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru?**

Sangat sering



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

Informan Penelitian (pendukung): Orang Tua Murid

#### Identitas Informan

Nama Informan : Prima Gusnita  
 Umur : 39 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Ibu dari ananda Nadin Agnia (Kelas VIII)  
 Tanggal Wawancara : 30 Maret 2022 (15:00 WIB – Selesai)  
 Tempat Wawancara : Melalui Platform WhatsApp

#### 1. Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Saya mendapatkan info mengenai SMP Islam Al-Azhar Pekanbaru dari postingan facebook teman saya yang menyekolahkan anaknya di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru. Di postingan tersebut beliau me-repost ulang kegiatan yang di upload oleh facebook resmi SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru dan dari situ saya mulai kepoin akunnya.

#### 2. Informasi apa yang menjadi perhatian anda dalam melihat promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Informasi yang menjadi perhatian saya ketika melihat promosi di social media sekolah itu ya mereka menawarkan tentang sistem belajar di sekolah sudah menggunakan sistem digital smart classroom dan sistem belajar tersebut juga satu-satunya di Kota Pekanbaru jadi saya beranggapan anak-anak tidak hanya diajarkan untuk mengenal ilmu akhirat saja disini tetapi juga membuat anak-anak semakin mampu bersaing secara global.

#### 3. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?





UIN SUSKA RIAU

Yang membuat saya tertarik tentunya kurikulum yang diberikan kepada anak-anak adalah kurikulum yang dirancang oleh yayasan pusat yang ada di Jakarta.

**4. Apakah informasi terkait promosi sekolah berbasis digital marketing yang disampaikan oleh SMP Islam Al-Azhar sudah tersampaikan dengan baik?**

Menurut saya sudah sangat baik ya, karena SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru selalu memberikan informasi update terkait kegiatan disekolah melalui social mediana secara keseluruhan.

**5. Apakah anda sering mencari informasi terkait SMP Islam Al-Azhar melalui saluran digital SMP Islam Al-Azhar 37 pekanbaru?**

Pastinya sangat sering. Karena saya termasuk orang tua murid yang tidak selalu rutin untuk melihat kegiatan anak saya di sekolah jadi dengan seringnya saya melihat informasi di seluruh social media sekolah saya bisa memantau apa kegiatan disekolah yang sedang anak saya lakukan begitu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

#### DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

Informan Penelitian (pendukung): Peserta Didik

#### Identitas Informan

Nama Informan : Adelia Dela Puspa  
 Umur : 15 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Siswi Kelas IX B  
 Tanggal Wawancara : 16/ Maret/ 2022  
 Tempat Wawancara : Ruang Kelas IX A

#### 1. Apakah kamu tau saluran digital marketing SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Saya tau Social Media sekolah sama websiteny saja kak. Kalau Social Media di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru ada Instagram sama facebook.

#### 2. Apakah kamu sering melihat informasi terkait promosi sekolah yang di unggah di saluran digital marketing sekolah?

Iya sering banget karena setiap informasi kegiatan disekolah itu selalu di posting di social media kak.

#### 3. Apa yang membuat kamu tertarik dengan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Kalau menurut Dela, sekolah ini satu-satunya sekolah yang memfasilitasi iPad untuk kami belajar kak. Jadi kami gak perlu bawa buku tulis atau buku paket banyak-banyak karena sudah disediakan semuanya didalam iPad dan ini juga membuat wawasan saya mengenai teknologi menjadi luas jadi Dela tertarik untuk sekolah disini.

