



# IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DI SEKOLAH MANENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU AL-FITYAH PEKANBARU

Skripsi

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



Disusun Oleh:

ANUGERAH ADISTI  
NIM. 12110322212

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1447 H / 2026 M

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 masa

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



**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.

**PERSETUJUAN**

Skripsi ini yang berjudul Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru, yang disusun oleh Anugerah Adisti, NIM. 12110322212 dapat diterima dan diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


**Pekanbaru, 11 Jumadil Akhir 1447 H**

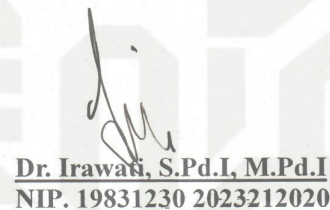
**02 Desember 2025 M**

Menyetujui

**Ketua Prodi  
Manajemen Pendidikan Islam**

**Pembimbing**

  
**Dr. Tuti Andriani, S.Ag., M.Pd**  
**NIP. 197503142007102001**

  
**Dr. Irawati, S.Pd.I, M.Pd.I**  
**NIP. 19831230 2023212020**

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.

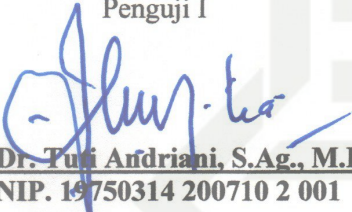
**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul *Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru* yang disusun oleh Anugerah Adisti dengan NIM 12110322212. Telah di ujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 13 Rajab 1447 H/02 Januari 2026 M. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelas Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

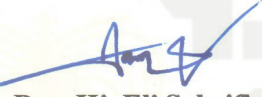
Pekanbaru, 24 Rajab 1447 H  
13 Januari 2026 M

Mengesahkan,  
Sidang Munaqasyah

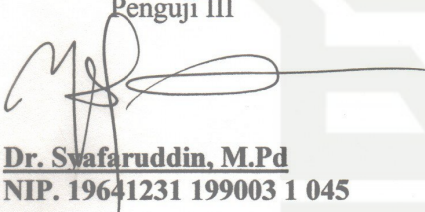
Penguji I

  
**Dr. Tuti Andriani, S.Ag., M.Pd**  
NIP. 19750314 200710 2 001

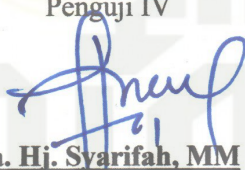
Penguji II

  
**Dra. Hj. Eli Sabrifha, M.Ag**  
NIP. 19661111 199603 2 00

Penguji III

  
**Dr. Swafaruddin, M.Pd**  
NIP. 19641231 199003 1 045

Penguji IV

  
**Dra. Hj. Syarifah, MM**  
NIP. 19670226 199703 2 001

Dekan  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



  
**Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons.**  
NIP. 19751115 200312 2 001



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

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anugerah Adisti  
 NIM : 12110322212  
 Tempat/Tgl. Lahir : Air Batu, 05 Februari 2003  
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan  
 Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Judul Skripsi : Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

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

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 02 Desember 2025

Yang membuat pernyataan



**Anugerah Adisti**

NIM. 12110322212





## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillahirabbil 'alamin*, tiada ungkapan yang paling pantas penulis sampaikan selain pujian dan syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Sang Maha Pemberi cahaya petunjuk, atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang menjadi pelita dalam setiap langkah penulis, sehingga skripsi ini dapat dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa mengalir laksana embun penyejuk kepada jiwa Nabiyullah, Habibullah Muhammad Shallallahu 'alaihi Wa Sallam, yang telah membimbing umat manusia menuju kelurusan akhlak dan akidah, serta menjadi mercusuar ilmu dan teladan kehidupan.

Dengan izin dan rahmat Allah Subhanahu Wa Ta'ala penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru” merupakan karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa berbagai hambatan, kesulitan, dan rintangan yang sering ditemui. Namun atas izin Allah Subhanahu Wa Ta'ala serta dorongan, motivasi, dan bimbingan yang tak ternilai dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan



#### 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.

penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga dan teristimewa penulis sampaikan kepada ayahanda **Misdar** dan ibunda **Yuyuk Susanti** yang telah bersusah payah membesarkan dan mendidik penulis dengan kasih dan cinta yang begitu besar, yang sudah sangat berjasa dalam mendidik, membiayai, memotivasi, membimbing dan mendo'akan penulis tanpa henti serta meridhoi penulis untuk menempuh jenjang studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau hingga meraih gelar sarjana Strata Satu (S1).

Atas segala ikhtiar dan perjuangan yang tak pernah surut, penulis menitipkan doa dan harapan yang tulus semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan rahmat, rida, dan inayah-Nya kepada ayah dan ibunda tercinta. Semoga setiap langkah, pengorbanan, dan jerih payah beliau dibalas dengan kemudahan urusan, keberkahan hidup di dunia, serta keselamatan dan kebahagiaan di akhirat. Aamiin Allahumma aamiin.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan waktu, tenaga dan usaha bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan merampungkan studi Almamater tercinta UIN Suska Riau. Selanjutnya, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terhormat:

1. Prof. Dr. Hj. Leni Nofianti MS, SE, M.Si, AK, CA Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Prof. H. Raihani, M. Ed., Ph.D Selaku Wakil Rektor I, Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng. Selaku Wakil Rektor II. Dan Dr. Harri;s Simaremare, M.T. Selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri 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

2. Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd, Kons.selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Dr. Sukma Erni, M.Pd. Wakil Dekan I, Prof. Dr. Zubaidah Amir, MZ, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan II, dan Dr. H. Jon Pamil, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Tuti Andriani, S.Ag., M. Pd., selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau.
4. Salmiah, M.Pd.E. selaku sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dr. Irawati, S.Pd.I, M.Pd.I., selaku dosen pembimbing skripsi, beliau dengan penuh kesabaran dan ketulusan senantiasa meluangkan waktu, tenaga, serta pemikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan yang berharga kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dedikasi, perhatian, dan pendampingan yang tidak bernilai, khususnya dalam melewati berbagai masa sulit selama proses penulisan skripsi ini.
6. Dr. Drs. Syafaruddin, M.Pd., Selaku Penasehat Akademik, beliau senantiasa menjadi sumber motivasi dan penuntun nasihat bagi penulis, memberikan arahan yang menguatkan di setiap persimpangan perjalanan akademik, serta menumbuhkan semangat untuk terus melangkah dan bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa studi.



#### 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

7. Segenap dosen dan staf Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Guru, Siswa, Wali murid dan seluruh warga SMP IT Al-Fityah Pekanbaru yang telah bersedia memberikan informasi dan banyak membantu serta mendampingi penulis selama melakukan penelitian di sekolah.
10. Teristimewa, penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada cinta pertama dan panutan hidup penulis, Ayahanda **Misdar**, serta pintu surga penulis, Ibunda **Yuyuk Susanti**. Terima kasih atas setiap pengorbanan yang mungkin tak pernah terucap, atas cinta yang tulus tanpa syarat, serta atas doa-doa yang selalu mengalir dalam setiap sujud dan keheningan malam. Setiap tetes keringat, setiap langkah kerja keras, dan setiap lelah yang disembunyikan demi masa depan penulis menjadi bukti kasih yang tak ternilai. Ayah dan Ibu telah mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik dengan kesabaran, membimbing dengan keteladanan, serta memeluk penulis dengan kasih sayang yang tak pernah pudar. Dukungan, motivasi, dan doa yang selalu diberikan menjadi kekuatan tersirat untuk penulis selama ini.
11. Teruntuk adik kesayangan penulis yang tercinta Yuda Dwi Oktari, semoga setiap langkah yang ditempuh ke depan selalu dipenuhi semangat, keberanian, dan keyakinan untuk terus belajar dan berkembang. Jadikan setiap pengalaman,





#### 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.

baik suka maupun duka, sebagai pelajaran berharga untuk membentuk pribadi yang lebih kuat dan bijaksana. Penulis berharap Yuda mampu melampaui pencapaian penulis, meraih prestasi yang lebih tinggi, serta menjadi insan yang bermanfaat bagi keluarga, masyarakat, dan agama. Teruslah bermimpi setinggi langit, berusaha tanpa lelah, dan berdoa tanpa henti, karena masa depan yang gemilang menjadi kunci sukses diri.

12. Kepada teman seperjuangan WACANA: Reihan Yudha Permana, Sahrul Ramadan, Yasir Akram, Reza Ferdiansyah, Ayu lassandari, Afrila Dela Ofina, Devi Sari Ulandari, Eti Komariyah, Rini Syamia, Selvy Rosita Juliani, Wahudu Illataybi Minal Qauli dan teman-teman penulis yang penulis tidak bisa tuliskan satu persatu. Terima Kasih telah menemani, memberikan, dukungan, saran, canda gurau disaat penulis mengerjakan Skripsi ini.

13. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga kebaikan kalian semua dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.

14. Terakhir persembahkan ini kuhadiahkan pada saya sendiri yang telah berjalan tertatih sendiri namun tak pernah berhenti, yang sering lelah namun tetap memilih bertahan. Untuk setiap doa yang diam-diam menetes di sela malam, dan setiap air mata yang jatuh tanpa Saksi, terima kasih karena telah kuat menerima takdir dengan lapang dada. Jalan ini mungkin tak selalu terang, namun langkahmu adalah bukti bahwa alam semesta tak pernah salah

**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.

menuliskan garis kehidupan. Semoga lelah yang pernah singgah menjadi pupuk bagi tumbuhnya harapan, dan luka yang tertinggal menjelma cahaya penuntun menuju hari yang lebih baik. Teruslah melangkah, sebab dirimu pantas bersyukur, bangga, dan percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah bagian terindah dari rencana-Nya.

Sebagai penutup, perkenankan penulis menyampaikan ungkapan apresiasi dan harapan yang tulus agar karya yang telah disusun ini dapat memberikan manfaat yang nyata. Tidak hanya berguna bagi penulis sebagai sarana pembelajaran dan pengembangan wawasan, tetapi juga bagi para pembaca yang berkenan menelaah isi tulisan ini. Semoga pembahasan yang disajikan dapat menjadi sumbangsih sederhana dalam pengembangan ilmu pengetahuan, serta mampu memberikan dampak positif sesuai dengan bidang pembahasan yang dibahas. Besar harapan penulis agar karya ini dapat dijadikan sumber referensi, bahan pertimbangan, maupun inspirasi bagi penelitian dan kajian selanjutnya di masa mendatang. Aamiin.

*Wassalamualaikum, Warahmatullahi Wabarakatu.*

Pekanbaru, 02 Desember 2025

Penulis,

Anugerah Adisti

NIM. 12110323835



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur saya ucapkan atas izin, karunia dan ke-ridhoan Allah SWT karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

### Orangtua tercinta

#### Ayah Misdar dan Ibu Yuyuk Susanti

Kepada Ayah, sosok teladan yang selalu menjadi panutan dan sumber semangat dalam setiap langkah penulis, terima kasih atas doa yang tak pernah terputus serta perjuangan tanpa lelah yang Ayah curahkan demi masa depan penulis. Secara khusus kepada Ibu, yang dengan ketulusan hati selalu menyertai penulis melalui doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang tiada ternilai harganya. Segala pengorbanan, cinta, dan keikhlasan yang Ayah dan Ibu berikan menjadi kekuatan terbesar sekaligus sumber inspirasi bagi penulis hingga mampu menyelesaikan penelitian ini dengan penuh rasa syukur.

Terimalah karya sederhana ini sebagai tanda kesungguhanku dalam menuntaskan perjalananku di bangku perkuliahan. Meski tak akan pernah cukup untuk membalas segala pengorbanan dan cinta yang telah kalian berikan, biarlah karya kecil ini menjadi saksi bahwa aku telah berusaha sebaik yang aku mampu.

Anugerah Adisti

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**

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.

**MOTTO**

“Lakukan yang terbaik dan biarkan Tuhan melakukan sisanya.”

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kemampuannya”

{Q.S Al-Baqarah : 286}

*“Life isn’t about finding yourself, it’s about creating yourself.”*

{George Bernad}

UIN SUSKA RIAU



## ABSTRAK

### **Anugerah Adisti (2025) : Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong lembaga pendidikan untuk berinovasi, termasuk dalam bidang pemasaran pendidikan. Media digital memberikan kemudahan akses informasi serta memperluas jangkauan promosi sekolah kepada masyarakat. Dalam konteks pendidikan, pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah peserta didik, tetapi juga merupakan bentuk tanggung jawab lembaga dalam menyampaikan mutu layanan pendidikan kepada masyarakat. SMP IT Al-Fityah Pekanbaru telah memanfaatkan media digital seperti Facebook, Instagram, dan website resmi sebagai sarana promosi, namun pelaksanaannya belum berjalan secara optimal akibat keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya inovasi konten, serta belum terintegrasinya strategi promosi digital secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Subjek penelitian adalah kepala sekolah, dengan informan tambahan meliputi wakil kepala sekolah bidang humas, wakil kepala sekolah bidang kurikulum, operator sekolah, dan guru. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diperkuat dengan teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah meliputi tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan pihak yayasan dan sekolah, serta berfokus pada penentuan sasaran audiens dan pemilihan platform yang sesuai. Pelaksanaan promosi digital telah berjalan, namun belum optimal karena keterbatasan waktu, sumber daya manusia, dan anggaran, sehingga promosi dari mulut ke mulut masih menjadi saluran utama penerimaan peserta didik baru. Evaluasi dilakukan secara partisipatif dengan menekankan kesesuaian konten terhadap nilai-nilai Islam dan kualitas pesan visual. Faktor-faktor pendukung implementasi pemasaran digital di SMP Al-Fityah Pekanbaru meliputi kesiapan SDM, dukungan teknis dari yayasan, ketersediaan fasilitas teknologi, keterlibatan para pemangku kepentingan, serta kepemimpinan kepala sekolah. Adapun faktor penghambat utama adalah belum adanya tim khusus digital marketing, minimnya sarana prasarana, dan rendahnya variasi konten. Meskipun demikian, komitmen warga sekolah menjadi faktor pendukung utama dalam keberlanjutan pemasaran digital.

**Kata kunci:** manajemen pemasaran, pemasaran digital, promosi pendidikan



## ABSTRACT

### **Anugerah Adisti (2025): *The Implementation of Digital-Based Marketing Management at Islamic Integrated Junior High School of Al-Fityah Pekanbaru***

*The development of digital technology has encouraged educational institutions to innovate, including in the field of educational marketing. Digital media provides easy access to information and expands the reach of school promotions to the public. In the educational context, marketing is not only oriented toward increasing the number of students but also represents the institution responsibility in delivering quality educational services to the public. Islamic Integrated Junior High School of Al-Fityah Pekanbaru has utilized digital media such as Facebook, Instagram, and the official website as promotional tools. However, its implementation has not been optimal due to limited human resources, the lack of content innovation, and the lack of fully integrated digital promotion strategies. This research aimed at describing the implementation of digital-based marketing management at Islamic Integrated Junior High School of Al-Fityah Pekanbaru, and identifying supporting and obstructing factors. Qualitative approach was used in this research with descriptive design. The research subject was the headmaster, and the additional informants were the vice headmaster of public relations affairs, the vice headmaster of curriculum affairs, school operators, and teachers. The techniques of collecting data were semi-structured interview, direct observation, and documentation. Data analysis was Miles and Huberman model, which included data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing. The data were further strengthened with triangulation of source, technique, and time. The research findings indicated that the implementation of digital-based marketing management at Islamic Integrated Junior High School of Al-Fityah encompassed three stages: planning, implementation, and evaluation. Planning was carried out collaboratively by involving the foundation and the school, and focused on determining the target audience and selecting appropriate platforms. The implementation of digital promotion had been ongoing, but had not been optimal due to limited time, human resource, and budget. Therefore, word-of-mouth remained the primary channel for recruiting new students. The evaluation was conducted in a participatory manner by emphasizing the content suitability to Islamic values and the quality of the visual message. Supporting factors for the implementation of digital marketing at Al-Fityah Middle School, Pekanbaru include human resource readiness, technical support from the foundation, availability of technological facilities, stakeholder involvement, and the leadership of the principal. The main obstructing factors were the lack of a dedicated digital marketing team, limited facilities and infrastructure, and low content variety. Nevertheless, the commitment of the school community was the key supporting factor in the sustainability of digital marketing.*

**Keywords:** *Marketing Management, Digital Marketing, Educational Promotion*

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.





## ملخص

أنوغراه أديستي، (٢٠٢٥): تطبيق إدارة التسويق القائم على الرقمنة في مدرسة الفتية المتوسطة الإسلامية المتكاملة بمدينة بكنبارو

لقد أسهم تطور التكنولوجيا الرقمية في دفع المؤسسات التعليمية إلى الابتكار، بما في ذلك في مجال التسويق التعليمي. وتوفر الوسائل الرقمية سهولة الوصول إلى المعلومات، كما توسع نطاق الترويج للمدارس إلى المجتمع. وفي سياق التعليم، لا يقتصر التسويق على زيادة عدد المتعلمين فحسب، بل يعد أيضا شكلا من أشكال مسؤولية المؤسسة في إيصال جودة الخدمات التعليمية إلى المجتمع. وقد استفادت مدرسة الفتية المتوسطة الإسلامية المتكاملة بمدينة بكنبارو من الوسائل الرقمية مثل فيسبوك وإنستغرام والموقع الرسمي كوسائل للترويج، غير أن تنفيذها لم يجر على نحو أمثل بسبب محدودية الموارد البشرية، وضعف ابتكار المحتوى، وعدم تكامل إستراتيجيات الترويج الرقمي بشكل كامل. يهدف هذا البحث إلى وصف تطبيق إدارة التسويق القائم على الرقمنة في مدرسة الفتية المتوسطة الإسلامية المتكاملة بمدينة بكنبارو، وكذلك تأكيد العوامل الداعمة والمعيقة له. استخدم البحث المنهج الكيفي بالتصميم الوصفي. وكان موضوع البحث رئيس المدرسة، مع عدد من المخبزين الإضافيين وهم نائب رئيس المدرسة لشؤون العلاقات العامة، ونائب رئيس المدرسة لشؤون المناهج، ومشغل المدرسة، والمعلمون. وتم جمع البيانات من خلال المقابلات شبه المنظمة، والملاحظة المباشرة، والتوثيق. أما تحليل البيانات فتم باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان الذي يشمل مراحل جمع البيانات، وتقليل البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج، مع تدعيمه بتقنية التثليث من حيث المصادر والأساليب والزمن. وأظهرت نتائج البحث أن تطبيق إدارة التسويق القائم على الرقمنة في مدرسة الفتية شمل ثلاث مراحل، وهي التخطيط والتنفيذ والتقييم. حيث تم التخطيط بشكل تعاوني بمشاركة إدارة الوقف والمدرسة، مع التركيز على تحديد الجمهور المستهدف واختيار المنصات المناسبة. وقد تم تنفيذ الترويج الرقمي، لكنه لم يكن أمثلًا بسبب محدودية الوقت والموارد البشرية والميزانية، مما جعل الترويج الشفهي لا يزال القناة الرئيسية في استقطاب المتعلمين الجدد. أما التقييم فقد تم بشكل تشاركي مع التركيز على ملاءمة المحتوى للقيم الإسلامية وجودة الرسائل البصرية. تشمل العوامل الداعمة لتنفيذ التسويق الرقمي في مدرسة الفتية المتوسطة في بكنبارو جاهزية الموارد البشرية، والدعم الفني من المؤسسة، وتوافر المرافق التكنولوجية، ومشاركة أصحاب المصلحة. وقيادة المدير. وتتمثل العوامل المعيقة الرئيسية في عدم وجود فريق متخصص في التسويق الرقمي، وضعف البنية التحتية، وقلة تنوع المحتوى. ومع ذلك، يعد التزام أسرة المدرسة العامل الداعم الرئيس لاستدامة التسويق الرقمي.

الكلمات الأساسية: إدارة التسويق، التسويق الرقمي، الترويج التعليمي

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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 mass
- 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 masa
  - 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

<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	6
C. Penegasan Istilah.....	7
D. Masalah Penelitian.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II</b>	
<b>KAJIAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Teori .....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Pemasaran Digital.....	17
3. Manajemen Pemasaran Berbasis Digital .....	20
4. Implementasi Manajemen Pemasaran .....	22
B. Proposisi.....	26
C. Penelitian yang Relevan.....	27
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>



**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.

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

A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Subjek dan Objek.....	31
D. Informan Penelitian .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	33
G. Triangulasi Data .....	35

**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN .....37**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	37
1. Sejarah SMP IT Al-Fityah Pekanbaru.....	37
2. Visi Misi SMP IT Al-Fityah.....	38
3. Profil SMP IT AL-Fityah .....	39
4. Data Pendidik dan Kependidikan .....	40
B. Penyajian Data .....	41
1. Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di Smp It Al-Fityah Pekanbaru.....	42
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru .....	56
C. Pembahasan.....	64
1. Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital di SMP IT Al-Fityah. ....	64
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru .....	74

**BAB V**

**PENUTUP .....83**

A. Kesimpulan .....	83
B. Saran.....	85

**DAFTAR PUSTAKA .....86**

**LAMPIRAN**

**BIOGRAFI PENULIS**





**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

**DAFTAR TABEL**

Tabel I. Tenaga Pendidik dan Kependidikan.....	40
Tabel II. Informan Penelitian.....	41



UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR LAMPIRAN

### 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 1 Pedoman Observasi
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara Kepala Sekolah
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara Wakil kepala bidang Humas
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara Guru
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara Wali Murid
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Murid
- Lampiran 7 Hasil Olah Data Kepala Sekolah
- Lampiran 8 Hasil Olah Data Wakil Kepala Bidang Humas
- Lampiran 9 Hasil Olah Data Guru
- Lampiran 10 Hasil Olah Data Wali Murid
- Lampiran 11 Hasil Olah Data Murid
- Lampiran 12 Lembar Disposisi
- Lampiran 13 Surat Pembimbing Skripsi
- Lampiran 14 Surat Perpanjangan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 15 Surat Prariset
- Lampiran 16 Balasan Surat Pra riset
- Lampiran 17 Cover Acc Proposal
- Lampiran 18 Lembar Pengesahan Ujian Proposal
- Lampiran 19 Surat Riset
- Lampiran 20 Balasan Surat Riset
- Lampiran 21 Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 22 Cover ACC Munasabah
- Lampiran 23 Dokumentasi



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 I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi semakin berkembang menjadikan lembaga pendidikan gencar melakukan inovasi terutama dalam hal pemasaran pendidikan. Teknologi yang berkembang dan maju membuat pemasaran pada lembaga pendidikan lebih diuntungkan dengan berbagai macam media yang ada. Jangkauan pemasaran pendidikan yang awalnya sempit menjadi lebih luas karena adanya media digital. Media digital yang mengklaim bisa diakses kapanpun dan dimanapun menjadikan nilai tambah bagi pemasaran pendidikan dalam memasarkan produk.<sup>1</sup>

Peningkatan mutu pendidikan membutuhkan metode dan teknik yang strategis. Salah satunya adalah memanfaatkan teknologi informasi digital. Penggunaan teknologi tersebut dapat memudahkan pendidikan diakses oleh masyarakat, memberikan evaluasi dan *feedback*, oleh karena itu antara sekolah dengan masyarakat mempunyai hubungan yang bisa menjadi pengaruh pada persepsi masyarakat mengenai aktifitas dan mutu pendidikan di sekolah. Hal tersebut dapat menjadi penggerak untuk pendidikan di sekolah, supaya bisa maju

<sup>1</sup> Sugeng Lubar Prastowo Sugeng and Bagus Manunggal, Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13.1 (2022), h.46.