#### 4. Sesering apa kamu melihat informasi yang disampaikan sekolah melalui saluran digital nya?

Sering banget kak karena postingannya selalu update

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**5. Menurut kamu. Apakah informasi yang disampaikan melalui saluran digital sekolah sudah tersampaikan dengan baik dan cukup?**

Sudah cukup kak

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## PEDOMAN WAWANCARA

### WAWANCARA TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING*

DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKNABARU

Informan Penelitian (pendukung): Peserta Didik

#### Identitas Informan

Nama Informan : Kiky Aurellia  
 Umur : 14 Tahun  
 Status/Jabatan Informan : Siswi Kelas IX B  
 Tanggal Wawancara : 16/Maret/2022  
 Tempat Wawancara : Ruang Kelas IX A

#### 1. Apakah kamu tau saluran digital marketing SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Kiky taunya juga social medianya saja kak Instagram sama facebook.

#### 2. Apakah kamu sering melihat informasi terkait promosi sekolah yang di unggah di saluran digital sekolah?

Sering kak kalau dari instagram karena guru selalu kasih informasi juga untuk share tentang SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru misalnya seperti kegiatan Al-Azru Cup guru-guru menghimbau untuk share di social media supaya teman-teman yang di luar Al-Azhar bisa tau dan ikut.

#### 3. Apa yang membuat kamu tertarik dengan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru?

Kalau Kiky, karena Kiky juga cari tau dari social media, kalau nama Al-Azhar itu udah besar menurut kiky jadi kiky tertarik. Belum lagi disini satu-satunya sekolah yang ada digital smart classroom nya jadi jadi berasa enak banget belajar menggunakan digital smart classroom ini makanya Kiky mau sekolah disini.

#### 4. Sesering apa kamu melihat informasi yang disampaikan sekolah melalui saluran digital nya?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sering kak, karena kan kita semua dihimbau untuk follow social media sekolah jadi karena socmed sekolah juga sering update jadinya Kiky sering liat informasi Al-Azhar di Instagram.

**5. Menurut kamu. Apakah informasi yang disampaikan melalui saluran digital sekolah sudah tersampai dengan baik dan cukup?**

Sudah cukup kak karena kan SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sering buat event gitukan jadi banyak yang daftar event nya karena kita sebar di social media.

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



**HASIL OBSERVASI**

**OBSERVASI TENTANG PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL* *MARKETING* DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU**

No	Aspek Yang Perlu Diamati	Baik	Perlu diperbaiki	Keterangan
1	Website Sekolah		v	Perlu Pemantauan Lanjut
2	Social Media Resmi (Facebook) Sekolah	v		Ada
3	Social Media Resmi (Instagram) Sekolah	v		Ada
4	Social Media Resmi (Instagram) Sekolah	v		Ada
5	Brosur Promosi Sekolah	v		Ada
6	Video Profil Sekolah	v		Ada

**Catatan Hasil Pengamatan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui teknik observasi pada penelitian promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, peneliti mengamati bahwa wewenang tugas dari pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* secara umum ditanggung jawab oleh Koordinator Bidang Humas dan beberapa guru yang diberi tugas sebagai panitia PMB (Penerimaan Murid Baru). SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru memiliki *platform social media* resmi seperti Facebook, Instagram, dan Youtube sebagai media *digital* untuk menyampaikan informasi kepada khalayak umum mengenai keberadaan serta program-program yang dimiliki oleh SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sebagai nilai jual untuk memikat calon orang tua peserta didik dan calon peserta didik yang akan memilih SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru sebagai sekolah pilihan. Dalam pelaksanaan promosi berbasis *digital marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pektanbaru, Koordinator Bidang Humas dibantu oleh beberapa guru yang termasuk kedalam panitia PMB (Penerimaan Murid Baru) guna saling bekerja sama untuk mengetahui cara apa saja yang paling tepat untuk menyampaikan informasi (promosi) kepada masyarakat umum.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 3 Surat Pra Riset

© Hak Cipta mi

Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebrantas No 155 Km. 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax (0761) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/5930/2021  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : **Mohon Izin Melakukan PraRiset**

Pekanbaru, 16 Juni 2021

Kepada  
Yth. Kepala Sekolah  
SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru  
di  
Tempat

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Annisya Kirana Putri  
NIM : 11810320544  
Semester/Tahun : VI (Enam)/ 2021  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan Prariset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an Dekan  
Wakil Dekan III

Dr. Drs. Nursalim, M.Pd.  
NIP. 19660410 199303 1 005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 4 Surat Balasan Pra-riiset

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**YAYASAN PESANTREN ISLAM AL AZHAR**

SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM AL AZHAR 37

Jl. Swakarya No. 17 Kel. Tuah Karya, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru - Riau

Telp. (0761) 8419865, 0812-8867644 E-mail : ypia\_riau@al-azhar.or.id Website : http://www.ypia-riau.al-azhar.or.id

Nomor : 206/X/E/YPIA-SMPIA-37/1443.2021 20 Rabiul Awwal 1443 H.  
 Lampiran : - 27 Oktober 2021 M.  
 Perihal : Balasan Surat Permohonan Pra Riset Mahasiswa

Yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**  
**Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**  
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Tampan  
 Pekanbaru

*Assalamualaikum w.w.*

Salam takzim kami sampaikan semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal afiat dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin.

Menindaklanjuti surat nomor Un.04/F.II.4/PP.00.9/5930/2021 perihal Mohon Izin Melakukan Pra Riset mahasiswa atas nama **Annisa Kirana Putri** program studi Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tertanggal 16 Juni 2021. Maka dengan ini kami menyampaikan bahwa kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk melakukan kegiatan Pra Riset di SMP Islam Al Azhar 37 Pekanbaru dan nantinya dapat berkoordinasi dengan Koordinator Bidang Kurikulum SMP Islam Al Azhar 37 Pekanbaru.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Billahit taufiq wal hidayah*  
*Wassalamualaikum w.w*

Wakil Sekolah,  
  
 Riva Rizwantra, M.Pd.





UIN SUSKA RIAU

## Lampiran 5 Surat Keterangan Pembimbing



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

كلية التربية والتعليم

FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor: Un.04/F.II.4/PP.00.9/5797/2021

Pekanbaru, 10 Juni 2021

Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada  
Yth. Afriza, S.Ag, M.Pd

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warhamatullahi wabarakatuh*

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : Annisya Kirana Putri  
NIM : 11810320544  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru  
Waktu : 6 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Manajemen Pendidikan Islam Redaksi dan teknik penulisan skripsi, sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terimakasih.

W a s s a l a m

an Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Alimuddin, M.Ag.  
NIP. 19660924 199503 1 002

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Dilarang Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**Lampiran 6 Surat Keterangan Pembimbing (Perpanjang)**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعاليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
 Fax (0761) 561647 Web www.fk.uinsuska.ac.id, E-mail: eflak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/6318/2022 Pekanbaru, 27 Mei 2022  
 Sifat : Biasa  
 Lamp. : -  
 Hal : *Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)*

Kepada  
 Yth. Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd.

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
 Pekanbaru

*Assalamu 'alaikum warhamatullahi wabarokatuh*

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : Annisya Kirana Putri  
 NIM : 11810320544  
 Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
 Judul : PROMOSI SEKOLAH BERBASIS DIGITAL MARKETING DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU  
 Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Manajemen Pendidikan Islam dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam  
 an, Dekan  
 Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.  
 NIP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :  
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran 7 Surat Disposisi

LEMBAR DISPOSISI

INDEKS BERKAS. KGDE :	
Hal : Pengajuan Sinopsis (Judul Skripsi) Tanggal : 31 - MEI - 2021 Nama : ANNISYA KIRANA PUTRI	
Tanggal Penyelesaian : Sifat :	
INFORMASI. Setelah diarahkan maka judul yang bersangkutan dapat diajukan, mohon agar di tunjuk sebagai pembimbing:  <i>Dr. Afriza, M. Ed.</i>	DITERUSKAN KEPADA: 1. Kajur MPI Catatan Kajur MPI a. <i>Judul dapat diterima.</i> b. <i>2/6-2021</i> c. <i>[Signature]</i> d.
Pekanbaru, <i>2/6-2021</i> Kajur MPI,   Dr. Asmuri, S.Ag., M.Ag NIP. 197508052003121002	DITERUSKAN KEPADA : 2. Wakil Dekan. I
*) 1. Kepada bawahan "instruksi" atau "informasi" 2. Kepada atasan "informasi" coret "instruksi"	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 8 Cover ACC Proposal