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

memberikan informasi yang baik kepada masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan mutu dan kuantitas pendidikan. Penggunaan digital marketing menjadikan lembaga pendidikan lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas yang menghadirkan dan menawarkan lulusan bermutu, unggul dan berprestasi.

Pada konteks pendidikan, manajemen pemasaran bukan sekadar aktivitas bisnis untuk menarik siswa, melainkan merupakan bentuk tanggung jawab madrasah kepada masyarakat mengenai layanan pendidikan yang telah, sedang, dan akan diberikan. Dengan kata lain, tujuan dari manajemen pemasaran jasa pendidikan adalah untuk fokus pada kepuasan peserta didik, yaitu dengan mewujudkan harapan-harapan mereka.<sup>2</sup>

Pemasaran dapat dipahami sebagai suatu proses yang harus dijalankan oleh institusi pendidikan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan layanan pendidikan. Fokus utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan ini sangat penting bagi setiap lembaga pendidikan untuk dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bertujuan untuk menghubungkan sektor produksi dengan sektor konsumsi. Di sektor produksi, produsen berusaha agar produk dan layanan yang dihasilkannya dapat sampai sepenuhnya kepada konsumen. Selain itu, pemasaran juga dapat dilihat sebagai proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan, dan

<sup>2</sup> Bela Safitri, Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat Terhadap Sekolah Alam Pangandaran, *Ekodestinas*, 1.1 (2023), h.2.



#### 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.

menukar produk dan layanan bernilai dengan pihak lain. Tujuan pemasaran adalah untuk menyadarkan konsumen pendidikan (masyarakat) tentang produk yang dimiliki atau ditawarkan oleh penyedia layanan, dalam hal ini lembaga pendidikan, serta meyakinkan mereka mengapa mereka harus memilih produk layanan yang ditawarkan. Inti dari pemasaran adalah, mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia serta sosial. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumen pendidikan dengan cara yang menguntungkan.<sup>3</sup>

Bentuk pemasaran pendidikan salah satunya adalah promosi. Promosi berfungsi sebagai jembatan penghubung antara sekolah sebagai penyedia produk dan para pemangku kepentingan sebagai pengguna produk dengan menawarkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pemasaran pendidikan menerapkan berbagai strategi promosi, mulai dari yang bersifat fisik, seperti pembagian brosur, pemasangan spanduk di jalan atau tempat-tempat iklan lainnya, hingga cara-cara lainnya. Kemajuan teknologi yang pesat dapat dimanfaatkan oleh sekolah sebagai sarana promosi non-fisik melalui media digital. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk menarik perhatian calon siswa dan siswi.

Objek yang dipromosikan melalui media digital meliputi berbagai kegiatan siswa, guru, dan pegawai, informasi penerimaan peserta didik baru, pencapaian prestasi siswa, dan masih banyak lagi. Di platform digital seperti Instagram dan Facebook, objek yang dipasarkan dirancang dengan berbagai macam desain yang

<sup>3</sup> Almayza Fahyutyara Berlianada, dkk., Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing di MA Ma,arif Al-Mukarrom Kauman Ponorogo, *Edumanagerial*, Vol. 1, No. 1, h.251.



#### 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.

menarik, tidak hanya berupa informasi teks saja. Fitur-fitur seperti Instagram Story dan Reels dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dalam format video. Sementara itu, di media digital seperti website, cakupannya lebih luas lagi, dengan informasi yang lebih banyak dibandingkan platform lainnya. Kegiatan siswa, guru, dan pegawai biasanya disampaikan dalam bentuk artikel singkat di website tersebut.

Website umumnya juga menyajikan informasi terkait dengan lembaga pendidikan tersebut. Selain itu, website berfungsi sebagai sarana *e-learning* milik lembaga, menyediakan formulir pendaftaran peserta didik baru hingga *e-rapor*. Sumber daya manusia, yang sering disebut sebagai *content creator* dalam hal pemasaran digital, perlu memahami cara menarik perhatian stakeholder melalui postingan yang efektif. Keterampilan dalam *editing* dan *copywriting* sangat penting untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten untuk menjalankan promosi melalui media digital, sehingga pemasaran dapat berjalan dengan optimal.

SMP IT Al-Fityah menggunakan promosi digital untuk meningkatkan kualitas sekolah dan menarik perhatian audiens, khususnya calon siswa dan orang tua, melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan website resmi. Media digital menjadi sarana penting untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan, prestasi siswa, dan berbagai informasi lainnya secara menarik dan mudah diakses.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PPL) di SMP IT Al-Fityah pada bulan September-Desember 2024 ditemukan sejumlah tantangan yang menghambat efektivitas





promosi digital tersebut. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran digital. Sekolah belum memiliki tenaga profesional yang mampu mengelola konten secara maksimal sesuai dengan karakteristik masing-masing platform digital. Akibatnya, strategi promosi yang dijalankan belum memberikan hasil yang optimal dalam menjangkau audiens sasaran.

Selain itu, berdasarkan hasil observasi langsung, ditemukan pula bahwa lulusan yang terlibat dalam pengelolaan promosi digital belum dibekali dengan keterampilan yang memadai di bidang ini. Hal ini menyebabkan kurangnya inovasi dan kesesuaian dalam strategi promosi yang diterapkan, terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi digital yang sangat cepat dan dinamis.

Keterbatasan pada sisi konten juga menjadi faktor lain yang memperlemah daya tarik promosi digital. Konten yang diunggah cenderung monoton dan kurang bervariasi dari minggu ke minggu. Hal ini mengurangi daya tarik visual dan informatif bagi *audiens*, khususnya calon siswa dan orang tua yang lebih tertarik pada konten yang kreatif dan interaktif.

Dalam praktiknya, meskipun sekolah telah memiliki website resmi sebagai pusat informasi, promosi digital belum diintegrasikan secara optimal dengan strategi promosi konvensional. Informasi digital masih bergantung pada media cetak seperti spanduk dan brosur yang mencantumkan barcode untuk akses informasi, misalnya spanduk penerimaan siswa baru. Cara ini dinilai kurang efektif karena menyulitkan sebagian masyarakat dalam memperoleh informasi secara langsung dan cepat.

#### 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.



Ketergantungan terhadap media cetak menunjukkan bahwa distribusi informasi digital masih perlu ditingkatkan, baik dari segi strategi maupun pelaksanaannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai cara-cara yang efektif dalam menyelesaikan masalah tersebut, serta strategi manajemen pemasaran digital yang tepat guna diimplementasikan di SMP IT Al-Fityah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi yang dapat meningkatkan kualitas pemasaran digital dan menciptakan strategi yang lebih efektif dalam menarik perhatian calon siswa dan orang tua.

Maka dengan permasalahan tersebut, peneliti merasa perlu diadakan penelitian tentang cara menyelesaikan permasalahan yang ada serta strategi dalam manajemen pemasaran digital di SMP IT Al-Fityah.

Dengan adanya permasalahan ini, penulis menarik judul penelitian yaitu “Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital di Smp It Al-Fityah Pekanbaru”

### **Alasan Memilih Judul**

Adapun yang mendasari penulis memilih judul ini adalah:

1. Permasalahan yang diambil menarik untuk diteliti dikarenakan penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru.
2. Secara akademik, permasalahan pada judul ini sesuai dengan bidang dan ilmu pada jurusan Manajemen Pendidikan 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.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

3. Masih banyak yang belum meneliti tentang judul yang peneliti ambil dan judul tersebut menarik diteliti karena manajemen pemasaran digital pada suatu pendidikan sangat dibutuhkan di masa yang akan datang demi mewujudkan pendidikan yang berkualitas.
4. Dengan meneliti judul ini penulis merasa mampu untuk melakukan penelitian karena lewat pertimbangannya waktu, pengambilan data dan dan aspek lainnya

### C. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan pada penelitian ini diperlukan penegasan dari beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan.

#### 1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terdiri dari dua istilah, yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong, pemasaran mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pembeli sasaran guna mencapai tujuan perusahaan. Sementara itu, manajemen adalah proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Dengan demikian, Manajemen Pemasaran dapat diartikan sebagai proses analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang bertujuan menciptakan,

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.





mengembangkan, dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi..<sup>4</sup>

## 2. Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan konsep yang mencakup penggunaan berbagai platform dan kanal digital untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan. Menurut Kotler et al. pemasaran digital adalah penggunaan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk berkomunikasi dengan konsumen potensial atau pelanggan. Dalam pengertian ini, pemasaran digital tidak hanya melibatkan upaya promosi, tetapi juga melibatkan interaksi aktif dengan audiens target melalui berbagai platform online.<sup>5</sup>

### D. Masalah Penelitian

#### 1. Identifikasi Masalah

Dari uraian yang dipaparkan pada latar belakang di atas, sehingga dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

- Kurangnya tenaga profesional dalam pemasaran digital di SMP IT Al-Fityah.
- Lulusan yang tidak sesuai pada bidang pemasaran digital di SMP IT Al-Fityah.

<sup>4</sup> Farida Yulianti, Lamsah, and Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: DeePublish, 2016), h.2.

<sup>5</sup> Erwin, dkk, *Pemasaran Digital (Teori Dan Implementasi)* (Yogyakarta, PT. Green Pustaka Indonesia, 2024), h.5.



#### 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.

- c. Keterbatasan konten pemasaran yang menarik seperti konten dengan tema yang sama setiap minggunya sehingga tidak menarik audiens untuk menonton nya.
- d. Implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di sekolah ini yang masih kurang optimal.

#### 2. Batasan Masalah

Penulis menemukan beberapa maslaah pada penelitian ini berdasarkan identifikasi masalah di atas. Maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas dalam kegiatan penelitian ini adalah “Implementasi Manajemen Pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru”

#### 3. Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru?
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru?

### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

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



#### 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. Untuk mengetahui implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT al-fityah Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru.

#### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan, pemikiran, informasi dan ilmu pengetahuan bagi yang membutuhkan .
- 2) Penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

##### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi:

##### 1) Bagi peneliti

Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan pada program studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

##### 2) Bagi sekolah

Hasil penelitian bisa dijadikan bahan masukan bagi sekolah, terutama bagian pemasaran SMP IT Al-Fityah.





#### 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.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Manajemen Pemasaran

###### a. Pengertian Manajemen Pemasaran

Pada dasarnya manajemen itu terdiri atas perencanaan dan pelaksanaan rencana-rencana. Pada saat membuat suatu perencanaan, dibutuhkan kemampuan dalam membuat strategi dan rencana. Untuk rencana jangka panjang maka dibutuhkan waktu yang lebih banyak. Sedangkan untuk pelaksanaan rencana tersebut, dia harus mendelgasikan keputusan-keputusan yang rutin dilakukan kepada para bawahan.

Secara umum, manajemen memiliki tiga tugas utama, yaitu:

- 1) Mempersiapkan rencana atau strategi umum.
- 2) Melaksanakan rencana tersebut.
- 3) Mengadakan evaluasi, menganalisis dan mengawasi rencana tersebut dalam pelaksanaannya.

Sehingga yang dimaksud dengan manajemen pemasaran menurut Philip Kotler adalah: penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan



#### 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.

pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>6</sup>

Menurut Kotler dan Keller, *marketing management as the art and science of choosing target market and getting, keeping, and growing customer through creating, delivering, and communicating 5 superior customer value*. Pemasaran merupakan sebuah keterampilan seni, karena yang menjadi objeknya adalah manusia, yang setiap individu memiliki karakteristik dan keinginan yang unik. Oleh karena itu, dibutuhkan keahlian dalam berkomunikasi, pendekatan yang tepat, serta strategi rayuan yang bervariasi untuk memikat hati setiap orang.<sup>7</sup> Inilah yang banyak ditawarkan pemasar saat ini mengikuti perubahan dan perkembangan perilaku konsumen.

Jadi manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang bertujuan untuk menciptakan, membangun, serta mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran guna mencapai tujuan-tujuan organisasi.

<sup>6</sup> Rifqi Suprpto and M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), h.2.

<sup>7</sup> Nandang Lesmana and dkk, *Manajemen Pemasaran* (Depok: Strategi Cita Semesta, 2022), h. 45.

**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.

**b. Sistem Manajemen Pemasaran**

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Dalam pemasaran kelompok item yang saling berhubungan dan saling berkaitan itu mencakup :

- 1) Gabungan organisasi yang melaksanakan kerja pemasaran.
- 2) Produk, jasa, gagasan atau manusia yang dipasarkan.
- 3) Target pasar.
- 4) Perantara (pengecer, grosir, agen transportasi, lembaga keuangan).
- 5) Kendala lingkungan (*environmental constraints*).<sup>8</sup>

Sistem pemasaran yang paling dasar terdiri dari dua komponen yang saling terhubung, yaitu organisasi pemasaran dan pasar sasaran. Komponen-komponen dalam sistem pemasaran ini mirip dengan elemen-elemen pada sistem radio stereo. Masing-masing beroperasi secara terpisah, namun saat dipadukan dengan tepat, mereka dapat bekerja secara optimal.

<sup>8</sup> Farida Yulianti, Lamsah dan Periyadi, *Op.Cit*, h.6.





#### 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.

### c. Marketing Mix

Seiring dengan semakin kompleksnya tuntutan dunia pemasaran, muncul konsep holistic marketing yang dianggap lebih relevan dengan kondisi saat ini. Selain itu, konsep 4Ps juga muncul dan dianggap lebih sejalan dengan prinsip holistic marketing tersebut. Komponen 4Ps terdiri atas:

#### 1) *People*

People menggambarkan individu yang berada di dalam perusahaan (karyawan) maupun di luar perusahaan (pelanggan). Perusahaan diharapkan untuk mengubah cara pandangnya terhadap pelanggan, dengan melihat pelanggan secara menyeluruh sebagai individu, bukan sekadar sebagai pembeli atau konsumen produk dan jasa perusahaan.

#### 2) *Processes*

Proses ini mencerminkan penerapan kreativitas, disiplin, dan inovasi dalam dunia pemasaran. Seorang pemasar perlu memiliki kreativitas untuk menarik pelanggan serta membangun hubungan yang langgeng dengan mereka. Selain itu, pemasar juga dituntut untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang selalu berubah.

#### 3) *Programs*

Program ini menggambarkan seluruh rangkaian aktivitas yang disusun oleh perusahaan untuk bertemu dan menarik perhatian konsumennya. Program tersebut dirancang untuk mencapai konsumen melalui



#### 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.

berbagai saluran, baik yang aktif secara online maupun offline. Perusahaan dapat menjangkaunya dengan program yang terintegrasi.

#### 4) *Performance*

Kinerja dapat diartikan sebagai pemasaran yang bersifat holistik, yang mampu mencakup berbagai hasil dari aktivitas pemasaran, baik yang berkaitan dengan aspek finansial maupun nonfinansial (seperti profitabilitas, ekuitas merek, dan ekuitas pelanggan), serta dampaknya terhadap lingkungan eksternal perusahaan (termasuk tanggung jawab sosial, hukum, etika, dan masyarakat yang terlibat).<sup>9</sup>

#### d. Fungsi Manajemen Pemasaran

Pada fungsi manajemen pemasaran melibatkan kegiatan analisis, yang dilakukan untuk memahami pasar dan lingkungan pemasarannya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peluang yang ada untuk menguasai pasar serta ancaman apa saja yang perlu dihadapi. Penjelasan fungsi pemasaran yang merupakan kegiatan terpadu dan saling mendukung, antara lain:<sup>10</sup>

##### 1) Perencanaan pemasaran

Penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan. Sebagai syarat minimal perencanaan harus berisi bagian-

<sup>9</sup> Nandang Lesmana, dkk, *Op.Cit*, h.14-15

<sup>10</sup> Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), h. 2-6.

**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.

bagian yaitu ringkasan bagi eksekutif, situasi pemasaran saat ini, analisis ancaman dan peluang, sasaran dan isi, strategi pemasaran, program tindakan, anggaran dan pengendalian.

## 2) Implementasi pemasaran

Implementasi pemasaran merupakan suatu proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan. Kegiatan ini memerlukan suatu program tindakan yang melibatkan seluruh pihak atau semua aktivitas, serta struktur organisasi formal yang memiliki peran penting dalam melaksanakan strategi pemasaran. Implementasi yang sukses tergantung dari beberapa kegiatan kunci yaitu:

- a) Pengorganisasian kegiatan pemasaran
- b) Pengarahan kegiatan pemasaran
- c) Pengkoordinasian kegiatan pemasaran

## 3) Pengendalian/evaluasi kegiatan pemasaran

Evaluasi kegiatan pemasaran yaitu usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana, meliputi:

- a) Penentuan standard
- b) Supervisi kegiatan atau pemeriksaan
- c) Perbandingan hasil dengan standard
- d) Kegiatan mengkoreksi standard





## 2. Pemasaran Digital

### a. Pengertian Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

Pemasaran Digital merujuk pada metode pemasaran produk atau layanan yang terarah, terukur, dan interaktif dengan memanfaatkan teknologi digital. Tujuan utama dari pemasaran digital adalah untuk memperkenalkan merek, membangun preferensi, dan meningkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Sebutan lain untuk pemasaran digital adalah pemasaran online atau pemasaran internet. Secara umum, pemasaran digital serupa dengan pemasaran tradisional, namun perbedaannya terletak pada alat atau perangkat yang digunakan.

Pemasaran digital merupakan konsep yang mencakup penggunaan berbagai platform dan kanal digital untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan. Menurut Kotler et al Pemasaran digital adalah penggunaan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk berkomunikasi dengan konsumen potensial atau pelanggan. Dalam pengertian ini, pemasaran digital tidak hanya melibatkan upaya promosi, tetapi juga melibatkan interaksi aktif dengan audiens target melalui berbagai platform online.<sup>11</sup>

Pemasaran digital, atau yang sering disebut digital marketing, merujuk pada segala aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan perangkat yang terhubung ke internet, menggunakan

<sup>11</sup> (Erwin et al., 2024) *Loc.Cit.*



#### 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.

berbagai strategi dan media digital, dengan tujuan untuk berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi online.<sup>12</sup>

#### b. Konsep *Digital Marketing*

Perkembangan pesat dunia digital yang terjadi secara global mendorong aktivitas periklanan untuk tidak hanya berlangsung secara langsung, tetapi juga memberikan dampak besar terhadap masyarakat, baik dalam hal pemasaran maupun penjualan. Hal ini dapat tercapai melalui pemasaran digital.

Konsep pemasaran digital mencakup lima aspek utama. Pertama, adalah ide pemasaran digital yang menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memilih produk yang terjangkau. Kedua, ide tentang produk yang lebih diutamakan karena kualitasnya, fitur yang menarik, performa yang baik, dan manfaat yang dapat diberikan kepada konsumen. Ketiga, ide penjualan mengenai preferensi konsumen, dimana konsumen seringkali memilih produk yang inovatif dan belum ada sebelumnya. Masyarakat lebih tertarik untuk mencoba hal-hal baru. Keempat, perusahaan perlu memahami filosofi pemasaran, yaitu tanggung jawab terhadap semua kegiatan pemasaran yang berkelanjutan dan berfokus pada kepuasan pelanggan. Kelima, konsep pemasaran yang berbasis pada kepedulian sosial, dimana

<sup>12</sup> Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019), h.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.

perusahaan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan dan memperlakukan konsumen sebagai pihak yang utama.<sup>13</sup>

**c. Jenis Pemasaran Digital**

Berbagai jenis pemasaran digital sering diterapkan oleh banyak perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka. Pemasaran digital ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, sebagaimana dijelaskan berikut: <sup>14</sup>

- 1) Website. Desain website mencerminkan tingkat profesionalisme suatu perusahaan. Website berfungsi sebagai representasi profesional perusahaan, karena dapat membantu konsumen dan publik memahami jenis usaha yang dijalankan. Selain itu, website juga menjadi sarana promosi yang efisien dan mudah diakses oleh masyarakat.
- 2) *Search Engine Marketing*. Terbagi menjadi *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM). Merupakan media untuk membuat website perusahaan mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari
- 3) *Search Engine Optimization* (SEO). Upaya perusahaan dalam melakukan *Search Engine Marketing* sendiri yang memakan waktu relative lama dan murah.

<sup>13</sup> Ivonne Ayesha, dkk, *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, (Padang: PT. Global Esekutif Teknologi, 2022), h.14.

<sup>14</sup> Erislan, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital* (Makassar: Mitra Ilmu, 2024), h. 28-29.