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL MARKETING*  
DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU**

**PROPOSAL**



UIN SUSKA RIAU

Oleh

**ANNISYA KIRANA PUTRI**  
NIM: 11810320544

Dosen Pembimbing:  
**Dr. Afriza. S.Ag. M.Pd**

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
KONSENTRASI ADMINISTRASI PENDIDIKAN  
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF  
KASIM RIAU 1442 H/2021 M**

29/09/2021  
Aee untuk di seminar  
Pembimbing  
Dr. Afriza S.Ag. M.Pd





## Lampiran 9 Surat Pengesahan Perbaikan Proposal

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعاليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
Alamat : J. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

### PENGESAHAN PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Annisya Kirana Putri  
 Nomor Induk Mahasiswa : 11810320544  
 Hari/Tanggal Ujian : 12 Oktober 2021  
 Judul Proposal Ujian : Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru  
 Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang Dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Dr. Yundri Akhyar S.Pd.I., M.Pd.I	PENGUJI I		
2.	Hasgimianti, S.Pd., M.Pd., Kons	PENGUJI II		

Mengetahui  
 a.n. Dekan  
 Wakil Dekan I

Dr. H. Zarkasih, M.Ag.  
 NIP. 197210171997031004

Pekanbaru, 23 Oktober 2021  
 Peserta Ujian Proposal

Annisya Kirana Putri  
 NIM. 11810320544





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL MARKETING*  
DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU**

**PROPOSAL**



UIN SUSKA RIAU

Oleh

**ANNISYA KIRANA PUTRI**  
NIM: 11810320544

Dosen Pembimbing:  
**Dr. Afriza, S.Ag, M.Pd**

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
KONSENTRASI ADMINISTRASI PENDIDIKAN  
FAKULTAS TARIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
1442 H/2021 M**

UIN SUSKA RIAU

acc perbaikan 23 okt

*Handwritten signature*

hasgimianti, M. Pd. Kons

*ACC di-lam h (a) Ruzsa*  
*23/10/21*  
*Dr. Afriza - Kelaya Nng*



## Lampiran 10 Surat Izin Riset

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
 كلية التربية والتعليم  
 FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
 Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
 Fax. (0761) 561647 Web www.fk.unsuska.ac.id, E-mail: efaak\_unsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/528/2022  
 Sifat : Biasa  
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
 Hal : *Mohon Izin Melakukan Riset*

Pekanbaru, 18 Januari 2022 M

Kepada  
 Yth. Gubernur Riau  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
 Satu Pintu  
 Provinsi Riau  
 Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Annisya Kirana Putri  
 NIM : 11810320544  
 Semester/Tahun : VII (Tujuh)/ 2022  
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Promosi Sekolah Berbasis Digital Marketing di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru

Lokasi Penelitian : SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru  
 Waktu Penelitian : 3 Bulan (18 Januari 2022 s.d 18 April 2022)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dr. H. Kadar, M.Ag.  
 NIP.19650521 19940211 001

Tembusan :  
 Rektor UIN Suska Riau





Lampiran 11 Surat Izin Riset (Gubri)

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39084 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmpstp@riau.go.id](mailto:dpmpstp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/44531  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **DEKAN FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU**, Nomor : **Un.04/F.II/PP.00.9/528/2022** Tanggal 18 Januari 2022, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

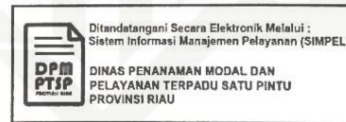
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : ANNISYA KIRANA PUTRI  |
| 2. NIM / KTP         | : 118103205440  |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : PROMOSI SEKOLAH BERBASIS DIGITAL MARKETING DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 21 Januari 2022