**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.

- 4) *Search Engine Marketing* (SEM). Upaya agar website mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari dengan cara kolaborasi dengan pihak lain, berbayar namun lebih cepat.
- 5) *Social Media Marketing*. Perusahaan menyebarkan informasi menggunakan platform media sosial seperti facebook, twitter, dan lainnya dengan biaya minim hingga gratis sebagai upaya meningkatkan brand perusahaan.
- 6) *Online Advertising*. Teknik promosi melalui internet yang berbayar. Upaya menyebarkan informasi dan menjangkau konsumen lebih cepat dan memuaskan, dengan biaya yang lebih mahal disbanding media sebelumnya.
- 7) *Email Marketing*. Perusahaan menyebarkan informasi terbaru kepada masyarakat terkait promosi produk barang dan jasa, penurunan harga, penambahan fasilitas, dan informasi-informasi lainnya dengan mengirimkan email atau surel kepada konsumen secara langsung.
- 8) *Video Marketing*. Upaya perusahaan memperkenalkan brand, menjalin hubungan, meningkatkan penjualan, dengan menghadirkan video testimoni para pengguna produk perusahaan. Mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari.

### 3. Manajemen Pemasaran Berbasis Digital

Manajemen pemasaran digital merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai aktivitas pemasaran



### 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 platform digital. Dalam era digital seperti sekarang, pemasaran digital memegang peranan penting karena semakin banyak konsumen yang aktif menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan berbelanja serta mencari informasi mengenai produk yang mereka perlukan.

Pada pemasaran ada beberapa yang perlu diperhatikan yaitu :

a. Sistem komunikasi pemasaran.

Maksudnya ialah sistem ini merupakan sebuah proses komunikasi antara produsen dan pelanggan. Dalam sistem tersebut, produsen perlu terus mendengarkan, merespons, berbicara, dan melakukan negosiasi guna membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

b. Promosi.

Promosi merupakan aktivitas untuk mengenalkan produk kepada pelanggan, baik itu berupa ide, antara kedua belah pihak. Kegiatan promosi ini hanya boleh dilakukan oleh produsen atau penjual..

c. Promotional mix.

Maksudnya yaitu Sebuah kesatuan yang efektif melalui iklan, promosi pribadi, dan berbagai alat promosi lainnya yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan. Perusahaan atau organisasi harus memiliki daya tarik serta keunggulan produk yang akan dipromosikan kepada pelanggan.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> .Rizka Maturidi, Doni Nugraha, and Amarullah Malik, Strategi Pemasaran Pendidikan Dengan Menggunakan Media Digital Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik, *TADBIR: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4.01 (2024), h.189.



#### 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.

Penggunaan media dalam pemasaran jasa Pendidikan dapat melalui berbagai

cara antara lain:

- a. Media cetak yang meliputi majalah, brosur, surat kabar, dan lain-lain, adalah media informasi tertulis yang tertata secara statis yang bertujuan memberitahukan informasi berupa informasi ringkas.
- b. Media elektronik, media elektronik yang tersebar luas dan ekspansif memudahkan bisnis untuk mencapai pemasaran yang lebih besar. Internet, radio, televisi, dan media elektronik lainnya.
- c. Media luar ruang mencakup spanduk, baliho, poster, dan berbagai jenis signage lainnya yang dipasang di area publik, dekat dengan keramaian, serta di lokasi-lokasi strategis lainnya. Isi iklan harus singkat, menarik, dan disampaikan secara berulang. Tujuan dari hal ini adalah untuk menarik perhatian atau membujuk pelanggan agar melakukan pembelian.<sup>16</sup>

#### 4. Implementasi Manajemen Pemasaran

Dalam implementasinya, manajemen pemasaran digital bertujuan untuk mencapai hasil maksimal dalam memasarkan produk atau layanan, meningkatkan brand awareness, serta mendorong penjualan dengan memanfaatkan platform digital seperti situs web, media sosial, dan aplikasi seluler. Oleh karena itu, manajemen pemasaran digital mencakup berbagai aspek penting yang menjadi dasar utama dari pemasaran digital, diantaranya:<sup>17</sup>

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> (Erislan, 2024) *Op.Cit*, h.31-38.

**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. Riset Pasar

Riset pasar merupakan kegiatan untuk mengumpulkan dan menganalisis data mengenai pasar, konsumen, dan pesaing guna membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam merancang produk dan merumuskan strategi pemasaran, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

- b. Perencanaan Strategi

Dalam konteks pemasaran, pada tahap perencanaan strategi melibatkan pengembangan rencana tindakan yang berkaitan dengan pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

- c. Pelaksanaan Kampanye Pemasaran Kampanye pemasaran merupakan tahapan penting dalam proses pemasaran. Pasalnya ini bertujuan untuk mengimplementasikan segala rencana pemasaran yang telah dibuat dan dikembangkan dalam sebuah kampanye yang dapat menjangkau dan mempengaruhi target pasar yang dituju. Kampanye pemasaran mencakup berbagai media dan saluran pemasaran, seperti iklan televisi, radio, iklan cetak, email, media sosial, online, dan lain-lain.

- d. Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang terdiri atas proses pengumpulan, pembersihan, pengorganisasian, transformasi, dan interpretasi data dalam rangka mendapatkan informasi yang bermanfaat untuk membantu



**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.

pengambilan keputusan. Analisis data dalam konteks pemasaran digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku pelanggan, mengukur efektivitas kampanye pemasaran, identifikasi tren pasar, hingga melakukan penilaian kinerja bisnis pada umumnya.

e. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data

Pengambilan keputusan berbasis data adalah proses membuat keputusan yang mengandalkan data dan analisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi saat ini. Dengan pendekatan ini, pengambil keputusan dapat membuat pilihan yang lebih tepat dan efisien karena keputusan didasarkan pada data nyata, bukan pada perkiraan atau asumsi yang keliru.

Rencana pemasaran sangat berkaitan dengan strategi yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam periode waktu tertentu. Rencana ini umumnya menggambarkan berbagai aktivitas pemasaran yang melibatkan penerapan berbagai strategi perusahaan guna meraih tujuan pemasarannya, yang disusun dalam bentuk kegiatan pemasaran bulanan, triwulanan, atau tahunan.

Pelaksanaan pemasaran adalah proses untuk mewujudkan rencana pemasaran menjadi kenyataan. Untuk itu, dibutuhkan rencana implementasi pemasaran. Implementasi pemasaran adalah proses penerapan strategi pemasaran, yang kadang-kadang tidak berjalan sesuai harapan. Strategi pemasaran yang diterapkan sering kali mengalami penyimpangan 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.

masalah dalam pelaksanaannya. Pemasaran hubungan mengacu pada kemampuan dan kesiapan untuk mengubah perilaku individu terkait dengan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Mengidentifikasi, memantau, dan berinteraksi dengan setiap pelanggan adalah langkah awal, kemudian dilanjutkan dengan menyesuaikan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

Setelah implementasi pemasaran dilakukan, langkah berikutnya adalah evaluasi untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dapat memenuhi atau bahkan melebihi tujuan yang telah ditetapkan, serta untuk mengidentifikasi masalah atau hambatan yang perlu diselesaikan. Keputusan yang diambil harus didasarkan pada sumber daya yang tersedia di bidang manufaktur, keuangan, riset dan pengembangan, sumber daya manusia, dan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Rencana implementasi pemasaran adalah proses tindakan yang melibatkan kegiatan pemasaran, promosi, penjualan, proyek, strategi, dan rencana yang terkait. Pelaksanaan yang efektif sangat penting untuk keberhasilan peningkatan strategi pemasaran. Strategi pemasaran dapat dijabarkan menjadi dua elemen utama, yaitu menentukan sasaran dan menciptakan bauran pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran yang telah dipilih. Pemilihan pasar sasaran merupakan dasar untuk merancang bauran pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Elemen-elemen dalam bauran pemasaran dapat disesuaikan dengan strategi pemasaran



yang diterapkan. Perubahan kondisi pasar sangat dipengaruhi oleh persaingan dan kebutuhan pelanggan.<sup>18</sup>

## B. Proposisi

Proposisi pada kamus Indonesia adalah rancangan awal yang bisa dipercaya atau bisa dibuktikan pada kenyataan. Konsep yang digunakan dalam memberi batasan kepada konsep teoritis supaya tidak muncul kesalahan ketika memahami materi dan agar memudahkan ketika memahami materi. Berdasarkan kegiatan penelitian ini dapat diketahui kondisi di lapangan tentang implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah. Hasil dari data yang didapatkan kemudian akan dianalisis supaya bisa diketahui bagaimana implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di sekolah tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mengukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

### 1. Implementasi manajemen pemasaran berbasis digital

#### a. Perencanaan manajemen pemasaran berbasis digital

Rencana pemasaran yang melibatkan riset pasar, analisis pesaing, penentuan target audiens, dan pemilihan platform digital yang tepat.

#### b. Pelaksanaan manajemen pemasaran berbasis digital.

Melaksanakan rencana pemasaran digital sesuai dengan yang telah ditetapkan

<sup>18</sup> Hotnida Nainggolan, dkk, *Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0)*, (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia), h.23.



#### 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.

c. Evaluasi pemasaran berbasis digital

### C. Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang dibutuhkan sebagai acuan perbandingan agar dapat terhindar dari manipulasi ataupun duplikasi pada karya ilmiah dan bahan penguatan bahwa penelitian yang peneliti lakukan belum diteliti oleh orang lain. Berikut ini peneliti paparkan penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan judul yang peneliti teliti:

1. Ardian Susanto, 2024, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang berjudul Strategi Pemasaran Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Citra di SMP Ma'arif 1 Ponorogo. Kesimpulan dari penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan citra di SMP Ma'arif 1 Ponorogo yaitu melalui konsep digital marketing yaitu menggunakan Content Marketing (Mobile Marketing, Integrated Marketing and Continuous Marketing) sebagai cara memetakan pelanggan agar lebih efektif dan implikasi strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan citra di SMP Ma'arif 1 Ponorogo yaitu mendorong masyarakat untuk percaya dan mengambil keputusan dalam menyekolahkan anaknya berdasarkan citra yang dimiliki sekolah, dibuktikan dengan selalu adanya sebuah prestasi yang diunggulkan di sekolah khususnya dalam bidang agama.

Persamaan: Pokok pembahasan tentang manajemen pemasaran berbasis digital





#### 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.

Perbedaan: fokus penelitian yang diteliti berbeda, karena meneliti tentang strategi pemasaran berbasis digital. Sedangkan penulisan meneliti tentang implementasi manajemen pemasaran berbasis digital.

2. Danita Oktavia Yudha Airlangga, 2022, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang berjudul Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di MAN 1 Ngawi. Kesimpulan penelitian ini adalah Identifikasi pemasaran yang dilakukan oleh MAN 1 Ngawi yaitu dengan menentukan sasaran sekolah, dilanjutkan dengan proses segmentasi pasar yang bertujuan untuk mengelompokkan sesuai dengan karakteristik, lalu selanjutnya menyelenggarakan kompetisi bidang studi dengan tujuan untuk mencari perhatian pasar, dengan mengoptimalkan pelayanan sekolah yang maksimal maka dapat memberikan nilai plus bagi madrasah ini. Kemudian cara komunikasi yang dilakukan oleh MAN 1 Ngawi salah satunya yaitu komunikasi word of mouth (mulut ke mulut). Cara komunikasi ini yang paling berpengaruh. Namun proses komunikasi di MAN 1 Ngawi tidak hanya melalui model tersebut, tetapi juga dengan menggunakan media sosial untuk menjaring para peserta didik lebih luas lagi.

Persamaan: Pokok pembahasan tentang manajemen pemasaran.

Perbedaan: Fokus penelitian ini berbeda, karena ini meneliti tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik sedangkan penulis mengenai manajemen pemasaran berbasis digital.

3. Zulfah Atiqotur Rohmah, 2019, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, yang berjudul Pengaruh Produk Dan Harga Jasa Pendidikan

**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.

Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal. Kesimpulan dari penelitian ini adalah rata-rata produk dan harga jasa pendidikan berada pada interval cukup mempengaruhi pengambilan keputusan peserta didik dalam memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Sedangkan nilai koefisien adjusted R square menunjukkan bahwa produk dan harga jasa pendidikan cukup mempengaruhi peserta didik memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Temuan tersebut dapat memberikan acuan bagi lembaga, untuk meingkatkan jumlah peserta didik dalam mengambil keputusan memilih sekolah.

Persamaan: pokok pembahasan mengenai manajemen pemasaran lembaga pendidikan.

Perbedaan: Skripsi ini membahas manajemen strategi bauran pemasaran lembaga pendidikan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah, sedangkan penulis meneliti tentang implementasi manajemen pemasaran berbasis digital.



**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.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dipakai pada metode penelitian ini yaitu memakai metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang sesuatu yang terjadi oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan menggunakan pendeskripsian berbentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan pemanfaatan berbagai metode alamiah.<sup>19</sup>

Penelitian kualitatif yang peneliti gunakan adalah desain penelitian deskriptif yang merangkum, menjabarkan dan menjelaskan kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menjabarkan secara jelas dan mendalam mengenai “Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital di SMP IT AL-Fityah Pekanbaru”

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP IT AL-Fityah Pekanbaru. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pada pertimbangan bahwa persoalan yang akan diteliti ada dilokasi ini. Selain dari segi tempat, pertimbangan waktu dan biaya penulis mampu untuk

<sup>19</sup> Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Perkasa, 2016), h. 3.



melaksanakan penelitian di lokasi tersebut. SMP IT Al-Fityah juga belum pernah diadakan penelitian yang serupa khususnya tentang implementasi manajemen pemasaran berbasis digital. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah selesai seminar proposal.

### C. Subjek dan Objek

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah responden atau informan yang akan dimintai informasi atau digali datanya. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah kepala sekolah SMP IT Al-Fityah

2. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah masalah dan tema yang akan diteliti. Objek pada penelitian ini adalah implementasi manajemen pemasaran digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru.

### D. Informan Penelitian

Informan penelitian pada penelitian ini terdiri dari dua informan yaitu Informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci pada penelitian ini adalah kepala sekolah. Sedangkan yang menjadi informan tambahan adalah wakil kepala bidang humas, guru, murid dan wali murid.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang dipakai peneliti dalam mendapatkan data atau informasi tentang objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memakai beberapa tehnik pengumpulan data, yaitu:

#### 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### 1. Wawancara

Wawancara yaitu proses interaksi komunikasi yang melibatkan setidaknya dua orang, dengan dasar kemauan sendiri dan secara alamiah, di mana pembicaraan berpatokan pada tujuan yang sudah ditetapkan dengan mendahulukan *trust* menjadi landasan utama saat proses pemahaman.<sup>20</sup>

Penulis memakai jenis wawancara semi terstruktur dimana informan bisa berpendapat dan mengeluarkan ide-ide sedangkan peneliti mencatatnya. Selain itu, peneliti memilih jenis wawancara ini dikarenakan peneliti diberi kebebasan ketika bertanya dan mempunyai kebebasan untuk mengatur alur dan setting wawancara.<sup>21</sup>

Peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada informan mengenai implementasi manajemen pemasaran berbasis digital dan berbicara langsung dengan informan peneliti sekaligus mengajukan beberapa pertanyaan.

### 2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses melihat, mencermati dan mengamati juga merekam perilaku secara sistematis pada suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan pencarian data yang bisa dipakai dalam memberi suatu kesimpulan atau diagnosis.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 31.

<sup>21</sup> *Ibid*, h.66.

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 131-132.

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.

Observasi dilaksanakan bertujuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data yang dilakukan dengan penelusuran dokumen. Teknik dilakukan melalui dokumen tertulis, seperti gambar, foto, atau benda lainnya yang ada sangkut pautnya dengan aspek yang diteliti.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis untuk mencari dan menyusun data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, membaginya menjadi unit-unit, melakukan analisis, Menyusun pola, serta memilih informasi penting untuk dipelajari dan menarik kesimpulan supaya mudah difahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>23</sup>

Analisis data model Miles dan Huberman memiliki 3 tahapan yang harus dilakukan ketika menganalisa data penelitian kualitatif secara interaktif dan terus menerus. Di antaranya yaitu:

#### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam analisis kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai fenomena yang

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 335.



#### 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.

sedang diteliti, dengan menekankan konteks dan makna yang terkandung di dalamnya. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini meliputi wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, serta studi kasus, yang masing-masing memberikan wawasan yang berbeda namun saling melengkapi. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan naratif, menggambarkan pandangan, pengalaman, dan persepsi responden dengan detail dan kompleksitas. Dalam proses pengumpulan data, peneliti harus mempersiapkan instrumen yang sesuai, seperti pedoman wawancara atau alat observasi, dan memastikan pencatatan yang akurat dan sistematis

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

Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang utama terfokus pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya kemudian buang yang tidak perlu. Akhirnya data yang sudah direduksi dapat menghasilkan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya dan mencari bila dibutuhkan.<sup>24</sup>

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

Penyajian data pada penelitian kualitatif bisa dilakukan pada bentuk tabel, *pie chart*, grafik, *pictogram* dan sejenisnya. Dengan penyajian data, maka data dapat tersusun dengan baik, tersusun dalam pola hubungan, supaya mudah dipahami. Dengan mendisplaykan data, maka bisa mempermudah dalam

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 338.



#### 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.

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan hal yang telah difahami tersebut.<sup>25</sup>

#### 4. Penarikan Kesimpulan (*Concluding Drawing/ Veriving*)

Kesimpulan pada penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan diawal, tetapi tidak selalu demikian. Hal ini disebabkan karena rumusan masalah itu bersifat sementara dan bisa berkembang selama penelitian di lapangan.<sup>26</sup>

### G. Triangulasi Data

Teknik ini melibatkan pengecekan data melalui berbagai sumber, teknik, dan waktu. Maksud dari menggunakan beragam sumber adalah melibatkan lebih dari satu sumber untuk memastikan kebenaran data. Triangulasi adalah metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan elemen lain di luar data tersebut untuk melakukan pengecekan atau sebagai pembanding. Triangulasi diartikan sebagai metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber yang ada.

Dalam penelitian ini, triangulasi mencakup penggunaan berbagai teknik dan sumber data yang tersedia. Teknik-teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Triangulasi Sumber

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 341.

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 345.





#### 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.

Triangulasi sumber berarti menguji kebenaran data dengan cara memeriksa data dari sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya termasuk membandingkan hasil observasi dengan wawancara, serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumen-dokumen yang ada. Setelah analisis dilakukan oleh peneliti, kesimpulan kemudian dikonsultasikan dengan para narasumber untuk mendapatkan kesepakatan.

#### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kebenaran data dengan memeriksa data dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya, jika data diperoleh melalui wawancara, maka data tersebut juga dapat diuji menggunakan teknik observasi atau dokumentasi. Jika hasil dari ketiga teknik pengujian ini menunjukkan data yang berbeda, maka akan dilakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data untuk menentukan mana yang dianggap valid atau benar.

#### 3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering memengaruhi keakuratan data. Data yang dikumpulkan melalui wawancara di pagi hari, ketika narasumber masih segar. Oleh karena itu, untuk menguji kepercayaan data, dapat dilakukan pengecekan menggunakan wawancara, observasi, atau teknik lain pada waktu atau situasi yang berbeda hingga diperoleh data yang dapat dipercaya.



#### 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.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital di SMPIT Al-Fityah Pekanbaru mencakup tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi
  - a. **Perencanaan** dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan yayasan, kepala sekolah, Waka Humas, guru, tim IT, serta tim PPDB. Yayasan berperan dalam dukungan teknis seperti desain visual dan pengelolaan website, sementara sekolah menyiapkan konten dan memastikan kesesuaian materi dengan identitas keislaman sekolah. Perencanaan difokuskan pada segmentasi audiens, pemilihan platform sesuai karakteristik pengguna (Facebook untuk orang tua, Instagram dan TikTok untuk generasi muda), serta penguatan citra lembaga melalui konten yang berkualitas dan profesional.
  - b. **Pelaksanaan** strategi pemasaran digital telah berjalan, tetapi belum sepenuhnya optimal. Kepala sekolah masih terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial, sehingga keterbatasan waktu menjadi kendala. Produksi konten mengandalkan dokumentasi kegiatan siswa yang dibuat oleh guru, humas, maupun orang tua. Meskipun pemasaran

**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.

digital terbukti meningkatkan visibilitas sekolah, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) masih menjadi sumber utama masuknya peserta didik baru.

**c. Evaluasi** dilaksanakan secara partisipatif oleh kepala sekolah, tim IT yayasan, Waka Humas, guru, siswa, dan wali murid. Fokus evaluasi diarahkan pada kesesuaian konten dengan nilai-nilai Islam, kualitas visual, serta relevansi pesan yang disampaikan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemasaran digital efektif dalam mendukung citra sekolah, tetapi belum mampu menjadi saluran utama PPDB. Karena itu, strategi digital dijalankan secara komplementer dengan pendekatan interpersonal dan jaringan sosial masyarakat.

2. **Faktor-faktor pendukung** implementasi pemasaran digital di SMP Al-Fityah Pekanbaru meliputi kesiapan SDM, dukungan teknis dari yayasan, ketersediaan fasilitas teknologi, keterlibatan para pemangku kepentingan, serta kepemimpinan kepala sekolah. Kombinasi faktor tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital tidak berjalan secara terpisah, melainkan merupakan suatu ekosistem yang saling menopang dan memperkuat.
3. **Faktor penghambat** mencakup keterbatasan waktu guru untuk membuat konten, minimnya anggaran khusus untuk digital marketing, belum adanya tim khusus yang mengelola media sosial secara profesional, serta sarana prasarana yang masih terbatas. Meskipun demikian, loyalitas guru dan



#### 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 masa
  - 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.

komitmen warga sekolah dalam mendokumentasikan serta mendistribusikan kegiatan menjadi penopang utama keberlangsungan strategi pemasaran digital sekolah.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian mengenai implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMPIT Al-Fityah Pekanbaru, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak sekolah, disarankan untuk membentuk tim khusus pemasaran digital agar pengelolaan media sosial lebih terarah, konsisten, dan tidak membebani kepala sekolah maupun guru yang memiliki tanggung jawab utama di bidang lain.
2. Bagi guru dan tenaga kependidikan, diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dalam pembuatan dan pengelolaan konten melalui pelatihan rutin sehingga konten yang dihasilkan lebih kreatif, menarik, dan tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.
3. Bagi yayasan, sebaiknya mendukung sekolah dengan menyediakan anggaran khusus untuk pengembangan sarana digital marketing, seperti perangkat dokumentasi, peralatan editing, dan fasilitas ruang kreatif yang dapat menunjang kualitas konten.
4. Bagi pengelola media sosial sekolah, penting untuk melakukan diversifikasi platform digital dengan tetap memperhatikan identitas dan citra sekolah



Islam, misalnya memanfaatkan Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

5. Bagi strategi promosi sekolah ke depan, disarankan untuk mengintegrasikan kekuatan promosi digital dengan promosi mulut ke mulut. Testimoni wali murid, alumni, dan masyarakat sekitar dapat dikemas dalam bentuk konten digital sehingga memperkuat kepercayaan publik sekaligus memperluas jangkauan promosi.



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 masa
  - 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

- Amri, T. N., dkk. (2024). Value-Based Branding in Islamic Boarding Schools: Efforts to Maintain Identity in Digitalization Dynamics. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2). 442-457. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v9i2.10753>
- Alfianto, A. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1). 53-62. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.867>
- Alkaf, R., Ulmadevi, & Zakir, S. (2024). *Digital Marketing Strategy to Increase the Number of New Students*. Didaktika: Jurnal Kependidikan, 18(1). 53-58. <https://ejournal.umkendari.ac.id/didaktika/digital-marketing-ppdb.pdf>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. In Pt. Global Eksekutif Teknologi. Pt. Global Eksekutif Teknologi. [Http://Repository.Ibik.Ac.Id/1470/1/Digital Marketing.Pdf](http://Repository.Ibik.Ac.Id/1470/1/Digital%20Marketing.Pdf)
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- E.R Taufik. (2023). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Media Edukasi Indonesia.
- Enslan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Mitra Ilmu.
- Erwin, Cindrakasih, R. R., Sari, A., Hita, Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, D. A. C. T. (2024). *Pemasaran Digital (Teori Dan Implementasi) (Issue January)*. Pt. Green Pustaka Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/377638698>
- Fahyutyara Berlianada, A., Mu'awana1, B., Mulya Santika, D., & Harsoyo, R. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Ma Ma'arif Al Mukarom Ponorogo. *Edumanageria*, 1(2), 249–263.
- Faoh, W. N., Suparjono, & Nugroho, I. (2025). Branding Sekolah Islam yang Menarik: Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendaftaran Siswa Baru di



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.

TK Islam Al-Kamal. *Pengabdian Sosial*, 5(1).  
<https://doi.org/10.32493/pbs.v5i1.47240>

Fattah, N. (2012). *Landasan manajemen pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fitriyanti, D. N. (2023). Manajemen media sosial sekolah di MTs Muhammadiyah 2 Karanganyar. *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1).  
<https://jurnal.stituwjombang.ac.id/index.php/al-idaroh/article/view/676>

Haris Herdiansyah, ( 2015). *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.

Herlinah, Arfiani Yulianti, & Hikmat. (2024). *Strategi Branding dan Pemasaran Sekolah di Era Digital: Studi Kasus di SMK Dharma Siswa Tangerang*. *Jurnal EMPIRE*, 4(2),  
<https://ejournal.unis.ac.id/index.php/EM/article/download/7156/2655/17306?utm>

Herlinah, D., Nurjanah, S., & Hartono, R. (2021). Pengaruh kualitas konten media sosial terhadap citra lembaga pendidikan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(1), 40–50.

Kasali, R. (2017). *Membidik pasar Indonesia: Segmentasi, targeting, positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Huda, I. N., dkk. (2025). Efektivitas Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran pada Penerimaan Peserta Didik Baru di Yayasan Pendidikan Islam Haji Masri Darul Ilmi Murni Tahun Ajaran 2023–2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5). 2416–2427. <https://doi.org/10.60036/jbm.797>

Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran. Strategy Cita Semesta*.

Lipuwati, F. Y., dkk. (2024). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Islam di Pondok Pesantren: Harmonisasi Nilai-Nilai Keislaman dengan Strategi Pemasaran Berkualitas. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1). 40–49. <https://doi.org/10.30868/im.v7i01.5923>

Maturidi, R., Nugraha, D., & Malik, A. (2024). Strategi Pemasaran Pendidikan Dengan Menggunakan Media Digital Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(01), 185–196.  
<https://doi.org/10.70143/Manajerial.V4i1.350>

Mulyasa. (2013). *Manajemen berbasis sekolah: Konsep, strategi, dan implementasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya





**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.

- Nainggolan, H., Hastuti, D., & Dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran Pada Masa Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0)*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Mguueaaaqbaj&Lpg=Pp1&Ots=Mnxi kpc2vs&Dq=Teori Pemasaran&Lr&Pg=Pa1#V=Onepage&Q&F=False>
- Najiah, L., & Hefniy, H. (2025). *Transformasi Pemasaran Digital dalam Pendidikan Islam: Analisis Praktik Implementasi di Era Teknologi*. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 23(1). 1-10. <https://ejournal.iais.ac.id/digital-advertising-pendidikan-islam.pdf>
- Ningsih, R. M., Dahlia, D., & Muna, N. (2024). Evaluasi Manajemen Pemasaran Pendidikan di MTs Al-Iman Magelang. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(2), 444-455. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i02.4228>
- Notitasari, D. E., Hefniy, & Fauzen, M. (2025). *Transformasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Melalui Digital Advertising: Tinjauan Teoritis dan Praktik Kontemporer*. NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1(5). 747-756. <https://journal.uin-malang.ac.id/musytari/digital-marketing-transformasi.pdf>
- Payne, A. (2012). *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*. London: Routledge.
- Rizqon, A., & Fimaisharah, A. (2024). Digital Revolution in Islamic Education: Building the Branding of Religious Schools in Rural Indonesia through Innovative Digital Marketing Strategies. *JUMPA: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2). 111-123. <https://doi.org/10.33650/jumpa.v5i2.7348>
- Safitri, B. (2023). Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat Terhadap Sekolah Alam Pangandaran. *Ekodestinasia*, 1(1), 1-6. <https://Doi.Org/10.59996/Ekodestinasia.V1i1.19>
- Sari, R. (2022). Implementasi Digital Marketing dalam Promosi Sekolah Swasta. *Jurnal Ilmu Manajemen Pendidikan*, 6(1), 61-70. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jimp/article/view/17062>
- Setiawan, H. (2019). Peran media sosial dalam membangun hubungan sekolah dan masyarakat. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 33-42. <https://ejournal.upi.edu>
- Setyaningsih, D., Vusvitha, V., & Harahap, N. L. S. (2024). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Inovasi dan Manajemen Pendidikan (JIMP)*, 5(1). <https://doi.org/10.12928/jimp.v5i1.11876>





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 masa

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.

Sinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. Ub Press.

Sugeng, S. L. P., & Manunggal, B. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57. <https://doi.org/10.21009/Jmp.V13i1.28335>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Suryadi. (2020). Strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 25(2), 145–156. <https://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/>

Tohirin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Perkasa.

Wardi, M., & Bidaula, Z. S. (2025). *Digital Content Marketing sebagai Media Pemasaran Lembaga Pendidikan di Universitas Al-Amien Prenduan*. *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 15(2), 201-218. <https://repository.unp.ac.id/content-marketing-pendidikan.pdf>

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran (Issue April)*. Deepublish.

**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



UIN SUSKA RIAU



## Lampiran 1

### INSTRUMEN WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

#### A. Perencanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Digital

1. Bagaimana proses perencanaan strategi pemasaran digital dilakukan di sekolah ini?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan tersebut?
3. Apakah sekolah memiliki tim khusus atau staf yang menangani pemasaran digital?
4. Bagaimana sekolah menentukan target pasar (misalnya orang tua calon siswa)?
5. Apa saja tujuan utama dari pemasaran digital yang direncanakan oleh sekolah?

#### B. Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Digital

1. Bagaimana strategi pemasaran digital tersebut dijalankan secara maksimal?
2. Apa saja bentuk kegiatan pemasaran digital yang dilakukan sekolah ?
3. Seberapa sering konten atau informasi tentang sekolah dipublikasikan secara digital?
4. Apakah sekolah menggunakan jasa pihak ketiga (misalnya digital marketing agency)?
5. Bagaimana respon masyarakat atau calon orang tua murid terhadap pemasaran digital yang dilakukan?

#### C. Evaluasi Pemasaran Berbasis Digital

1. Bagaimana sekolah mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital yang telah dilaksanakan?
2. Apakah ada indikator atau tolok ukur keberhasilan pemasaran digital yang digunakan?
3. Apakah ada perubahan strategi yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi?
4. Sejauh mana pemasaran digital berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pendaftar atau siswa baru?

#### D. Faktor Pendukung Implementasi

1. Apa saja faktor internal yang mendukung keberhasilan implementasi pemasaran digital di sekolah ini?
2. Apakah ada dukungan dari pimpinan sekolah atau yayasan yang menjadi faktor

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.

3. penting dalam pelaksanaan pemasaran digital?
4. Bagaimana peran siswa, guru, atau alumni dalam membantu promosi digital sekolah?
- 5.

#### E. Faktor Penghambat Implementasi

1. Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam menerapkan pemasaran berbasis digital?
2. Apakah terdapat kendala teknis, seperti keterbatasan perangkat, jaringan internet, atau kurangnya keterampilan digital?
3. Apakah ada kendala dalam hal anggaran atau pembiayaan untuk pemasaran digital?
4. Bagaimana sekolah mengatasi tantangan-tantangan tersebut?





## INSTRUMEN WAWANCARA GURU

### *Perencanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Digital*

1. Apakah guru dilibatkan atau mengetahui strategi pemasaran digital yang dirancang sekolah?
2. Bagaimana pandangan Anda mengenai pentingnya pemasaran digital bagi kemajuan sekolah?

### *Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Digital*

1. Apakah Anda pernah berpartisipasi dalam kegiatan promosi digital sekolah, seperti membuat konten pembelajaran atau testimoni?
2. Bagaimana guru mendukung kegiatan pemasaran digital di luar kelas?
3. Apakah guru diminta aktif di media sosial sekolah?

### *Evaluasi Pemasaran Digital*

1. Apakah guru pernah dimintai masukan atau evaluasi terkait promosi digital sekolah?
2. Menurut Anda, apa yang bisa ditingkatkan dari strategi pemasaran digital sekolah?

### *Faktor Pendukung Implementasi*

1. Bagaimana Anda melihat kesiapan guru dalam menghadapi sistem digital di lingkungan kerja?
2. Apakah ada pelatihan terkait digital marketing yang diberikan kepada guru?

### *Faktor Penghambat Implementasi*

1. Apakah Anda mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan sistem manajemen atau promosi digital sekolah?
2. Menurut Anda, apa yang menjadi kendala utama dalam pelaksanaan promosi digital di sekolah ini?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



## INSTRUMEN WAWANCARA WAKAHUMAS

### Perencanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Digital

1. Sejauh mana keterlibatan Wakil Kepala Humas dalam mendukung perencanaan pemasaran digital yang diputuskan oleh kepala sekolah?
2. Bagaimana proses komunikasi antara kepala sekolah dan bidang humas dalam menerjemahkan strategi digital menjadi langkah-langkah teknis?
3. Menurut Anda, bagaimana peran humas dalam memperkuat pesan digital yang dirancang oleh pimpinan sekolah?

### Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Digital

1. Apa bentuk kontribusi konkret humas dalam menyukseskan pelaksanaan promosi digital sekolah?
2. Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan dan penyebaran konten promosi digital (misalnya di media sosial)?
3. Bagaimana humas memastikan bahwa informasi yang disampaikan di platform digital tetap sesuai dengan identitas dan citra sekolah?

### Evaluasi Pemasaran Digital

1. Apakah humas turut memberikan laporan atau masukan kepada kepala sekolah terkait efektivitas konten promosi digital?
2. Bagaimana tanggapan dari masyarakat atau calon wali murid yang diterima langsung oleh bagian humas dalam pemasaran digital sekolah ini?
3. Apakah bagian humas terlibat dalam pengumpulan data atau umpan balik dari publik untuk bahan evaluasi kepala sekolah?

### Faktor Pendukung Implementasi

1. Bagaimana Anda melihat dukungan kepala sekolah terhadap kerja tim humas dalam menjalankan promosi digital?
2. Apakah tersedia pelatihan atau pengarahan dari pimpinan kepada humas untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital?
3. Apakah Anda merasa fasilitas dan infrastruktur teknologi saat ini sudah cukup membantu pekerjaan humas dan kepala sekolah dalam pemasaran digital?

### Faktor Penghambat Implementasi

1. Apa tantangan terbesar yang dihadapi humas dalam mendukung promosi digital yang diarahkan oleh kepala sekolah?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Har Cipta milik UIN Suska Riau

Setoran 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 masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## INSTRUMEN WAWANCARA WALI MURID

### A. Pandangan tentang Pemasaran Digital Sekolah

1. Bagaimana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui informasi tentang sekolah ini (misalnya melalui media sosial, website, iklan digital, atau rekomendasi)?
2. Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting peran pemasaran digital dalam membantu orang tua mendapatkan informasi tentang sekolah?
3. Apa yang paling menarik perhatian Bapak/Ibu dari promosi digital sekolah ini (misalnya konten media sosial, testimoni, atau fasilitas yang ditampilkan)?

### B. Pengalaman dalam Akses Informasi Digital Sekolah

1. Apakah informasi yang disampaikan sekolah melalui media digital (website, Instagram, WhatsApp, dll.) menurut Bapak/Ibu sudah jelas dan mudah dipahami?
2. Seberapa sering Bapak/Ibu mengakses media digital sekolah untuk mencari informasi tentang kegiatan atau program?
3. Apakah Bapak/Ibu merasa terbantu dengan adanya pemasaran digital untuk mengetahui keunggulan sekolah?

### C. Evaluasi Pemasaran Digital Sekolah

1. Menurut Bapak/Ibu, apakah promosi digital sekolah ini sudah cukup efektif dalam memberikan gambaran yang nyata tentang kualitas sekolah?
2. Apa saja informasi yang menurut Bapak/Ibu masih kurang ditampilkan dalam pemasaran digital sekolah?
3. Apakah pemasaran digital sekolah ini menjadi salah satu pertimbangan utama Bapak/Ibu dalam memilih sekolah untuk anak?

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.



#### D. Faktor Pendukung

1. Menurut Bapak/Ibu, apa yang menjadi kelebihan sekolah dalam hal promosi digital dibandingkan sekolah lain?
2. Bagaimana peran komunikasi antara pihak sekolah dan wali murid dalam mendukung keberhasilan pemasaran digital?

#### E. Faktor Penghambat

1. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam mengakses informasi sekolah melalui media digital (misalnya jaringan internet, platform yang digunakan, atau keterbatasan fitur)?
2. Menurut Bapak/Ibu, apa yang bisa ditingkatkan oleh sekolah agar promosi digital lebih menarik dan mudah diakses orang tua?

#### 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 masa
- 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.





## INSTRUMEN WAWANCARA MURID

### 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. Pandangan tentang Pemasaran Digital Sekolah

1. Apakah kamu pernah melihat promosi sekolah ini di media sosial, website, atau platform digital lainnya?
2. Menurutmu, promosi digital sekolah lebih menarik dibandingkan promosi biasa (spanduk, brosur, atau cerita dari orang lain)? Mengapa?
3. Apa hal yang menurutmu paling menarik dari promosi digital sekolah (misalnya foto kegiatan, video, testimoni, atau prestasi sekolah)?

#### B. Pengalaman dan Keterlibatan

1. Apakah kamu pernah dilibatkan dalam pembuatan konten promosi digital sekolah (misalnya ikut tampil di video, foto kegiatan, atau memberikan testimoni)?
2. Bagaimana perasaanmu saat sekolahmu dipromosikan melalui media sosial atau platform digital?
3. Menurutmu, apakah promosi digital sekolah membuat teman-temanmu di luar jadi lebih mengenal sekolahmu?

#### C. Evaluasi Promosi Digital

1. Apakah informasi yang ditampilkan di media sosial atau website sekolah sudah sesuai dengan kenyataan yang kamu alami sebagai siswa?
2. Menurutmu, apa yang sebaiknya ditambah atau diperbaiki dari promosi digital sekolah agar lebih menarik bagi calon siswa baru?
3. Apakah kamu merasa bangga jika sekolahmu dikenal banyak orang melalui promosi digital?

#### D. Faktor Pendukung

1. Menurutmu, apa kelebihan sekolahmu dalam hal promosi digital dibanding sekolah lain?
2. Apakah guru, teman, atau alumni ikut berperan penting dalam membuat promosi digital lebih menarik?

#### E. Faktor Penghambat

1. Apakah ada hal yang menurutmu menghambat promosi digital sekolah (misalnya jarang update, kurang kreatif, atau keterbatasan fasilitas)?
2. Menurutmu, bagaimana cara agar promosi digital sekolah bisa lebih seru dan lebih disukai anak-anak seumuranmu?



## Lampiran 2

### TRANSKRIP WAWANCARA WAKA HUMAS

Nama : Neli Aswita, S.Pd  
 Waktu : 10.30 WIB  
 Hari : Selasa, 15 Juli 2025  
 Lokasi : Ruang guru

P : Bismillahirrahmanirrahim assalamualaikum selamat siang ustazah. Perkenalkan nama saya anugerah adisti dari uin suska. Di sini saya ingin sedikit mewawancarai ustazah dengan pertanyaan terkait pemasaran digital yang ada di smp it al-fityah. Yang mana sebelumnya saya telah mewawancarai ustazah susi mungkin dua minggu yang lalu terkait menjadi narasumber utama. Baiklah langsung aja ustazah disini saya ingin bertanya terkait sejauh mana nih keterlibatan ustazah dalam mendukung perencanaan pemasaran digital yang dirancang oleh ustazah susi atau kepala sekolah.

N : Membantu memberikan saran-saran yang mana kira-kira momen-momen yang layak untuk ditampilkan di media digital dan memastikan ya bahwa hal-hal yang ditampilkan itu memang layak untuk ditampilkan bukan sekedar ngepost tapi videonya nggak bagus gambarnya nggak bagus berarti saling memastikan lah dulu kalau yang video ini udah memang layak ini layak gitu ya sebelum dipost saling mengoreksi satu dengan yang lain

P : Baiklah ke pertanyaan berikut ustazah untuk komunikasi antara ustazah dengan kepala sekolah ini apakah membahas terkait langkah-langkah teknis gitu ustazah

Kalau biasanya kita disini ya kalau yang untuk di post di media digital itu kan untuk pengambilan gambar atau videonya. Biasanya kan kita amanahkan kepada seseorang terkadang ada orang yang diamanahkan itu bisa langsung sampai selesai pengeditan untuk diterbitkan terkadang ada juga nggak bisa kalau yang nggak bisa ini biasanya cenderung kepala sekolah langsung yang turun tangan mengeditnya setelah itu sebelum dia pos biasanya yang udah dibuat itu dia dikirim ke grup yang udah disepakati setelah itu saling

#### 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.

mengkoreksi oh ini lagi yang mau ditambahkan atau ini yang perlu dikurangi atau segala macam.

P : Menurut ustazah nih peran ustazah dalam memperkuat media pemasaran digital tadi itu yang udah dibuat ustazah susi gimana ustazah?

N : Kalau peran kami mungkin ikut melanjutkan informasi-informasi digital yang diberikan tersebut kalau umpamanya di media sosial mungkin share ulang kalau yang di web ya bantu juga gitu share webnya ini loh berita-berita di webnya smp gitu

P : Berlanjut ni ustazah kebagian pelaksanaannya bentuk kontribusi yang konkret gitu saja untuk menyukseskan promosi tadi itu apa ustazah

N : Bentuk konkretnya nyatanya yang digital ya yang digital termasuk media sosial tukan sosial ya itu tadi satu nge-share ulang atau saya nge-share sesuatu yang kira-kira bisa membawa nama al-fittyah saya tag nama smpit al-fittyah habis itu biasanya kalau untuk mempromosikan sekolah, saya melayani orang-orang yang japri dengan baik dan benar. Berikan informasi yang baik dan benar terhadap apa-apa yang ditanyakan oleh orang-orang tersebut.

P : Berarti kalau ada yang bertanya via japri wa ustazah, ustazah juga melayani?

N : Iya, dilayani dengan baik dan benar

P : Ini di luar pertanyaan nih ustazah, yang megang akun websitenya ustazah atau ustazah susi?

N : Akun website itu kemarin ilmunya sudah ditransferkan ke kepala sekolah, ke ustazah, ke ustazah ulfa. Tapi karena kesibukan dan lain hal, tidak pernah lagi buka-buka akun webnya itu. Jadi yang memang sering mengaktifkan itu adalah ustadz samsul mubarak.

P : Oh, enggak di sini ya?

N : Enggak di sini dia. Sekarang posisinya di bawah naungan humas dan riset al-fittyah

P : Mungkin pertanyaan berikutnya sudah terjawab ya ustadzah, di sini yang terlibat dalam pembuatan dan penyebarannya itu siapa aja ustazah?

N : Kalau kita di sini ya semua guru itu harus terlibat. Semiminal mungkin kalau di media sosial itu ikut nge-like lah semiminal mungkin kalau enggak ya share ulang gitu lah men-share ulang gitu ya. Kalau nggak ya kalau dia membuat konten dia mengetag media sosialnya smp.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

P : Di sini bagaimana ustazah memastikan kalau informasi itu sudah tersampaikan gitu ustazah di platform digital yang sesuai dengan citra sekolah?

Salah satunya saya rajin melihat media sosial, melihat apa-apa yang di-share di media sosial tersebut.

Apakah sekolah ini mengikuti trend gitu zah?

Apa itu?