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru  
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. DEKAN FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan





## Lampiran 12 Surat Izin Riset (Kesbangpol)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



### PEMERINTAH KOTA PEKANBARU BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JL. ARIFIN AHMAD NO. 39 TELP. / FAX. (0761) 39399 PEKANBARU

#### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 071/BKBP-SKP/266/2022



- a. Dasar : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.  
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.  
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.  
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.  
5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang : Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/44531 tanggal 21 Januari 2022, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

#### MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama : ANNISYA KIRANA PUTRI
2. NIM : 118103205440
3. Fakultas : TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
5. Jenjang : S1
6. Alamat : JL. SETIA UTAMA DSN II DESA SAMBI REJO KEC. LANGKAT KAB. LANGKAT-SUMATERA UTARA
7. Judul Penelitian : PROMOSI SEKOLAH BERBASIS DIGITAL MARKETING DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU
8. Lokasi Penelitian : DINAS PENDIDIKAN KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan foto copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 26 Januari 2022

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Kota Pekanbaru



ZULFAHMI ADRIAN, AP, M.Si  
Pemuda Utama Muda  
NIP. 19750715 199311 1 001

#### Tembusan

1. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
2. Yang Bersangkutan.





## Lampiran 13 Surat Izin Riset (Dinas Pendidikan)



### PEMERINTAH KOTA PEKANBARU DINAS PENDIDIKAN

Jl. H. Syamsul Bahri No. 8 Kelurahan Sungaisibam Kecamatan Bina Widya  
Kode Pos. 28293 Telp. (0761) 42788, 855287 Fax. (0761) 47204  
PEKANBARU  
website : www.disdikpku.org email : disdikpku@yahoo.com

Pekanbaru, 4 Februari 2022

Kepada Yth,  
SMP Islam Al-Azhar 37  
Pekanbaru

Nomor : 800/Disdik.Sekretaris.1/00294/2022

Lampiran : -

Perihal : Izin Melaksanakan Riset / Penelitian

di -

Pekanbaru

Berdasarkan surat dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru nomor : 071/BKBP-SKP/266/2022 tanggal 26 Januari 2022 perihal Izin Riset / Penelitian, atas nama :

Nama : ANNISYA KIRANA PUTRI  
NIM : 11810320544  
Mahasiswa : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
Judul Penelitian : PROMOSI SEKOLAH BERBASIS DIGITAL MARKETING DI SMP ISLAM AL-AZHAR 37 PEKANBARU

Pada prinsipnya kami dapat menyetujui yang bersangkutan melaksanakan riset pada SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru, sehubungan dengan itu diharapkan agar saudara dapat membantu kelancaran tugas yang bersangkutan.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

An. KEPALA DINAS PENDIDIKAN  
KOTA PEKANBARU

Sekretaris

H. MUZAILLIS, S.Pd, MM

Pembina Tk. I ( IV / b )

NIP. 19650921 198902 1 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Lampiran 14 Surat Balasan Riset



### YAYASAN PESANTREN ISLAM AL AZHAR

SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM AL AZHAR 37

Jl. Swakarya No. 17 Kel. Tuah Karya, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru - Riau

Telp. (0761) 8419865, 0812-8867644 E-mail : ypia\_riau@al-azhar.or.id Website : http://www.ypia-riau-al-azhar.or.id

Nomor : 567/V/E/YPIA-SMPIA-37/1443.2022  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Surat Permohonan Riset Mahasiswa

16 Syawal 1443 H.  
17 Mei 2022 M.

Yang terhormat,  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Tampan  
Pekanbaru

*Assalamualaikum w.w.*

Salam takzim kami sampaikan semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal afiat dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin.