Seperti trend-trend media sosial ppdb zaman sekarang gitu atau tidak terlalu mengikuti alur perkembangan gitu zah? Kalau pernah dilakukan survei

Berusaha menyesuaikan diri sesuai dengan kemampuan yang ada ya, walaupun kayak kita lihat, wih cantik loh video ppdb nya, tapi kalau kita gak punya kekuatan mengikuti ya gak diikuti, yang mampu ya kita ikuti yang gak yang gak. Rezeki itu udah ditetapkan

Oke lanjut ke evaluasi nih zah, disini peran ustazah untuk memberikan laporan untuk kepek itu efektivitas nggak zah terkait konten yang dibuat gitu zah?

Kalau pernah dilakukan survei zaman ustadz muklis, kalau keterkaitan ppdb, tidak banyak kontribusi media sosial itu untuk memasukkan peserta didik di sekolah. Kebanyakan peserta didik di smp ini karena ada saudaranya di smp ini, makanya dia masuk ke smp. Yang lihat media digital itu sangat sedikit. Kalaupun umpamanya ada 40 peserta didik paling banter ada 3 orang yang lewat media sosial lebihnya itu karena ada saudaranya di al-fittyah. Kalau enggak karena tetangga dengan orang al-fittyah keluarga besar al-fittyah

Sebagai ustazah sekaligus tenaga pengajar di smp ini pernah gak ustazah melihat tanggapan dari masyarakat atau calon wali murid tuh yang diterima banyak tiap tahunnya tuh dari pemasaran digital atau tahun ini digitalnya kurang tahun depan ya offline gitu ustazah?

Kalau selama ini yang berjalan kalau kita datang umpamanya yang datang ppdb. Dari mana taunya tentang ini, ya tadi oh iya tetangga kami itu anaknya sekolah di alfitia ini dari mana oh iya dari ustazah ini ini dari mana kan ada saudaranya disini. yang media sosial itu memang sedikit baru yang menyatakan dia melihat mana lihat informasi alfitia lewat web, oh iya lihat fb nya, instagram nya itu sangat tapi karena ada saudaranya di al-fittyah ini yang sepupunya di al-fittyah udah tamat. Terus dia masuk ke al-fittyah tuh

Tapi jauh-jauh tidak lokasi siswa yang ada di smp itu?





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

N : Kalau untuk saat ini tidak ada. Enggak ada yang begitu jauh paling garuda sakti, rimbo panjang, masih seputaran panam ini. Sekitar beberapa tahun lalu ada yang memang dari kulim, rumbai, sekarang ini enggak ada.

P : Berarti luar kota belum lah ya?

N : Untuk smp luar kota belum, kalau pun ada luar kota berarti pindah ke pekanbaru ini ada orang tuanya, kalau enggak ada saudaranya, contoh kelas 1 sekarang ada yang dari dumi, dia disini tinggal sama tantenya. Orang tuanya tetap di rumah, disini dia tinggal sama tantenya itu pun dia gak informasi dari media sosial. Tapi karena ada saudaranya di al-fittyah ini yang sepupunya di al-fittyah udah tamat. Terus dia masuk ke al-fittyah tuh

P : Di pertanyaan berikutnya nih zah, apakah ustazah terlibat dalam survei untuk melihat apakah berhasil tidaknya pemasaran ini untuk kepala sekolah zah?

N : Ya terlibat

P : Berarti ustazah kayak diam-diam mengamati gitu dari wali murid apakah efektif pemasarannya?

N : Iyaa, apalagi udah beberapa tahun ini kan saya memang yang terlibat sama ppdb jadi sedikit banyaknya kan nanya dari mana ibu dapat informasinya oh dari sini

P : Berarti sudah banyak dari wali murid yang aktif menggunakan sosmed ya?

N : Kalau menggunakan sosmed aktif ya tadi. Kalau untuk pengaruh ke ppdb, ya tadi kebanyakan memang masih anak pertama lanjut, anak kedua lanjut, anak ketiga. Kalau sudah habis, nanti kembali. Oh iya sepupunya lagi, enggak ponaannya lagi, ininya lagi.

P : Baik ustazah lanjut ke pertanyaan faktor pendukung nih ustazah. Di sini ustazah melihat gak dukungan dari ustazah susi terhadap kerja ustazah nih dalam menjalankan promosinya?

N : Oh iya dong kita selalu saling support satu dengan yang lain selagi itu baik untuk sekolah kita ya kita akan selalu saling mendukung satu dengan yang lain

P : Ustazah, kemudian di sini ustazah pernah merasakan nggak pelatihan atau pengarahan dari kepala sekolah kepada ustazah untuk meningkatkan?

N : Kalau ini kami, karena di al fittyah ini kemarin ini ada tim it kayak untuk web itu memang orang it tuh yang mengajarkan kumpul di sini saya, kepala sekolah, ada beberapa orang lagi langsung tim itu ngajarkan. Gini loh cara buka-



#### 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.

bukanya webnya, mengupload di web begini. Ada timnya gitu yang ajarkan sama-sama belajar bareng.

Apakah untuk fasilitas teknologi yang sekarang ini sudah cukup memadai belum za untuk pemasaran digital?

Sudah cukup memadai internet ada gadget ada untuk membuat video konten-kontennya segala macam sangat-sangat memadai yang mungkin kurang memadai mungkin waktunya itu untuk mengelola itu semua

Tidak ada tim khusus yang fokus membuat konten digital itu, butuh tenaga khusus yang memang fokus kerjanya membuat konten digital itu tidak ada orangnya semuanya kerja sambilan saja seikhlasnya .

Pertanyaan dari topik terakhir ustazah terkait faktor penghambat tantangan terbesar yang ustazah hadapi dalam mendukung promosi digital yang diarahkan oleh ustazah susi tu apa za? Apakah dari peraturan pembuatan konten pembuatan poster gitu za? T

Kalau disini tantangan terbesarnya waktu, pengelolaan waktunya. Karena memang padatnya pekerjaan itu yang dilaksanakan lebih penting daripada membuat konten digital, akhirnya terabaikan buat konten digital. Karena banyak hal-hal yang lebih penting, yang lebih mendesak harus dikerjakan daripada buat konten digital. Sehingga kalau saya pribadi, saya sering ngeshare-mgeshare di media sosial itu, apa yang sudah selesai dibuat orang. Umpamanya ni ustazah ulfa dia ke map5 ustazah sudah selesai buat video kirim ke grup. Saya ikut nge-share di media sosial. Kalau video saya jadiin reels di media sosial nge-tag al-fittyah smp. Kalau enggak kalau udah ada yang nge-upload smp itu al-fittyah fb-nya udah nge-upload saya share lagi share ulang gitu, kalau enggak sit al-fittyah enggak share, saya share ulang bahkan terkadang saya udah di tag saya share ulang lagi padahal saya udah di tag gitu kan.

Berarti untuk tim belum ada kan?

Belum ada tim spesialnya. Jangankan unit, untuk alfittyah nya itu aja belum ada tim khususnya. Masih rangkap jabatan semua belum ada orang dikhususkan kalau di sekolah tertentu kan memang ada nih orang khusus bikin konten aja kerjanya ambil video, olah videonya, bikin konten, share itu ya kita belum ada

Berarti kan tadi kendala terbesarnya waktu nih za, nah waktu dan tenaganya tadi ini gimana cara ustazah dan yang lainnya itu mengatasi keterbatasan tadi?



#### 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.

N : © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Kalau ada momen tertentu yang kira-kira memang harus diviralkan di media sosial. Maka disini sebelum pelaksanaan momen tersebut akan diberi amanah eh antum tolong ya, antum dokumentasikan. Contoh tadi kemarin open house open house itu gak dikasih amanah nih, ustazah tolong ya nanti ada ustazah dwi. Akhirnya selesai momen open house itu tidak beberapa lama ustazah dwi menge-share kan, ini loh video open house kita tadi. Tinggal kami nge-share jadi kalau ada acara lagi, tolong dong kasih amanah nih walaupun tidak guru mungkin ustaz tadi kasih amanah tolong ya ambil-ambil foto-fotonya nanti ada yang bagian mengeditnya yang lainnya tinggal nge-share itu juga kayak buat player-player, template-template itu udah disediakan tinggal nempelin apanya gitu ada template bakunya kayak untuk tasmi' itu kan udah ada template bakunya tinggal ngasih foto nama segala macem

P : Jadi kalau untuk pemasaran tenaga pengajarnya itu siapa yang berhak? Ini pertanyaan di luar ini.

N : Tenaga pengajarnya dipasarkan? Kok tenaganya pengajarnya dipasarkan?

P : Karena kan adis ngambil secara umum pemasaran digital. Jadi baik siswanya atau tenaga pendidik dan kependidikannya. Itu biasanya ngerekrut itu siapa?

N : Oh yang merekrut. Kalau yang merekrut untuk di al-fittyah nih hrd. Ada hrd namanya sekarang. Ya, sebelum hrd ini tentunya ada tim-tim khusus mungkin dari sekolah, kepala sekolah melaporkan ke bidang kurikulum. Oh ya, smp kurang guru segini, ini dilaporkan. Contoh ustazah nissa keluar nih kan dilaporkan ustaah nissa mau keluar, nah nanti siapa yang menggantikan nanti di timnya hrd yang di atas-atas itu nanti dia akan rapat oh iya akan diterima guru gini dia akan ada tim di bawahnya itu yang akan membuat player mengenai lowongan kerja. Nanti dikirim ke grup, kami tinggal melanjutkan aja, apakah jadikan status, jadikan apa di media sosial, kami tinggal melanjutkan. Udah ada tim khususnya, kalau untuk penerimaan guru segala macam unit gak terlibat. .unit itu kalau pun terlibat, paling kalau guru ya tinggal ganti micro teachingnya ke unit nah contoh kemarin ustadz rizpand, rombongan ustadz rizpand tuh saat diterima disini rame dia berapa orang, 5 orang ya. Kami tinggal micro teaching. Nah saat ini micro teaching, micro teaching di unit. Iya, kalau untuk penerimaan guru ya. Kalau peserta didik ya udah ke unit sendiri nggak nunggu sana kayak mau buat player ini ini itu unit yang mengerjakan sendiri nah tergantung lagi di pusat

P : Mungkin itu cukup menjawab pertanyaan dari pertanyaan-pertanyaan saya. Saya ucapkan banyak terima kasih kepada ustazah meluangkan waktu telah sudi saya wawancarai. Saya akhiri. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarokatuh



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

**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





### Lampiran 3

#### TRANSKRIP WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

Nama : Susilawati, S.Pd  
 Waktu : 09.30 WIB  
 Hari : Jum'at, 26 Juni 2025  
 Lokasi : Ruang kepala sekolah

P : Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Sebelumnya, perkenalkan Ustadzah, nama saya Anugrah Adisti dari Uinsuska. Di sini izin mewawancarai Ustadzah sebagai kepala sekolah di SMP IT Al-Fittyah. Di sini saya ingin mewawancarai terkait judul skripsi saya Ustadzah, terkait perencanaan manajemen pemasaran berbasis digital di sini gimana sih, Zah?

N : Kalau di Al-Fittyah ya, untuk digital itu biasanya kita ada yang di naungi yayasan, kemudian ada yang dipegang oleh unit sendiri, dan ada di program organisasi siswa. Ada tiga itu. Kemudian kalau website itu biasanya ada sendiri tim IT Yayasan yang mengelola Cuma kalau untuk sumber berita kita yang memberikannya.

P : Berarti SMP sama SD beda lagi ya zah? Yang jelas ada tim IT Yayasan, kemudian kepala sekolah

N : Beda, beda lagi.

P : Kemudian yang terlibat di proses perencanaan ini untuk pemasaran digital ini itu siapa saja?

N : Yang jelas ada tim IT Yayasan, kemudian kepala sekolah tim IT unit SMP, dan tim organisasi seseiswaan.

P : Oke, termasuk wakasiswa ya?

N : Wakasis, nanti ada, kami kan ada tim PBDB kalau apa ya kan, tim PBDB itulah yang nanti mengelola semua urusan-urusan itu

P : Berarti sudah menjawab pertanyaan untuk tim khusus atau staff kemudian sekolah ada tidak untuk menentukan target pasarnya?

N : Target pasar kita yang jelas wali murid, dosen, yang kerja di rumah sakit sesuai yang selama ini masuk. Makanya kemudian target kita juga generasi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

yang kalau facebook itu kan generasi kelahiran 90 ke atas. Kemudian ig, tiktok. Nah kalau untuk ig, tiktok yang mengelola ada sendiri kalau facebook nanti ada lagi sendiri.

Berarti termasuk zonasi nggak saja untuk masalah digital?

Kalau udah digital nih kita nggak zonasi sih, luas sih.

Ada nggak saja tujuan utama SMP untuk melakukan pemasaran digital?

Supaya mencakup lebih luas lagi. Kalau kita hanya lewat konvensional mungkin tidak bisa menjaring orang-orang yang jauh.

Mungkin itu bagian perencanaan Ustazah masuk ke terjun langsung Ustazah, untuk pelaksanaannya. Nah di strategi itu menurut Ustazah sudah maksimal belum sekarang?

Kalau untuk saat ini maksimalnya masih belum. Masih belum maksimal sekali gitu ya karena kayak Facebook itu kan saya sendiri kepala sekolah yang mengelola. Kadang karena kesibukan tidak terupload dengan baik gitu ya. Kemudian untuk yang siswa juga namanya masih dikelola anak-anak itu ya harus sering diingatkan. Ayo ini mana videonya gitu. Itu juga PJ-PJ yang lain itu harus sering diingatkan, karena dengan kesibukan itu kan, jadi kalau tidak diingatkan banyak yang lupa, banyak yang tertunda uploadnya. Tapi kalau kita sering ingatkan, nanti jangan lupa ya kegiatan ini di-upload, itu insya Allah tuh. Intinya butuh pendampingan, kayak gitu.. Itu indikator sering uploadnya itu sering nggak? Sering, nonton setiap hari sih kayaknya Tapi ada juga yang nggak mau gitu ya

P : Berarti ada enggak zah bentuk kegiatan pemasaran digital?

Bentuknya? Ya biasanya tuh kegiatan-kegiatan siswa yang kita liput buat konten-konten, memang kegiatannya emang anak berjalan sesuai tidak kita buat-buat sesuai yang terjadi aja kayak pagi Anak-anak berbaris itu kita rekam, kemudian anak-anak tasmi' al-Qur'an, anak-anak intensif al-Qur'an, kita tidak menyeting, biar saja berjalan apa adanya, record alami.

Tapi dari guru sendiri ada nggak zah yang buat sendiri vidionya?

Ada, ada beberapa yang guru itu dia hobinya ngonten. Dia minimal di-upload di akun pribadinya itu berpengaruh juga sih menurut saya

Itu indikator sering uploadnya itu sering nggak?

Sering, ngonten setiap hari sih kayaknya Tapi ada juga yang nggak mau gitu ya



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

P : Itu biasanya platform apa yang dipakai itu zah?

N : Biasanya yang paling sering itu wa, facebook.

P : Di sekolah ini ada pihak ketiga dalam pengelolaan dokumentasi sekolah?

N : Nggak, belum ada

P : Pernah dengar gak zah respon masyarakat terkait penggunaan pemasaran digital ?

N : Alhamdulillah lah banyak yang terbantu banyak yang gak tau banyak lah yang mendukung. Cuma kalau Al-fittyah ini kan orang udah mengenai sekolah karakter itu yang lebih tajam itu sebenarnya kalau untuk promosi itu dari mulut ke mulut. Testimoni orang tua itu yang Lebih ketika nanti di wawancara, ditanya ke wawancara PBDB, ibu dapat info dari mana? Dari ini orang tua ini, saudara saya ada di sini.

P : Cuma pendaftarannya sudah online ya zah?

N : Pendaftaran sudah bisa online

P : Kemudian ke bagian evaluasi. Di sini sekolah ada tidak zah tim untuk mengevaluasi efektivitasnya?

N : Ada. Kalau untuk konten-konten ini, apa namanya, biasanya tim IT Yayasan kayak gitu, misalnya oh ini kurang pantas untuk diposting, kalau sudah terposting disuruh hapus kita hapus, kayak gitu. Cuma kalau untuk unit SMP biasanya saya.

P : Ada ga zah atasan ustazah yang mengevaluasi ini?

N : Ada, ya itu tim IT yayasan

P : Di sini ada tidak zah indikator standar untuk mengukur keberhasilan?

N : Bukan standar keberhasilan yang terutama standar upload-an ya yang jelas tidak melanggar kaedah-kaedah keislaman, kemudian apa namanya tidak melanggar norma kayak gitu. Insya Allah kita gak ada sih yang konten joget-joget kayak gitu itu harus terevaluasi kayak gitu atau bahkan musik yang mengiringi juga ada standarnya ada standarnya tidak boleh musik dj-dj kan anak sekarang kan kontennya dj-dj kan musiknya di-capcut. Tapi itu kalau di alfittyah gak sembarangan juga gitu

P : Dan sosial media itu belum begitu mencuat. Kemudian Zain biasanya di tahun belakangan ini ketika ada masalah digital itu sering berubah gak Zain? Strateginya?





#### 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 masa
  - 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.

- N : Kalau yang jelas kita ngikuti perkembangan ya kayak konten orang sukanya apa tapi lagi-lagi kita saring tidak asal orang suka apa terus kita buat kita saring dulu kayak gitu sih
- P : Kemudian zah, ustazah kan kepala sekolah ini mungkin bisa melihat kontribusi pemasaran ini kira-kira ada ga zah peningkatan pendaftaran?
- N : Lumayan sih itu tadi yang saya katakan kalau untuk Alfitia kayaknya lebih kepada yang kalau hasil wawancara itu lebih sepada dari mulut-mulut promosinya meskipun memang tetap ada juga sih, gitu ya saya itu membangun branding, gitu ya. Misalnya nih, orang mengatakan eh, alfittyah itu bagus loh, yuk kita ke situ gitu kan. Tapi kan orang butuh bukti. Nah, bukti itulah dari konten-konten yang kita upload, kayak gitu. Di sosial media itu lebih memuatkan lagi menurut saya kayak gitu.
- P : Berarti tiap tahun meningkat gitu zah?
- N : Alhamdulillah, tahun ini termasuk yang meningkat dari tahun sebelumnya. Batas penerimaan siswa baru sekali masuk itu maksimal 60 maksimal 30 putra 30 putri maksimal itu sudah padat
- P : Ustazah ada faktor internal dalam keberhasilan implementasi SDM?
- N : SDM itu Alhamdulillah disini kita GTK itu 17 paling agak-agak gaptek itu tiga gitu ya. Tiga pertujuh belas intinya eh yang lebih bisa ngonten konten gitu itu lebih banyak daripada yang yang enggak paham itu. Jadi itu peluang sih gitu. Bahkan ketika musim PBDB itu saya menjadwalkan tuh bikin flyer di canva nanti misalnya hari Senin jadwalnya Ustadzah Tri gitu iya, Ustadzah Tri nanti memposting boleh kata-kata mutiara atau apa nanti di share di group nanti kita yang lain tinggal posting kayak gitu.
- P : Selain SDM, ada anggaran ga zah?
- N : Kalau untuk anggaran sejauh ini keikhlasan aja sih. Karena wifikan gratis kan.
- P : Canvanya pro atau tidak?
- N : Masih biasa aja tapi kalau yang pro itu biasanya. Yayasan yang sifatnya pengumuman-pengumuman besar kan yayasan yang buat itu kayaknya mereka udah menganggarkan canva pro
- P : Menurut ustazah ni, Apakah kesiapan media pemasaran itu sudah matang?
- N : Kalau menurut saya sudah sih, tinggal kreativitas membuat konten saja lagi.
- P : Ada tidak pelatihan untuk membuat konten?





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

N : Dulu pernah, kami mendapat pelatihan cara membuat konten. Konten-konten menarik bagaimana menshootingnya, kayak mana apa namanya desain grafisnya. Di LPT ini ada nggak kebijakan atau peraturan khusus terkait pembuatan konten itu?

P : Maksudnya saat pelatihan itu penggunaan anggaran itu keluar enggak Zah?

N : Dari yayasan sih kalau dari kita sendiri belum ada cuma kalau untuk ke siswa itu memang kita adakan motivator bagaimana kita meng-upgrade diri itu kita adakan kita anggarkan di bosnya

P : Di sini kalau ustazah sendiri sebagai kepala sekolah mungkin minta pendapat kira-kira ada nggak dukungan dari Yayasan gitu terkait paksaan pemasaran dukungannya penuh ga zah?

N : Dukungannya bukan dalam bentuk misalnya uang, cuman dalam bentuk misalnya kita butuh nih kayak ucapan atau apa tolong buat fire tolong buat camp fire PBDB ini yang kami-kami rasanya kurang mampu kami minta ke yayasan sudah dibuatkan

P : Terjadwal ga menurut ustazah?

N : Karena sesuai kebutuhan sih enggak terjadwal. Cuman gini, orang tim it yayasan ini ada di grup telegram kami. Nanti kalau kira-kira, oh ini bagus nih untuk dibuat postingan, nanti orang itu yang ngeditkan. Tanpa kami minta.

P : Tidak menekankan kan, dari SMP itu sendiri.

N : Tidak

P : Menurut Ustazah, adakah orang tua yang terlibat untuk membantu Secara sukarela dalam pemasaran digital?

N : Iya, kalau Banyak, penting kami Apalagi disitu ada postingan anaknya Menang apa, gitu kan Atau dengan senang hati. Ada juga memang orang tua tuh Kegiatan-kegiatan yang kita dokumentasikan Dijadikan status WA Postingan di Facebook.

P : Berarti platform yang cukup aktif sekarang apa zah?

N : Al-Fittyah sejauh ini Facebook sama IG Berarti Tiktok ada, tapi Tiktok OSIS sih kurang aktif. Tapi yang udah banyak pengikutnya itu IG lah sama FB

P : Di Al-Fittyah ini ada nggak kebijakan atau peraturan khusus terkait pembuatan konten itu?

N : Ya ada, bahkan kalau misalnya ada guru yang baru masuk itu ditanya alamat akun IG-nya apanya. Jadi guru-guru juga tidak boleh sembarangan. Innya



### 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.

Allah lah guru-guru Al-Fittyah ini gak ada yang kontennya joget-joget. Emang iya diperhatikan latar belakang. Jejak digital itu kan tidak bisa dihilangkan.

Baik zah, ada gak syarat lulus untuk pembuatan konten itu? Gimana gitu?

Yang jelas tidak melanggar aturan keislaman sesuai kaidah keislaman tidak sembarang lah, kayak gitu meskipun itu hanya bercanda-canda. Gak ada di al-fittyah tu, walaupun ini canda ustadz lagi trend stecu-stecu gitu kan kita kalau stecu gak boleh. Itu udah, insya allah tukang editor udah tahu ini gak boleh berlaku di smp, sd semua, kalau itu sit al-fittyah standarnya itu

Kemudian ada gak Sarpras yang mendukung untuk untuk masalah ini?

Kita ada kita menyediakan kayak tripod dulu bahkan ada waktu jaman ada ring yang ada lampunya itu kayak gitu kita sediakan dulu. Tapi dalam waktu dekat ini insya allah ya kalau ada anggaran lebih saya mau beli apa namanya mikrofon bluetooth itu kan. Kita butuhkan di upgrade terus ya, jaringan disediakan setiap kelas ada wifi.

P : Website itu apa semua orang megang gitu zah?

N : Nggak, website saya yang megang. Saya dan tim IT Yayasan, Facebook saya, IG Ustadzah Ulfa, IG OSIS Anak-anak OSIS Ya ada IG OSIS, ada IG SMP juga

P : Indikator terakhir terkait faktor penghambat biasanya ada tantangan atau hambatan itu zah?

N : Ya itu kalau menurut saya tantangannya kadang, sebaiknya kita semua bisa berkonten sih kalau guru-guru sekarang ya, mungkin kalau saya sendiri karena kesibukan itu ya. Ya itu faktor penghambatnya itu kesibukan, tidak bisa fokus, waktu, tapi selagi bisa biasanya, insyaallah saya usahakan. Saya selesaikan seperti itu. Sama.

P : Itu dari ustazah sendiri. Kalau dari siswa atau dari staff yang lain?

N : Sama

P : Guru-guru yang lain itu juga?

N : Iya waktu.

P : Kira-kira ada nggak terbenak dari ustazah untuk memediakan emang khusus di dalam konten?



### 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.

- N : Ya, makanya kalau ke PPDB itu kemarin itu di jadwal. Senin, Selasa, siapa yang mengirimkan. Ini player dari canva, kayak gitu
- P : Kalau kendala teknisi kayak perangkat ataupun eksternal lah di luar manusia itu ada nggak?
- N : Apa ya? Gak ada sih, karena ya memang kalau di sini tuh suka rela aja sih. Kayak HP pun tidak sediakan HP sekolah, HP masing-masing. Belum teranggarkan optimal,
- P : Tapi untuk keterampilan digital udah cukup baik lah ya?
- N : Cukup baik. 85% lah guru sudah bisa ngonten.
- P : Kalau kendala anggaran gimana tu zah?
- N : Terkait kendala anggaran ya itu dia pembelian tripod tadi belum teranggarkan dengan optimal. Misalnya kayak... Pengennya ya, cita-cita saya tuh kayak pengen bikin ruang podcast kayak gitu itu belum terrealisasi, membelikan mikrofon bluetooth atau membuat pelatihan tadi tentang konten, mengonten itu untuk anak-anak ya, belum terrealisasi dengan baik
- P : Berarti di SMA sudah ya zah?
- N : Apanya? Sama aja sih. Kondisinya sama aja. Makanya di sini, kalau udah di Al-Fittyah ini ya bersyukur aja lah. Guru-gurunya memang loyalitasnya tuh tinggi. Betul-betul mengabdikan. Sama-sama kayak gitu ya. Bukan membebankan ke satu orang. Misalnya ini kegiatannya kegiatan Al-Quran. Berarti nanti guru Al-Qurannya membuat konten. Nanti di-share di grup. Nanti tinggal nge-share kayak gitu.
- P : Terkait kendala tadi kan zah, kita sering menemukan persaingan yang ketat antara SMP-SMP lain. Itu menurut ustazah, gimana pendapatnya untuk mengatasi tantangan tadi?
- N : Kalau yang jelas, kita kan punya ciri khas sekolah masing-masing. Dan Al-Fittyah itu ciri khasnya adalah karakter peserta didik. Banyak memang sekolah-sekolah IT yang lain, tapi menurut kami hanya IT, sekedar IT saja. Tidak mendalam, menyeluruh. Jadi kalau kami sih menghadapi itu lebih kemana memberikan kepercayaan ke orang tua. Bagaimana kita benar-benar optimal dalam memberikan pelayanan kepada orang tua dan anak-anak. Hai sekecil apapun masalahnya kalau mau orang tua komplek ya kita hadapi gitu
- P : Disini ada enggak zah pinjaman alat untuk membuat konten-konten digital itu?



**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.

N :  
P :  
N :  
P :

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

Belum ada

Sih atau beli-beli like atau beli followers gitu zah?

Enggak enggak pernah kali ini murni-murni enggak pernah kami biar aja. Kalau ngiklan-ngiklan nggak pernah kami iklan iklan berbayar gitu ya ga pernah

Mungkin itu saja pertanyaan dari wawancara dari saya saya ucapkan terima kasih kepada Ustazah telah sudi menjawab saya akhiri Wassalamualaikum Wr Wb



UIN SUSKA RIAU





#### Lampiran 4

### TRANSKRIP WAWANCARA GURU

Nama : Triwiyanti, S.Si  
 Waktu : 10.00 WIB  
 Hari : Kamis, 17 Juli 2025  
 Lokasi : Ruang Kelas

P : Baiklah, bismillahirrahmanirrahim. Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.. Sebelumnya, perkenalkan ustazah, nama saya anugrah adisti dari uinsuska. Di sini izin mewawancarai ustazah sebagai guru di smp it al-fityyah. Di sini saya ingin mewawancarai terkait judul skripsi saya, ustazah, terkait implementasi pemasaran digital di sekolah ini. Dan di sini saya ingin menaikkan topik bagian perencanaan terlebih dahulu kepada ustazah. Jadi di sini saya ingin bertanya nih ustazah, apakah ustazah dilibatkan dalam mengetahui strategi untuk pemasaran digital di sekolah ini enggak ustazah?

N : Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh. Pemasaran digital itu maksudnya seperti apa

P : Melalui via sosial media atau website gitu zah.

N : Tentang ppdb sekolah pengenalan gitu ya promosinya ustazah dilibatkan

P : Kalau boleh tahu dalam bentuk bagaimana dilibatkan ustazah

N : Kalau yang di pemasaran digital di sekolah kita ini dalam rangka menyampaikan ke masyarakat kemudian share lewat media sosial kayak di facebook di wa kan orang tua gitu kan nah itu sih tapi kalau yang mengupdate-update kan biasanya di kepala sekolah yang menginginkan kan sama tim humasnya.

P : Tapi disini ustazah humas juga ya ustazah?

N : Ustazah kan di bagian kurikulum

P : Lanjut ke pertanyaan berikutnya bagaimana sih pandangan ustazah terkait pentingnya pemasaran digital untuk sekolah ini ustazah?

N : Kalau menurut ustazah ya, kalau digital hari ini karena memang kita berbasis it ya, dan sekarang kan juga orang-orang banyak melihat via media sosial ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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.

sangat penting gitu ya untuk mengetahui perkembangan sekolah kita di luar gitu kan. Karena memang mempermudah sebenarnya dengan menggunakan digital tadi, banyak ya orang-orang yang mengenal sekolah kita gitu kan lewat instagram. Terutama kan untuk anak-anak gen z hari ini ya. Kan dia pemasarannya lebih enak aksesnya lewat sosial media. Dibanding dia harus datang capek, panas gitu kan. Kalau media sosial buka instagram. Oh ini ya smp it al-fittyah yang lebih mudah gitu ya. Sangat penting.

Lanjut ke topik berikutnya ustazah terkait pelaksanaannya menurut ustazah apakah ustazah pernah berpartisipasi dalam kegiatan promosi digitalnya?

Pernah

Membuat kontennya juga pernah?

Jadi kegiatan-kegiatan siswa kalau yang dibuat kemarin itu yang kegiatan anak-anak di labor kita kerjasama dengan mipa unri kita buat video kita share lewat status lewat instagram, lewat facebook.

Kemudian bagaimana sih cara ustazah mendukung kegiatan pemasaran ini di luar kelas?

N : Kalau di luar kelas itu tadi dengan membantu meng-share kegiatan-kegiatan siswa yang ada di sekolah kan kita share ke grup-grup yang kita miliki, ke orang lain supaya memang sekolah kita ini dikenal dengan orang-orang yang ada di sekitar kita baik yang di daerah kita maupun yang di luar daerah

P : Disini ustazah aktif media sosial gak?

N : Aktif sih, tapi di facebook aja instagram pernah, cuma lihat-lihat gitu aja karena memang itu tadi ya tugas yang banyak jadi untuk mengakses media sosial itu kalau tiktok belum ada akunnya fokus facebook lah facebook sama instagram wa gitu kan.

P : lanjut ke topik evaluasi ustazah apakah guru-guru disini termasuk ustazah pernah dimintai untuk masukan atau evaluasi gitu ustazah terkait bentuk promosi?

P : Ada jadi memang kita dibuat evaluasinya bagaimana apa namanya pendapat gitu kan atau apa namanya tentang ini kita menggunakan promosi digital gimana gitu apakah siswanya jauh lebih banyak atau malah menurun gitu kan ya itu dievaluasi. Kalau memang ternyata lebih baik lebih mendukung maka kita lanjutkan gitu kan tapi walaupun gimana hari ini memang digital itu wajib ya

Biasanya masukan atau pendapat tadi sebelum diposting atau sesudah?



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

N : sesudah evaluasi itu sesudah ya kan nanti gimana evaluasinya nah kalau terkait tentang ini apa namanya bagaimana ininya kan. Bagus ga ini untuk di-share itu sebelum juga ada juga. Jadi sesudah juga gimana feedbacknya dengan share-share video iklan-iklan yang kita buat itu terhadap masyarakat sekitar kita kalau sebelum itu kan ini layak nggak untuk kita post di media sosial seperti itu.

P : Menurut ustazah ini melihat promosi digital yang udah terjadi nih adakah yang perlu ditingkatkan gitu ustazah?

N : Ada sih kalau menurut ustazah ya terkait pertama kadang dengan ini kita digital ini kan komunikasi itu kurang ter ini ya hubungan komunikasi dua arah tadi ya kalau dengan digital kan fokus tapi kita kadang tidak kenal orangnya nah ini kan yang perlu kita apa namanya kesulitan itu tadi ya yang dihadapi itu ya penggunaan ya penggunaan itu kemudian terkait dengan jaringan juga ya kan paket-paket ini juga gitu kan. Nah itu juga kadang kita enggak ada jaringan kan

P : Kalau untuk dari orangnya gitu sedang saja udah mahir atau ahli gitu?

N : Kalau disini sudah ahli lah kayaknya ya emang rata-rata kan dah itu mainan ya bahkan anak-anaknya juga luar biasa ya kalah guru-gurunya sudah luar biasa hanya tinggal mempoles aja memperbaikinya mana yang ini bagus nggak ini layak nggak gitu ya tapi hampir rata-rata kayaknya kalau masalah digital ini sudah ini

P : Lanjut ke topik faktor pendukung nih ustazah menurut ustazah gimana sih melihat kesiapan guru-guru disini menghadapi sistem digital di lingkungan kerja?

N : Alhamdulillah kalau di masalah siapnya sudah siap hanya tinggal beberapa orang lah ya guru-guru yang senior gitu kan paling kalau dihitung dari 16 satu atau dua orang gitu ya kalau lainnya insya allah udah satu orang sih kayaknya. Ada satu pun saatnya itu udah lumayan baik bagus ini ya satu orang lah jadi dari 16 itu dua orang lah ya. Tapi punya satu itu tiktoknya lebih hebat lagi dari ustazah walaupun usianya udah 50-an ya. Lebih hebat lagi dari ustazah juga tiktokan juga dia kan lebih mudah menjangkau satu oranglah mungkin yang agak ini.

P : Kemudian ada enggak zah di sini pelatihan terkait digital marketing?

N : Ada, nanti ustad samsul mubarak tuh, dia gak ada disini, dia di sma

P : Putusan dari yayasan ya?

N : Iya , beliau biasanya yang terkait tentang promosi digital

P : Itu untuk promosi smp aja atau yayasan?



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

N: Seluruhnya, dari tk, ra, paud sampai ke sma itu semua beliau.

P: Tim atau individu itu ustaz samsul?

Tim. Ustaz samsul itu dia sendiri nanti ada timnya. Koordinatornya. Nanti di masing-masing sekolah itu ada orang-orangnya tim-tim beliau yang juga bekerja nanti beliau yang membuat ini semua. Di bawah koordinator beliau ustaz samsul. Jadi di atas ustaz samsul itu ada ustaz khairullah yang bagian riset dan teknologi itu. Di bawahnya ada ustaz samsul mubarak, ada ustaz mukhlis kalau di smp ini ada ustazah aya bagian komputer, di sma ada ustaz amri, di sd itu ada ustaz fatu, ada ustaz siapa ya kalau di sini ada ustazah aya sama ustazah ulfa yang biasa aktif di digital di paud ada ustazah tria gitu kan jadi ada tim-timnya cuman di seluruh itu ya ustaz hamsul itulah yang koordinasinya tentang promosi digital ini.

Topik terakhir ustazah terkait faktor penghambat menurut ustazah ada enggak mengalami kesulitan gitu dalam beradaptasi dengan sistem manajemen atau promosi digital sekolah?

N : Ya kalau di kesulitannya itu pertama kan kita kadang masih menggunakan apa kamera siswa, hp siswa nah itu yang belum kita miliki kan. Jadi rencana di tahun ini itu kita anggarakan untuk kita memiliki kamera sendiri digitalisasi khusus. Karena kalau di siswa ini kan sulit ketika transfer data kan karena kan nanti ada di osis itu yang bagian dokumentasi mereka menyimpan gitu kan data-data itu cuman kadang kan gak sesuai kadang ada sebagian yang hilang kayak gitu itu sih. Kemudian yang kedua itu jaringan sama paket data kadang kalau yang dekat sama wifi ini bisa lah dia dapat kalau pas lagi jauh disana paket datanya gak ada jadi insya allah di tahun ini mau diadakan sama kepala sekolah insya allah

berarti perbaikan sarana prasarana. Terakhir, menurut ustazah kendala terbesar dalam pelaksanaan promosi dalam bentuk digitalnya ada gak?

ya itu tadi, sarananya itu tadi yang kita belum punya. Punya tapi mungkin belum optimal. Maksudnya tidak sesuai dengan kapabilitas yang dibutuhkan maksudnya ada tapi gak bisa mencakup untuk ini semuanya. Ibaratnya sarana dan perasaran itu belum mencukupi nah itulah sebenarnya kan seharusnya kalau kita lihat di sekolah-sekolah yang itu kan ada sendiri ini untuk kamera ini terus ini untuk yang digital printing itu sebenarnya. Tapi kalau itunya ada kan jadi kendala kan kalo kita pake hp-hp kita kayak gini kan penuh dan hasilnya ga sempurna, ga sesuai yang kita inginkan kan. Enaknya kalo promosi digital ini memang dia menarik tampilan fotonya bagus, update selalu, kayak gitu. Itu sebenarnya yang maksudnya.





**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.

P : © **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim**

Itu dari yayasan pernah diusulkan nggak zah?

Pernah kalau dari yayasan sudah ada jadi kalau dari yayasan kalau semuanya mau pakai kan ga cukup jadi makanya setiap unit kalau bisa ada gitu ya kan lagi diusahakan sedang diusahakan

terima kasih saya ucapkan kepada ustazah telah meluangkan waktu untuk saya wawancarai saya akhiri wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh



UIN SUSKA RIAU



Lampiran 5

TRANSKIP WAWANCARA WALI MURID

Nama : Titi Antin  
Waktu : 10.20 WIB  
Hari : Minggu, 05 Oktober 2025  
Lokasi : Rumah Narasumber

P: Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh  
Sebelumnya bu perkenalkan Nama saya Adisti Dari UIN Suska Jurusan MPI  
Semester 9 disini saya izin Mewawancarai ibu Disini sebelumnya kalau boleh  
tahu Dengan siapa saya berbicara  
N: Dengan ibu Titi Antin  
P: Dengan ibu Titi Disini saya ingin mewawancarai terkait kait pemasaran  
digital di SMP Al-Fityah Bu. disini Ibu sebagai orang tua kandung ya Bu dari  
murid yang sekolah di SMP Al-Fityah langsung saja disini saya bertanya Bu  
terkait bagaimana Ibu mengetahui informasi terkait sekolah Al-Fityah Bu  
N: baik ya karena Ibu coba jawab ya jadi informasi tentang sekolah Al-Fityah ini  
karena anak saya kan ada tiga yang pertama satu dan dua juga alumni dari Al-  
Fityah. Tapi sebelum masuk memang pertama kali kita dapat informasi itu  
dari teman-teman ayahnya Vika yang anaknya sudah sekolah disitu tapi  
karena waktu itu kami mau memasukkan anak ke SMA itu yang pertama itu  
karena kami waktu itu di Jogja ya SMP nya kemudian mau memasukkan anak  
SMA ke Al-Fityah itu setelah dari konfirmasi teman-teman kemudian kita  
searching tentunya ya di media sosial ya searching bagaimana Al-Fityah itu  
kemudian lokasinya dimana gitu ya kapan ininya pendaftaran dan lain  
sebagainya. Jadi setelah ada informasi dari teman kemudian kita cari  
informasi lebih lanjut itu juga melalui media  
P: kalau boleh tahu bu media sosialnya itu apa facebook kah instagram kah atau  
google saja  
N: Kalau tidak salah dulu ya Saya agak lupa karena udah lumayan lama Tapi  
yang Itu kita semua dari berbagai Ini ya misalnya Facebook ya Kalau tidak  
salah ya Terus Searching juga di google. Nah terus karena anak ibu Yang  
sekarang SMP ini Kebetulan karena dia SD nya dari Al-Fityah Sehingga  
informasi itu Langsung didapatkan dari sekolah Tetapi juga ada brosur Ada  
ini gitu. Sekarang juga untuk SMA Karena dia kan ini sekarang kelas 3 ya  
Anak ibu kan sekarang kelas 9 Itu juga waktu Kami pertemuan orang tua Itu  
juga diberi juga Informasi melalui brosur Seperti itu ya. Brosur disitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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:

- 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.

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

kemudian juga Dicantumkan disitu ada laman Tentang link yang bisa kita akses gitu.

oke cukup untuk pertanyaan pertama selanjutnya itu terkait pentingnya peran pemasaran digital dalam mendapatkan informasi kepada ibu sendiri gimana? memang sekarang eranya itu kan digitalisasi ya digital itu kan memang banyak kelebihanannya dibandingkan dengan sebelum digital ya nomor satu jangkauannya kita bisa luas ya, tidak hanya orang tua, juga cepat juga mungkin dari segi biaya percetakan dan lain sebagainya sudah tidak ada dan juga bisa menampilkan lebih menarik lagi misal video-video gitu ya kemudian ya berbagai macam informasi gitu jadi ya memang sekolah harus sudah beralih memanfaatkan media digital

terjawab selanjutnya Ibu ada nggak ngeliat dari bagian promosi digital di Alfitriah ini sedikit menonjol daripada sekolah lain atau terlihat sama saja gitu sebenarnya masing-masing promosi sekolah itu kan punya ini masing-masing ya maksudnya apa yang mau ditonjolkan branding yang berbeda-beda kalau Al-Fityah kan tentunya karena dia sekolah yang juga istilahnya berbasis juga ada agamanya gitu ya dan juga sekolahnya setiap kegiatan itu mesti ada misalnya kegiatan anak-anak nih kemudian dia upload video-videonya gitu sehingga kita tahu juga kegiatan anak-anak tuh aktivitasnya sehari-hari apa saja gitu misalnya kemah atau misalnya bahkan upacara hari Senin seperti itu ya pembagian reward-reward bagi siswa yang mungkin rajin mungkin berprestasi atau dalam satu minggu itu juga sudah di-upload di media gitu ya kadang menyebarkan juga pakai WhatsApp grup ke orang tua kemudian di ig-nya dan lain sebagainya gitu

Berarti ya karena media sosial juga layakkan bu Ibu melihat kemudian berlanjut ke topik berikutnya terkait pengalaman dalam mengakses nih Bu Apakah Ibu tuh mendapatkan informasi melalui media digital selain WhatsApp gitu ada nggak

Websitenya ya Kemudian instagram. Nah juga Ya mungkin kalau Grup whatsapp itu kan kita mudah aksesnya ya Kemudian ya ig juga Kadang anak-anak juga Ya membuka itu juga Melihat ininya Aktivitas kadang mereka tahu juga dari Ig nya gitu

Mudah dipahami gak?

Insya Allah, Iya ya mungkin karena aktivitas-aktivitas kegiatan belajar mengajar, kegiatan aktivitas anak-anak misalnya gitu

kemudian pertanyaan berikutnya untuk waktu penggunaan ibu mengakses media digital itu apakah termasuk sering atau tidak?

untuk di Al-Fityah ya sebenarnya kalau sering atau tidak sebenarnya pada saat kita mau mencari informasi tentu ya tentang Alfityah kayak misalnya ini nih mau mendaftarkan anak gitu ya mencari informasi tentang SMA pendaftarannya kapan kemudian juga ya sebenarnya gak bisa kita tentukan sering atau tidak tapi kadang-kadang pas ada event-event tertentu yang coba kita lihat ininya gitu videonya gitu

Baiklah Keperanyaan berikutnya Menurut ibu Terbantu gak dengan adanya Pemasaran digital Di Alfitriah terkait Keunggulannya tadi



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

N: Ya Sebenarnya sangat terbantu Karena digital ini kan bisa menampilkan Banyak informasi ya Dan juga bisa dikemas dengan Video-video yang menarik Sebenarnya gitu sehingga kita tidak keunggulannya ya terutama kita tidak mesti harus datang dulu ke sekolah gitu ya kita bisa melihat berbagai informasinya dari situ gitu bahkan sebenarnya pendaftaran pun juga sudah melalui media digital gitu jadi kita tidak mesti harus datang dulu ke sana kemudian ini tapi bisa mencari informasi awal atau ininya dari digital itu gitu berarti cukup amat terbantu ya kan Bu langsung ke topik berikutnya yaitu bagian evaluasi disini menurut ibu promosi digital yang saat ini itu udah cukup efektif belum untuk memberikan gambaran nyata terkait kualitas yang sekarang ini.