Menindaklanjuti surat nomor Un.04/F.II/PP.00.9/528/2022 perihal Mohon Izin Melakukan Riset mahasiswa atas nama **Annisya Kirana Putri** program studi Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tertanggal 18 Januari 2022. Maka dengan ini kami menyampaikan bahwa kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk melakukan kegiatan Riset di SMP Islam Al Azhar 37 Pekanbaru dan nantinya dapat berkoordinasi dengan Koordinator Bidang Kurikulum SMP Islam Al Azhar 37 Pekanbaru.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Billahit taufiq wal hidayah*

*Wassalamualaikum w.w*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







## Lampiran 15 Lembar ACC Skripsi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PROMOSI SEKOLAH BERBASIS *DIGITAL MARKETING* DI SMP ISLAM

AL-AZHAR 37 PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh gelas

Sarjana Pendidikan (S.Pd)



UIN SUSKA RIAU

Annisva Kirana Putri  
NIM: 11810320544

Dosen Pembimbing  
Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd

KONSENTRASI ADMINISTRASI PENDIDIKAN

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN

UIN SUSKA RIAU

PEKANBARU

1443 H / 2022 M

*19/22*  
*for*  
*Ace untuk di magang*  
*Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd*

UIN SUSKA RIAU





Lampiran 16 Lembar Kegiatan Bimbingan Mahasiswa

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBIAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعلم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Alamat: Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28292 PD BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax (0761) 21129

KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA  
 PROPOSAL MAHASISWA

1. Jenis yang dibimbing : Proposal
  - a. Seminar usul Penelitian
  - b. Penulisan Laporan Penelitian
2. Nama Pembimbing : Dr Afriza, S Ag, M Pd
  - a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 19700514 199803 2 006
3. Nama Mahasiswa : Annisa Kirana Putri
4. Nomor Induk Mahasiswa : 11810320544
5. Kegiatan : Bimbingan Proposal Penelitian

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
	<u>23 / 06 / 2021</u>	<u>Bimbingan Sinopsis.</u>	<u>[Signature]</u>	
	<u>18 / 08 / 2021</u>	<u>Bimbingan Bab - 1.</u>	<u>[Signature]</u>	
	<u>25 / 09 / 2021</u>	<u>Bimbingan Bab 2 dan 3.</u>	<u>[Signature]</u>	
	<u>29 / 09 / 2021</u>	<u>Revisi dan Acc Proposal</u>	<u>[Signature]</u>	

Pekanbaru, 19 Mei 2022  
 Pembimbing,

[Signature]  
 Dr. Afriza, S. Ag., M. Pd

NIP. 19700514 199803 2 006

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعاليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
 Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax (0761) 21129

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA  
 SKRIPSI MAHASISWA**

- Jenis yang dibimbing : Skripsi
- a. Seminar usul Penelitian :  
 b. Penulisan Laporan Penelitian :
- Nama Pembimbing : Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd  
 a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 19700514 199803 2 006  
 Nama Mahasiswa : Annisya Kirana Putri  
 4. Nomor Induk Mahasiswa : 11810320544  
 5. Kegiatan : Bimbingan Skripsi

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	10 / 05 2022	Bimbingan Instrumen penelitian	[Signature]	
2	23 / 05 2022	Bimbingan Penyusunan Bab IV	[Signature]	
3	28 / 05 2022	Bimbingan Penulisan Pembahasan	[Signature]	
4	11 / 05 2022	Bimbingan Bab 1 - 5	[Signature]	
5	11 / 05 2022	Bimbingan Teknik penulisan.	[Signature]	
6	18 / 05 2022	Bimbingan Abstrak	[Signature]	
7	19 / 05 2022	Acc Skripsi	[Signature]	