N: anak pun juga sudah bisa dia membuat video-video itu kan.

P: berarti sudah cukup efektif ya bu?

tinggal diperbaiki mana yang kurang aja kalau seandainya ada salah

P. 2. Terkait pertanyaan berikutnya Menurut ibu informasi Yang udah ibu Dapatkan itu ada gak Yang masih kurang ditampilkan Untuk pemasaran

N  Dari yang ditampilkan Di sini ya Di digital ya

Iyaa Dari google

№ Maksudnya ini platform medianya ya

P: Atau yang kurang atau terkait kurang detail informasi informasi manajemennya atau administratornya

N: kalau misalnya mungkin informasi-informasi sekarang ini kan mau penerimaan baru kan PBDB itu kan sudah berjalan tapi kan masih ada gelombang-gelombang berikutnya malah kan gelombang satu Nah sekarang kan nanti akan masuk ke gelombang berikutnya Jadi mungkin bisa ditingkatkan Informasinya saja gitu Sehingga orang lain kan selain Media sosial juga Mesti dibarengi dengan Ini loh maksudnya Menyampaikan secara Personal gitu ya. Karena Ya pengalaman saya misalnya Tahu dari orang dulu baru kemudian kita Cari kadang kita kan gak tahu Al-fityah itu dimana atau ada Sekolah Al-Fityah itu dimana gitu tapi kalau rekom dari teman-teman kan misalnya, oh di Al-Fityah aja nah baru kita cari tahu gitu kan, karena swasta yang Islam terpadu kan juga banyak. nah jadi kalau yang belum mengenal sih perlu juga lah kita share ini mungkin kan ya jadi maksud saya tuh selain media digital kan sudah bagus juga nih ya, tinggal di ya di evaluasi saja kalau soalnya ada yang kurang, kemudian Mendekati penerimaan murid baru ini Juga mungkin volume ini Mesti ditingkatkan gitu ya Dan informasinya juga mesti Ditambah yang sekiranya masih Kurang jelas kurang detail gitu.

Selanjutnya itu terkait Pemasaran digital Di sekolah ini itu Pernah gak bu menjadi Salah satu pertimbangan untuk Ibu dalam memilih sekolah untuk anak ibu?

ya kalau melihat dari iklan-iklan atau pro ini ya video-video yang ditampilkan bahwa kita kan bisa tahu informasi kegiatan-kegiatan itu dari itu ya media itu ya misalnya tadi kan videonya anak-anak itu kegiatannya misalnya apa gitu di sekolahnya gitu nah itu kan kita tahu dari situ kalau di brosur itu kan cuma informasi-informasi ya foto gitu ya kalau di itu kan bisa menarik kita tahu apa





#### 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.

yang kegiatan mereka lakukan gitu ya jadi bisa menjadi salah satu pertimbangan dia juga ya karena kan dari situ kita banyak dapat informasi gitu kalau video yang iya yang video yang ditampilkan gitu kan kita bisa tahu misalnya nanti tesnya itu ada baca Al-Quran dulu atau ada tes-tes ibadahnya misal gitu ya nah itu.

Berarti menjadi pertimbangan besar lah ya Bu.

Bisa menjadi pertimbangan karena orang pasti mencari informasi lebih detailnya kan di situ ya.

Selanjutnya ke topik faktor pendukung pemasarannya nih Bu. Menurut Ibu, apa, mungkin ini sama seperti pertanyaan di pengalaman tadi Bu. Yang menjadi kelebihan sekolah Al-Fityah ya nih Bu dalam hal promosi digital dibandingkan dengan sekolah lain atau sekolah anak-anak anak ibu yang sebelumnya

yang digital ini apakah apa namanya tadi?

apakah ada kelebihan kalau tidak ada itu tidak apa-apa

ya sebenarnya itu tadi ya masing-masing sekolah kan dia juga menonjolkan ciri khasnya masing-masing di dalam media digital itu gitu lah ya kualitasnya gitu kalau dibandingkan sekolah lain kalau dari segi tampilan sih ya mungkin tidak jauh beda lah ya. Tetapi kan kita nanti pertimbangannya Dari faktor lain Misalnya oh kalau Al-Fityah ni kayaknya Sekolahnya kayaknya bagus lah Pendidikan agamanya Nah gitu. Kemudian ya dibantu Kalau menurut saya sih Dengan sekolah lain Karena Saya kan Karena memang sudah di Al-Fityah anak ya Jadi tidak mencari informasi di sekolah Dari media sosial Maksudnya dari sekolah yang lain Sekolah yang lain itu karena Misal cuma kita bandingkan dengan Yang di Jawa Misalnya mungkin Kalau itu kan Beda lagi aksesnya. Maksudnya kan karena mereka Kalau di Jawa persaingannya juga mungkin Lebih besar. Misal contohnya Kita mau masuk ke SMA. Ini anak saya kan tadi baru daftar nih tapi belum tahu juga nanti dia lolos atau ndak gitu ya. ini kan SMA IT ini berita SMA IT ini kan PPDB ini kan kita bisa bandingkan tapi kan tentu ini kalau di Jawa mungkin kita bukan termasuk persaingan yang disini gitu itu ya. ya Beda jadikan eh ini yang SMA yang karena kakaknya dulu sini sekolahnya. karena sebenarnya anaknya yang minta gitu anaknya yang minta dia dia karena mungkin dia mau pengalaman di luar tapi di Al-Fityah juga dia rencana mau daftar juga gitu loh nah Tapi dia pun Pilihan sekolah lain itu juga karena dia Tidak begitu ini ya Al-Fityah paling gitu Nah gitu

Lanjut saja Bu ke pertanyaan berikutnya Terkait peran komunikasi Antara pihak sekolah ke Ibu Dalam mendukung keberhasilan Pemasaran Ibu Jadi mungkin ini maksudnya Ibu ada gak Bu Kayak membantu mempromosikan pemasaran digital ini ke teman-teman ibu

Kalau pemasaran digital saya mungkin belum Tetapi dari segi komunikasi langsung Misalnya ngobrol sama teman-teman gitu ya Mungkin tidak menawarkan langsung Tetapi cerita misalnya anak saya sekolah disini loh Disini kayak gini kayak gini gitu kan. Nah nanti kan orang biasanya akan searching tuh di digitalnya gitu Kalau yang selama ini Kalau Karena kan



#### 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 masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teman-teman sih mungkin ya Kalau via whatsapp kalau yang jauh ya Kalau yang dekat ya Secara langsung aja gitu Personal gitu Cuma kalau yang jauh ya Palingan misalnya dimana Anaknya sekolah Di Al-Fityah kayak gitu Tapi ibu bisa Tanya seperti itu ibu ada menjelaskan Kalau mau tahu Di internetnya ini Facebooknya ini gitu

Kalau itu mungkin ga yaa Tapi misalnya WA video kita kirim Kayak gitu. Karena kalau WhatsApp kan Angkanya agak lebih mudah diakses ya Orang setiap hari baca Apa namanya Baca WA gitu. Kadang-kadang kalau kita orang dah tua nih kan Jarang juga buka IG misalnya gitu kan atau atau apa ya bukan mungkin Facebook gitu

berarti peran ibu tidak terlalu terlonjol ya kan bu

kalau dari media digital sih mungkin saya mempromosikannya tidak lebih banyak ke langsung ya karena kan mungkin temen-temen juga banyak ada di kampus ataupun ngobrol-ngobrol mbak anaknya sekolah dimana atau bu sekolah dimana ada di AlFityah gitu Karena banyak juga anak-anak dosen juga kan rasanya yang sekolah di situ gitu.

Lanjut ke topik terakhir nih Bu tentang faktor penghambat. Menurut Ibu pernah nggak Bu, Ibu mengalami kesulitan dalam mengakses informasi Al-Fityah itu Bu terkait entah informasi, eh terkait penghambatnya itu entah dari jaringannya atau sering ngelek atau apa gitu

rasanya enggak ya kalau maksudnya penghambat kesulitan sih kurasa enggak ya itu juga enggak ya

berarti ibunya lancar dan tidak mengalami kesulitan Terkadang kan ada wali murid yang memang mungkin di bawah ekonominya kan Bu. Jadi nggak punya HP. Yang HPnya itu memang punya anaknya doang sekolah.

Saya pribadi sih rasanya nggak ya. Karena kan misalnya dari HP kita bisa gitu. Kalau di rumah juga akses internet kan ada. Malahan justru kalau di tempat kerja di kampus itu kadang-kadang malahan jaringannya yang jelek. Kurang mendukung. Tapi kalau di rumah sih kita... kalau di kampus, misalnya pas itu kalau nggak bisa ya di rumah aja karena di rumah lebih lancar di kampus kan banyak yang menggunakan jaringannya kadang kurang untuk pertanyaan berikutnya sekaligus pertanyaan terakhir menurut ibu ada nggak ibu yang bisa ditingkatkan kayak saran untuk sekolah gitu, agar promosi digital itu lebih menarik dan lebih mudah diakses segala penjuror jenis orang tua nih Bu orang tua yang gaptek ataupun non gaptek itu ya menurut saya walaupun kita mengandalkan 100% pada digital juga mesti dibantu sama yang lain ya karena keterbatasan digital itu kan kadang orang nggak bisa aksesnya itu karena mungkin nggak punya HP kemudian

kini asal tidak di maaf tidak pandai mengakses kemudian juga ya kalau ini kan mungkin Gaptek ya tapi kalau anak-anaknya sih mungkin yang gen Z itu ya mungkin enggak Gaptek tapi masih dibarengi dengan promosi yang lain tapi di Al-Fityah itu saya udah lihat itu pakai brosur juga gitu jadi tidak hanya dia menampilkan di Medsos atau secara digital tapi juga dibarengi dengan ada brosur karena saya juga ada dapat brosurnya gitu ya kemudian ada lembaran-lembaran yang bisa kita pelajari Cuma nanti untuk terkait



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

brostur Sebelum di Apa namanya Dipublikasikan itu mungkin ya Tampilannya aja agak di Di percantik lagi gitu ya Sama Informasi-informasi yang penting. Tetapi ya itu tadi Sebenarnya tidak bisa 100% mengandalkan digital Tapi ya walaupun Dominan digital ya Karena kan dia bisa menjangkau orang banyak gitu ya mempermudah juga tetapi bagi yang mungkin orang tua yang ini bisa juga dibarengi dengan tapi Al-Fityah itu juga sudah melakukan. karena saya sudah dapat juga brosturnya.

pertanyaan di luar ini lah Bu berarti Ibu menurut Ibu sendiri apakah Ibu termasuk orang tua murid yang paham internet banget gak bu?

karena mengikuti ini ya sebenarnya kalau yang digital kayak platform anak muda misalnya tiktok dan lain sebagainya saya gak terlalu ini tetapi kalau internet digital itu kita mesti harus paham ya karena juga nomor satu sesuai dengan bidang saya informasi juga kita mesti tidak bisa lepas juga dari itu gitu ya. cuma kalau anak muda kan cepat sekali ini ya kita ini kan generasi yang itu tidak bisa seperti mereka gitu kalau mereka kan kadang-kadang tiktok dan lain sebagainya itu cepat gitu. ya cuma kalau kita sih tergantung kebutuhan aja kalau misalnya kayak yang medsos nya paling cuma facebook gitu-gitu aja tiktok seperti gitu enggak terlalu ini gitu. cuma kalau Kalau yang lain, misalnya kan, informasi yang lain tetap kita masih mencari informasi mengandalkan di digital tadi. Ya, contoh kan kita tidak bisa mengakses misalnya di tempat yang jauh kan, tidak mungkin kita ke sana. Kan otomatis sekarang pasti dari internet. Itu sebenarnya peluang juga untuk Al-Fityah bisa dikenal lebih luas dari tempat lain. Tidak hanya pekanbaru untuk mempromosikan sekolahnya. Manfaatkan digital itu.

berarti saran ibu harus terus dikembangkan gitu ya

iyaa soalnya bisa menjangkau anak-anak tidak hanya di Panam gitu ya mungkin ya tapi lebih mungkin luar yang agak luas lah gitu jangkauannya kemudian ibu menurut ibu apakah ibu ini kan tadi anda ibu masih SMP nih ibu menyarankan kan bu kalau anak-anak yang lain tuh sekolah di Al-Fityaah juga

karena sebenarnya anak saya itu kan tiga-tiganya juga alumni Al-Fityah ya dari yang pertama. yang pertama tuh SMA-nya di Al-Fityah, yang kedua itu SMP-nya dari Al-Fityah, yang ketiga ini kan SD SMP-nya di Al-Fityah. sehingga ibaratnya kalau kita menitipkan anak itu sudah mempercayakan dilihat dari tiga orang anak saya punya itu kan semuanya di Al-Fityah, berarti kan kita merasa bahwa kita percaya dengan sekolah itu dan merasa mungkin selama ini kita nyaman dengan sekolah itu sehingga tiga anak itu bisa kita katakan alumni Elvitia walaupun nanti ada yang ini tapi mereka semua bisa kita katakan alumni karena kakaknya ya nomor satu SMA nya dari Al-Fityah, terus anak saya nomor dua itu SMP nya Al-Fityah yang nomor tiga ini kan SD nya Al-Fityah SMP nya juga Al-Fityah gitu.

tapi yang terakhir ini Ibu rekomendasi enggak untuk masuk Al-Fityah?

ya sebenarnya kita kita tanya anaknya dulu dia maunya kemana ya terus anak saya tuh minta daftar juga di Al-Fityah gitu terus ada pilihan sekolah lain yang dia mau gitu jadi kita coba kasih dia pemahaman kalau mau disekolah itu ya





#### 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.

harus begini-begini kalau mau di Al-Fityah lagi ya begini tapi kita dan anak saya pun juga mungkin dia tidak kalaupun memilih sekolah negeri misalnya MAN gitu ya tapi kalau SMP IT SMA IT swasta yang lain sih dia kayaknya belum punya referensi gitu ya selain dari Al-Fityah ya tapi kecuali kalau misalnya man itu kan ya harus negeri kan misalnya MAN 2 misalnya atau MAN 1, MAN 3 gitu karena itu tetapi kalau selain MAN itu ya kalau yang IT nya yang swasta Iya dia ga punya referensi selain Al-Fityah ya dan kita pun kalau misalnya dia tidak di negeri tapi tetap IT juga ya pasti di Al-Fityah juga gitu

Berarti mengutamakan Islami yaa

ya karena Karena kita merasa bahwa anak-anak itu ya itu yang perlu ya kalau mengejar akademik itu kan bisa ini aja tapi kalau bekal gitu ya bekal ke pengetahuan agama kemudian lingkungan di sekolahnya juga gitu itu juga kan yang perlu kita perhatikan gitu. Jadi ya memang karena kalau kita pun mendampingi dia pelajaran agama juga kan kita tidak punya kemampuan seperti guru-gurunya gitu dan kemudian juga lingkungan disitu kan membentuk masih lingkungannya juga gitu ya mengajarkan ininya gitu jadi sehingga kita ya mempercayakan disitu gitu

baiklah mungkin itu tadi sesi wawancara pada Bu Titi, terima kasih wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh





Lampiran 6

TRANSKIP WAWANCARA MURID

Nama : Azalea Mahira  
Waktu : 09.30 WIB  
Hari : Kamis, 23 Oktober 2025  
Lokasi : Ruang Osis

P : Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh Di sini saya sedang mewawancarai Salah satu murid Dari SMP Al-Fitiah Yang mana Namanya?  
N : Nama saya Azalea Mahira Atau Akrab di Sapa Zaza Saya kelas 9B  
P : Baiklah disini langsung saja saya ingin menanyakan Terkait tentang Pemasaran digital sekolah Pemasaran digital sekolah. Yang pertama terkait pandangan tentang pemasaran digital sekolah. Di sini menurut Zaza pernah gak ngeliat promosi sekolah ini di medsos gitu seperti website atau platform digital lainnya?  
N : Kebetulan Zaza sering melihat banyak postingan-postingan baik di Instagram, di Facebook atau di TikTok. Mungkin tidak secara unit tapi secara keseluruhan di SIT Al-Fityah. Jadi SIT Al-Fityah itu merupakan gabungan dari TK/RA, SD, SMP, dan SMA. Kebanyakan bidang dari situ.  
P : Oke, jadi seperti mencakupin keseluruhan gitu ya kan. Oke, lanjut saja. Kemudian yang kedua ini menurut zaza promosi digital sekolah itu lebih menarik nggak dibandingkan promosi biasa?  
N : Kayak yang manual gitu seperti sepanduk, brosur, atau berdasarkan cerita dari orang lain  
P : mungkin kalau lihat di media sosial untuk zaman sekarang karena kita tuh berada di zaman digital kayaknya promosi di media sosial tuh lebih menarik gitu karena sering kita lihat dan dapat dijangkau banyak orang dibandingkan kalau brosur atau diperkenal-perkenalan itu tuh kadang dari lingkup yang kecil aja kayak kenalan-kenalan kita atau yang lain-lain, tapi kalau media sosial biasanya itu tuh lebih banyak mencangkup area gitu. Lebih luas dan ya lebih menarik dan lebih efektif lah.  
N : Baiklah selanjutnya yaitu terkait tentang apa sih yang menurutmu itu paling menarik dari promosi digital di sekolah ini gitu?  
P : Mungkin dari Video kegiatannya Kalau di Al-Fityah itu Kegiatannya Yang divideokan itu Dan dipost dan disebarluaskan Itu selalu kegiatan-kegiatan Yang menarik sekali. Jadi Walaupun orang dari HP saja sudah bisa merasakan Seseru apa gitu Kegiatan yang kita laksanakan Itu Ya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi undang-undang UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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 masa

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:

- 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.

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

- N : Baiklah, selanjutnya terkait pengalaman dan keterlibatan zaza. Yang pertama, apakah jajah pernah dilibatkan dalam pembuatan konten promosi digital sekolah?
- P : Pernah, dari kelas 7 zaza sudah aktif di sekolah dan sekarang dari kelas 8 sampai kelas 9 ustazah sudah mempercayai zaza sebagai jika tidak menjadi modeling dalam pembicara diisi video atau Zaza lebih dijobkan ke kameramen atau editornya ya jadi sering dilibatkan lah
- N : oke selanjutnya yaitu terkait bagaimana perasaan Zaza saat sekolah Zaza ini dipromosikan melalui media sosial atau platform digital
- P : perasaan Zaza senang karena sejauh cerita memandang ya menurut orang atau alumni-alumni itu Al-Fitr itu sekolah yang katanya ketinggalan tapi nyatanya orang yang banyak gak tahu kalau sebenarnya sekolah kita nih modern banget gitu jadi cuma apa kendalanya karena sekolah kita nih jarang dipublikasikan saja tapi Alhamdulillah sekarang sekolah ini udah mulai gencar lagi udah mulai aktif lagi buat mempublikasikan kegiatan jadi menurut Zaza, Zaza senang sih jadi orang-orang yang awalnya anggap kalau bahasanya itu remeh gitu, akhirnya mereka bisa terlihat gitu sama mereka dari media sosial tuh. oh ternyata Al-Fityah tu gak tertinggalan itu ya ternyata mereka tuh juga ngelakuin kegiatan-kegiatan yang bahkan sekolah mereka gak lakuin gitu
- N : oke selanjutnya itu terkait menurut Zaza, apakah promosi digital sekolah ini membuat teman-teman zaza yang di luar tuh jadi lebih mengenal sekolah zaza
- P : mungkin mungkin saja banyak teman-teman di luar sana yang sekiranya kenalan zazalah ya mungkin ya mereka jadi lebih tahu tentang sekolah ini mereka jadi yang mungkin mereka awalnya memang mereka enggak menganggap apapun. maksudnya tuh biasa aja gitu sama sekolah tapi gara-gara ada promosi-promosi Kayak gitu orang tuh jadi punya respect tertentu gitu Punya respect tersendiri ke sekolah.
- N : Baiklah selanjutnya terkait evaluasi promosi digital Yang pertama itu pertanyaan terkait Apakah informasi yang ditampilkan di media sosial atau website sekolah itu Sudah sesuai dengan kenyataan yang kamu alami nih sebagai siswa? Apakah ada pencitraan di dalam pembuatan promosi gitu?
- P : Sejauh ini Kalau rasa Zaza belum, gak ada Dan insya Allah Tidak akan pernah ada Karena mau sepencitra apa Pencitraan apapun Memang kegiatannya sebagus itu Menurut Zaza ya. Jadi kalau misalnya dikatain pencitraan pun Kayaknya enggak Karena memang kegiatannya memang bagus. Hal yang orang remehkan itu Ya mungkin itu opini yang memang Punya keterbelakangan Busuk hati aja Tapi Kalau jujur dari diri sendiri Saya merasa kalau kegiatan-kegiatan Di sekolah itu tuh Sangat-sangat amat efektif. Dan apa yang mereka bagikan pun Ya memang seperti itu Karena sekolah tuh selalu membagikan Kata-kata Penyejuk, kata-kata yang rohani Dan memang seperti itu Kenyataannya di sekolah
- P : Oke Kemudian disini menurut zaza, apa yang sebaiknya ditambah atau diperbaiki dari promosi digital sekolah agar lebih menarik bagi para calon siswa baru di luar sana



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

N : mungkin seperti seperti di upgrade lagi tim IT nya mungkin ya karena sejujurnya kalau melihat sekolah-sekolah yang modern lainnya mereka tuh punya Tim IT nya sendiri, jadi bukan Siswa atau guru yang mengajar Yang punya tim IT itu. karena tim IT itu Memang digaji untuk Untuk mempublikasikan sesuatu. Jadi mereka gak perlu ngajar lagi Mereka fokus di bidangnya masing-masing. Kalau guru nih Guru kita jadikan bidang IT Tentu guru itu punya bebannya sendiri. Jangan pula kita menambah-nambah Beban guru lagi, nah Atau misalnya kita beratkan ke Siswa yang OSIS, remaja Masjid, pramuka atau lain-lain. Karena siswa pun sama dengan guru Punya bebannya masing-masing. Kalau misalnya Ada Pembahasan baru mungkin zaza mau sekolah ini punya Tim IT khususnya sendiri, Diperbaiki Dan ditambah. Baiklah selanjutnya disini Apakah zaza ngerasa bangga Jika sekolah zaza itu dikenal banyak orang Melalui promosi digital?