Pekanbaru, 19 Mei ..... 2022  
 Pembimbing,

Dr. Afriza, S.Ag., M.Pd

NIP. 19700514 199803 2 006

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



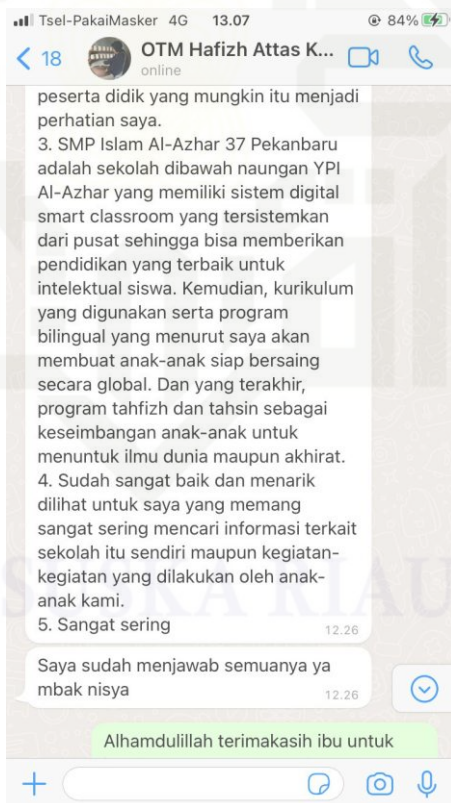
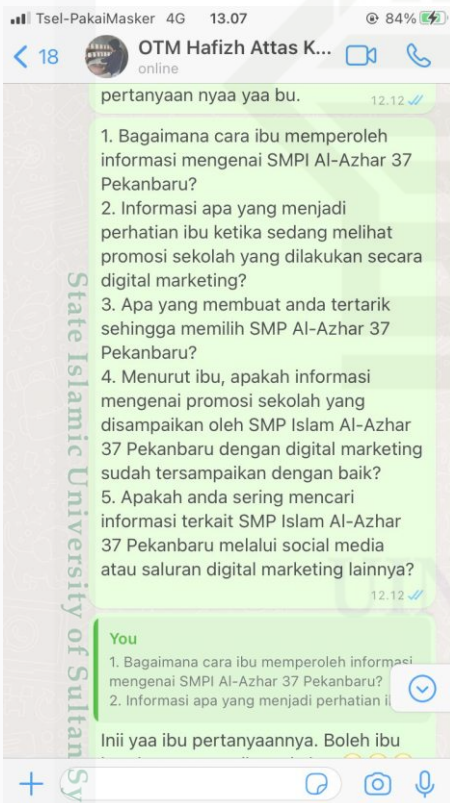
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

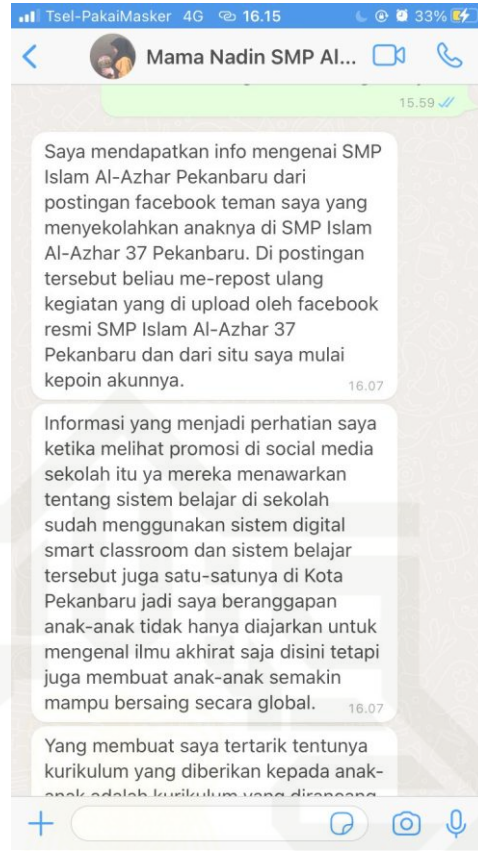
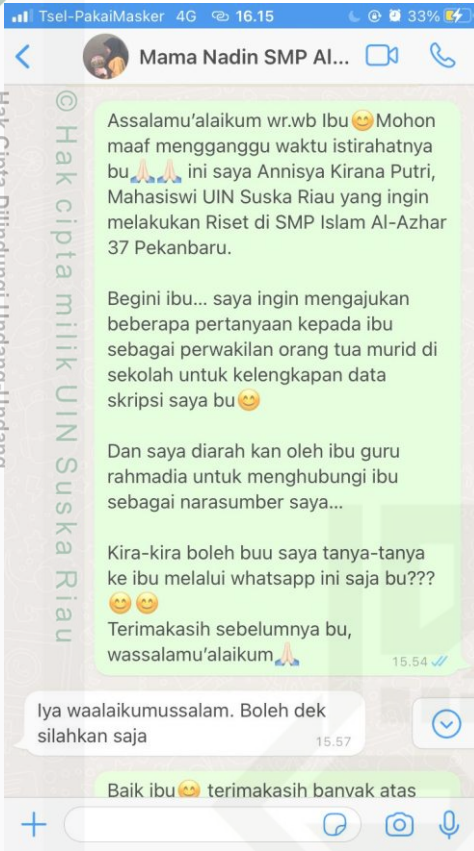
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

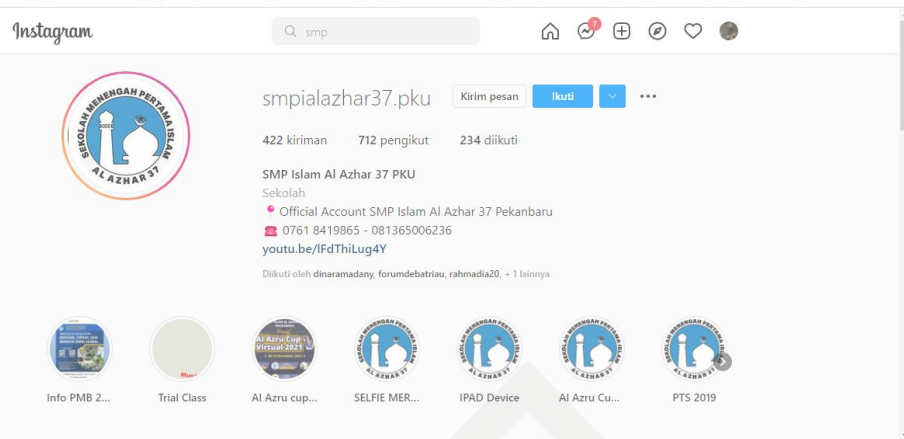






**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**Annisya Kirana Putri**, lahir di Bengkalis, 12 Mei 2000. Putri pertama dari Ayahanda Darto dan Ibunda Sri Widi Astuti. Pada tahun 2006 bersekolah di MIN 6 Langkat kemudian melanjutkan tingkat selanjutnya di MTs Negeri Kota Binjai. Setelah menyelesaikan studi pada tingkat Tsanawiyah, penulis melanjutkan sekolah di MAN Kota Binjai pada tahun 2015 selama tiga tahun dengan mengambil fokus kelas MIA (Matematika Ilmu Alam).

Setelah menyelesaikan pendidikan di MAN Kota Binjai, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, tepatnya pada prodi Manajemen Pendidikan Islam, konsentrasi Administrasi Pendidikan. Penulis memiliki ketertarikan di bidang *marketing* khususnya di *social media marketing* sebagai salah satu *passion* penulis untuk meniti karir hingga saat ini penulis berkarir sebagai *social media marketing* di salah satu perusahaan *start-up* yang bergerak pada *edu-tech*.

Penulis melaksanakan penelitian ilmiah pada bulan Maret hingga April 2022 dan dilanjutkan dengan tahap penyusunan dan bimbingan hingga akhirnya berkesempatan mengikuti sidang munaqasah dengan judul skripsi **“Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* di SMP Islam Al-Azhar 37 Pekanbaru”**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Ste Ismic University of Sultan Syarif Kasim Riau