P : Bangga sekaligus senang.

N : Oke selanjutnya yaitu faktor pendukung. Disini menurut zaza Ada gak kelebihan sekolah zaza dalam hal promosi digital Di banding sekolah-sekolah lain gitu?

P : Mungkin kalau kelebihan dari sekolah-sekolah lain Itu sebenarnya tergantung opininya. Tapi kalau menurut Zaza Bisa diakui Sekolah lain memang sudah lebih maju Selangkah daripada sekolah ini. Tapi Majunya selangkah mereka bukan berarti Kita akan ketinggalan 100 langkah di belakang. Justru itu jadi motivasi kita Bahwa kita harus memacu satu langkah itu tadi. Jadi Kalau kelebihan Kelebihan dalam dunia digital Mungkin belum efektif belum sempurna, belum perfect tapi secara dalam secara internalnya, sekolah sudah memberikan yang terbaik

P : Baiklah, selanjutnya yaitu apakah guru, teman atau alumni sekolah ini itu ikut berperan penting dalam pembuatan promosi digital yang lebih menarik?

N : Hmm belum terlihat sih, alumni-alumni gitu ya memang cuman siswa-siswa yang ada di sekolah ini. Kalau alumni sudah sibuk sama urusan sendiri.

P : Kalau guru berarti ikut juga berperan?

N : Guru berperan, berperan aktif.

P : Jadi di sini kalau sekitar mahasiswa, sekitar siswa yang SMP itu kira-kira di kelas-kelas rentan berapa yang ikut dalam pembuatan promosi? Kelas berapa? kalau sekarang kan guru tuh udah mengasih wewenang penuh ke OSIS buat bikin videonya ya jadi kami sebagai OSIS tuh menganggap kalau pembuatan-pembuatan video tuh gak boleh ada hal-hal yang menyangkut senioritas atau hak istimewa jadi waktu beberapa bulan kemarin kami buat video PPDB kami buat itu video Dari kelas 7 ada, kelas 8 ada Kelas 9 ada, jadi adil Rata semuanya gak ada hak istimewa Tertentu. Jadi kami gak Cuma mengambil yang berjabatan Tinggi atau apa, tapi kami memang Mengambil anak-anak Yang memang mau dan Mungkin mereka belum dikasih kesempatan Buat hal-hal Jabatan gitu

P : Baiklah terakhir terkait tentang faktor penghambat. nah disini apakah ada hal yang menurut zaza ngehambat promosi digital sekolah nih kayak yang zaza sebutin tadi mungkin dari tim IT selain itu ada gak?





#### 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 masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N : ada kalau menurut zaza yang menghambat promosi digital sekolah nih banyak guru tuh yang kadang kadang mohon maaf guru tuh gak menerima hal-hal modern seperti misalnya simple aja kayak Kayak lagu misalnya. Guru tuh selalu sensi ya ke hal-hal lagu. Kayak lagu tuh ya harus seperti apa. Tapi gak salah juga. Tapi rasanya kalau kita dihidup di zaman modern sekarang. Kayaknya kalau membawa agama-agama sekali gitu tuh. Itu tuh jadi kita ketinggal gitu. Ya kurang update aja. Orang tuh gak mau ngeliat. Karena yang orang biasa liat yang seperti ini gitu. Tapi mungkin kita bisa ikutin yang seperti orang-orang liat tadi. Tapi kita juga harus tahu batasannya Seperti apa, mungkin itu sih yang menjadi Hambatan

P : Oke, pertanyaan terakhir nih. Menurut zaza, bagaimana sih cara agar Promosi digital sekolah Ini tuh bisa lebih seru dan Lebih disukai anak-anak seumuran zaza nih

N : Mungkin buat Video, kalau sekarang tuh lagi Trend bikin poster video, poster Pemenang lomba itu dibuat Kayak foto estetik gitu loh Kayak foto dari atas tangga Terus dia pegang piala Terus elegan lah desainnya. Itu tuh lebih menarik perhatian audience Mungkin kita tuh bisa niru Hal-hal yang kayak itu. Nah itu tadi kembali lagi ke kita tuh harus Punya tim IT-nya sendiri. Kalau kita beratkan ke orang-orang Yang tidak profesional Sama aja enggak orang mau lihat. Kayak Kalau video juga, video, poster, pokoknya tuh bikin semenarik mungkin yang memang seperti ini loh yang mau dilihat orang-orang tuh. Nggak bikin yang membosanim gitu loh. Kalau target kita memang mau dilihat orang, mau dikenal sama orang, mau orang ini tahu sama sekolah kita. Kalau itu ya targetnya.

P : Baiklah, mungkin itu saja hasil dari wawancara saya ke zaza. Sekian saya akhiri hari ini wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh





## Lampiran 7

### DATA KEPALA SEKOLAH

1. Bagaimana proses perencanaan strategi pemasaran digital dilakukan di sekolah ini?	Kalau di Al-Fittyah ya, untuk digital itu biasanya kita ada yang di naungi yayasan, kemudian ada yang dipegang oleh unit sendiri, dan ada di program organisasi siswa. Ada tiga itu. Kemudian kalau website itu biasanya ada sendiri tim IT Yayasan yang mengelola cuma kalau untuk sumber berita kita yang memberikannya
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan tersebut?	Yang jelas ada tim IT Yayasan, kemudian kepala sekolah tim IT unit SMP, dan tim organisasi siswa-siswi.
3. Apakah sekolah memiliki tim khusus atau staf yang menangani pemasaran digital?	Wakasis nanti ada, kami kan ada tim PBDB, tim PBDB itulah yang nanti mengelola semua urusan-urusan itu
4. Bagaimana sekolah menentukan target pasar (misalnya orang tua calon siswa)?	Target pasar kita yang jelas wali murid, dosen, yang kerja di rumah sakit sesuai yang selama ini masuk. Makanya kemudian target kita juga generasi yang kalau Facebook itu kan generasi kelahiran 90 ke atas. Kemudian IG, TikTok. Nah kalau untuk IG, TikTok yang mengelola ada sendiri kalau Facebook nanti ada lagi sendiri.
5. Apa saja tujuan utama dari pemasaran digital yang direncanakan oleh sekolah?	Supaya mencakup lebih luas lagi. Kalau kita hanya lewat konvensional mungkin tidak bisa menjangkau orang-orang yang jauh.
1. Bagaimana strategi pemasaran digital tersebut dijalankan secara maksimal?	Kalau untuk saat ini maksimalnya masih belum. Masih belum maksimal sekali gitu ya karena kayak Facebook itu kan saya sendiri kepala sekolah yang mengelola. Kadang karena kesibukan tidak terupload dengan baik. Kemudian untuk yang siswa juga namanya masih dikelola anak-anak itu ya harus sering diingatkan. Ayo ini mana videonya gitu. Itu juga PJ-PJ yang lain itu harus sering diingatkan, karena dengan kesibukan itu kan, jadi kalau tidak diingatkan banyak yang lupa, banyak yang tertunda uploadnya
2. Apa saja bentuk kegiatan pemasaran digital yang dilakukan sekolah ?	Ya biasanya tuh kegiatan-kegiatan siswa yang kita liput buat konten-konten, memang kegiatannya memang anak berjalan sesuai tidak kita buat-buat sesuai yang terjadi aja kayak pagi anak-anak berbaris itu kita rekam, kemudian anak-anak

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 mengemukakan 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:

- 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.

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

© Hak Cipta dilindungi undang-undang UIN Suska Riau	tasmi' al-Qur'an, anak-anak intensif al-Qur'an, kita tidak menyeting, biar saja berjalan apa adanya, record alami
3. Seberapa sering konten atau informasi tentang sekolah dipublikasikan secara digital?	Sering, ngonten setiap hari sih kayaknya. Tapi ada juga yang nggak mau gitu ya.
4. Apakah sekolah menggunakan jasa pihak ketiga (misalnya digital marketing digital)?	Nggak, belum ada.
5. Bagaimana respon masyarakat atau calon orang tua murid terhadap pemasaran digital yang dilakukan?	Alhamdulillah lah banyak yang terbantu banyak yang nggak tau banyak lah yang mendukung. Cuman kalau Al-Fittyah ini kan orang udah mengenal sekolah karakter, itu yang lebih tajam itu sebenarnya kalau untuk promosi itu dari mulut ke mulut. Testimoni orang tua itu yang lebih, ketika nanti di wawancara PBDB, ditanya dapat info dari mana? Dari ini orang tua ini, saudara saya ada di sini
1. Bagaimana sekolah mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital yang telah dilaksanakan?	Ada. Kalau untuk konten-konten ini biasanya tim IT Yayasan kayak gitu, misalnya oh ini kurang pantas untuk diposting, kalau sudah terposting disuruh hapus kita hapus. Cuman kalau untuk unit SMP biasanya saya.
2. Apakah ada indikator atau tolok ukur keberhasilan pemasaran digital yang digunakan?	Bukan standar keberhasilan yang terutama standar upload-an ya yang jelas tidak melanggar kaidah-kaidah keislaman, kemudian apa namanya tidak melanggar norma. Kayak gitu. Insya Allah kita gak ada sih yang konten joget-joget kayak gitu. Itu harus terevaluasi kayak gitu, atau bahkan musik yang mengiringi juga ada standarnya. Tidak boleh musik DJ-DJ kan anak sekarang kan kontennya DJ-DJ kan musiknya di CapCut. Tapi itu kalau di Al-Fittyah gak sembarangan juga gitu.
3. Apakah ada perubahan strategi yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi?	Kalau yang jelas kita ngikuti perkembangan ya, kayak konten orang sukanya apa, tapi lagi-lagi kita saring. Tidak asal orang suka apa terus kita buat, kita saring dulu kayak gitu sih
4. Sejauh mana pemasaran digital berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pendaftar atau siswa baru?	Lumayan sih, itu tadi yang saya katakan kalau untuk Al-Fittyah kayaknya lebih kepada yang kalau hasil wawancara itu lebih kepada dari mulut ke mulut promosinya, meskipun memang tetap ada juga sih. Sosial media itu lebih memuatkan lagi menurut saya. Alhamdulillah, tahun ini



### 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 masa
  - 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.

<p>© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau</p>	<p>termasuk yang meningkat dari tahun sebelumnya. Batas penerimaan siswa baru sekali masuk itu maksimal 60, maksimal 30 putra 30 putri. Maksimal itu sudah padat.</p>
<p>1. Apa saja faktor internal yang mendukung keberhasilan implementasi pemasaran digital di sekolah ini?</p>	<p>SDM itu Alhamdulillah di sini kita GTK itu 17, paling agak-agak gaptek itu tiga. Tiga pertujuh belas. Intinya yang lebih bisa ngonten itu lebih banyak daripada yang enggak paham. Jadi itu peluang sih. Bahkan ketika musim PBDB itu saya menjadwalkan bikin flyer di Canva, nanti misalnya hari Senin jadwalnya Ustadzah Tri, nanti memposting boleh kata-kata mutiara atau apa, nanti di-share di grup, nanti kita yang lain tinggal posting kayak gitu.</p>
<p>2. Bagaimana Bapak/Ibu melihat kesiapan SMP Al-Fityah Pekanbaru dalam penting dalam pelaksanaan pemasaran digital?</p>	<p>Kalau menurut saya sudah sih, tinggal kreativitas membuat konten saja lagi.</p>
<p>3. Apakah ada dukungan dari pimpinan sekolah atau yayasan yang menjadi faktor penting dalam pelaksanaan pemasaran digital?</p>	<p>Dukungannya bukan dalam bentuk uang, cuman dalam bentuk misalnya kita butuh nih kayak ucapan atau apa, tolong buat flyer PBDB ini. Yang kami-kami rasanya kurang mampu kami minta ke yayasan, sudah dibuatkan</p>
<p>4. Bagaimana peran siswa, guru, atau alumni dalam membantu promosi digital sekolah?</p>	<p>Ada beberapa guru itu hobinya ngonten. Dia minimal di-upload di akun pribadinya, itu berpengaruh juga sih. Ada juga orang tua, kalau ada postingan anaknya menang apa, dengan senang hati mereka share di status WA atau Facebook</p>
<p>5. Apakah SMP Al-Fityah Pekanbaru memiliki kebijakan khusus yang mendorong penggunaan sistem manajemen berbasis digital?</p>	<p>Ya ada, bahkan kalau misalnya ada guru yang baru masuk itu ditanya alamat akun IG-nya apanya. Jadi guru-guru juga tidak boleh sembarangan. Insya Allah lah guru-guru Al-Fityah ini gak ada yang kontennya joget-joget. Jejak digital itu kan tidak bisa dihilangkan.</p>
<p>6. Bagaimana kondisi sarana dan prasarana teknologi informasi di sekolah, seperti komputer, jaringan internet, dan server?</p>	<p>Kita ada menyediakan kayak tripod, dulu bahkan ada ring light. Dalam waktu dekat ini insya Allah ya kalau ada anggaran lebih saya mau beli mikrofon bluetooth. Kita butuhkan di-upgrade terus ya, jaringan disediakan setiap kelas ada wifi.</p>
<p>7. Apakah sekolah menyediakan perangkat khusus bagi guru atau</p>	<p>Gak ada sih, karena ya memang kalau di sini tuh suka rela aja sih. Kayak HP pun tidak sediakan HP</p>





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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 masa
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

staf untuk mendukung kerja digital mereka?	sekolah, HP masing-masing. Belum teranggarkan optimal.
1. Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam menerapkan pemasaran berbasis digital?	Kalau menurut saya tantangannya kadang, sebaiknya kita semua bisa berkonten sih. Kalau guru-guru sekarang ya mungkin kalau saya sendiri karena kesibukan itu ya. Ya itu faktor penghambatnya itu, kesibukan, tidak bisa fokus, waktu.
2. Apakah terdapat kendala teknis, seperti keterbatasan perangkat, jaringan internet, atau kurangnya keterampilan digital?	Apa ya? Gak ada sih.
3. Apakah ada kendala dalam hal anggaran atau pembiayaan untuk pemasaran	Terkait kendala anggaran ya itu dia, pembelian tripod tadi belum teranggarkan dengan optimal. Pengennya ya, cita-cita saya tuh kayak pengen bikin ruang podcast, membelikan mikrofon bluetooth atau membuat pelatihan tadi tentang konten, itu belum terrealisasi dengan baik
4. Bagaimana sekolah mengatasi tantangan-tantangan tersebut?	Guru-gurunya memang loyalitasnya tinggi, betul-betul mengabdikan. Sama-sama kayak gitu ya. Misalnya ini kegiatannya kegiatan Al-Qur'an, berarti nanti guru Al-Qur'annya membuat konten, nanti di-share di grup, nanti tinggal nge-share kayak gitu.





Lampiran 8

DATA WAKA HUMAS

1. Se jauh mana keterlibatan Wakil Kepala Humas dalam mendukung perencanaan pemasaran digital yang diputuskan oleh kepala sekolah?	Membantu memberikan saran-saran yang mana kira-kira momen-momen yang layak untuk ditampilkan di media digital dan memastikan ya bahwa hal-hal yang ditampilkan itu memang layak untuk ditampilkan, bukan sekedar ngepost tapi videonya nggak bagus gambarnya nggak bagus. Jadi saling memastikan lah dulu kalau yang video ini udah memang layak, ini layak gitu ya sebelum dipost, saling mengkoreksi satu dengan yang lain.
2. Bagaimana proses komunikasi antara kepala sekolah dan bidang humas dalam menerjemahkan strategi digital menjadi langkah-langkah teknis?	Kalau biasanya kita disini ya kalau yang untuk di-post di media digital itu kan untuk pengambilan gambar atau videonya. Biasanya kan kita amanahkan kepada seseorang, terkadang ada orang yang diamanahkan itu bisa langsung sampai selesai pengeditan untuk diterbitkan, terkadang ada juga nggak bisa. Kalau yang nggak bisa ini biasanya cenderung kepala sekolah langsung yang turun tangan mengeditnya. Setelah itu sebelum dia post biasanya yang udah dibuat itu dia dikirim ke grup yang udah disepakati. Setelah itu saling mengkoreksi, oh ini lagi yang mau ditambahkan atau ini yang perlu dikurangi atau segala macam.
3. Menurut Anda, bagaimana peran humas dalam memperkuat pesan digital yang dirancang oleh pimpinan sekolah?	Kalau peran kami mungkin ikut melanjutkan informasi-informasi digital yang diberikan tersebut. Kalau umpamanya di media sosial mungkin share ulang, kalau yang di web ya bantu juga gitu share webnya, ini loh berita-berita di webnya SMP gitu.
1. Apa bentuk kontribusi konkret humas dalam menyukseskan pelaksanaan promosi digital sekolah?	Bentuk konkretnya nyatanya yang digital ya, yang digital termasuk media sosial tukan sosial ya itu tadi, satu nge-share ulang atau saya nge-share sesuatu yang kira-kira bisa membawa nama Al-Fityah. Saya tag nama SMPIT Al-Fityah. Habis itu biasanya kalau untuk mempromosikan sekolah, saya melayani orang-orang yang japri dengan baik dan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

2. Dilarang mengemukakan 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:

- 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.

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

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Berikan informasi yang baik dan benar terhadap apa-apa yang ditanyakan oleh orang-orang tersebut.
2. Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan dan penyebaran konten promosi digital (misalnya di media sosial)?	Kalau kita di sini ya semua guru itu harus terlibat. Semaksimal mungkin kalau di media sosial itu ikut nge-like lah, semaksimal mungkin. Kalau enggak ya share ulang gitu lah. Kalau enggak ya kalau dia membuat konten dia menyetag media sosialnya SMP. Untuk website itu sekarang memang yang sering mengaktifkan itu ustadz Samsul Mubarak, posisinya di bawah naungan humas dan riset Al-Fityah.
3. Bagaimana humas memastikan bahwa informasi yang disampaikan di platform digital tetap sesuai dengan identitas dan citra sekolah?	Salah satunya saya rajin melihat media sosial, melihat apa-apa yang di-share di media sosial tersebut.
1. Apakah humas turut memberikan laporan atau masukan kepada kepala sekolah terkait efektivitas konten promosi digital?	Kalau pernah dilakukan survei zaman ustadz Muklis, kalau keterkaitan PPDB, tidak banyak kontribusi media sosial itu untuk memasukkan peserta didik di sekolah. Kebanyakan peserta didik di SMP ini karena ada saudaranya di SMP ini, makanya dia masuk ke SMP. Yang lihat media digital itu sangat sedikit. Kalau umpamanya ada 40 peserta didik, paling banter ada 3 orang yang lewat media sosial, lebihnya itu karena ada saudaranya di Al-Fityah, kalau enggak karena tetangga dengan orang Al-Fityah, keluarga besar Al-Fityah.
2. Bagaimana tanggapan dari masyarakat atau calon wali murid yang diterima langsung oleh bagian humas dalam pemasaran digital sekolah ini?	Kalau selama ini yang berjalan, kalau kita datang umpamanya yang datang PPDB ditanya “dari mana taunya tentang ini?”, ya tadi oh iya tetangga kami itu anaknya sekolah di Al-Fityah. Ini dari mana? Oh iya dari ustazah ini, ini dari mana? Kan ada saudaranya di sini. Yang media sosial itu memang sedikit baru yang menyatakan dia melihat informasi Al-Fityah lewat web, oh iya lihat FB-nya, Instagram-nya, itu sangat sedikit. Tapi kebanyakan karena ada saudaranya di Al-Fityah.
3. Apakah bagian humas terlibat dalam pengumpulan data atau	Iya, terlibat. Apalagi udah beberapa tahun ini kan saya memang yang terlibat sama PPDB,



#### 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.

umpan balik dari publik untuk bahan evaluasi kepala sekolah?	jadi sedikit banyaknya kan nanya, “dari mana ibu dapat informasinya?” oh dari sini.
1. Bagaimana Anda melihat dukungan kepala sekolah terhadap kerja tim humas dalam menjalankan promosi digital?	Oh iya dong, kita selalu saling support satu dengan yang lain. Selagi itu baik untuk sekolah kita ya kita akan selalu saling mendukung satu dengan yang lain.
2. Apakah tersedia pelatihan atau pengarahan dari pimpinan kepada humas untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital?	Kalau ini kami, karena di Al-Fityah ini kemarin ini ada tim IT kayak untuk web itu memang orang IT tuh yang mengajarkan. Kumpul di sini saya, kepala sekolah, ada beberapa orang lagi langsung tim itu ngajarkan. Gini loh cara buka-bukanya webnya, mem-pengupload di web begini. Ada timnya gitu yang ajarkan sama-sama belajar bareng.
3. Apakah Anda merasa fasilitas dan infrastruktur teknologi saat ini sudah cukup membantu pekerjaan humas dan kepala sekolah dalam pemasaran digital?	Sudah cukup memadai. Internet ada, gadget ada, untuk membuat video konten-kontennya segala macam sangat-sangat memadai. Yang mungkin kurang memadai mungkin waktunya itu untuk mengelola itu semua.
1. Apa tantangan terbesar yang dihadapi humas dalam mendukung promosi digital yang diarahkan oleh kepala sekolah?	Kalau di sini tantangan terbesarnya waktu, pengelolaan waktunya. Karena memang padatnya pekerjaan itu yang dilaksanakan lebih penting daripada membuat konten digital, akhirnya terabaikan buat konten digital. Karena banyak hal-hal yang lebih penting, yang lebih mendesak harus dikerjakan daripada buat konten digital.
2. Apakah terdapat kendala antar tim ketika menyampaikan atau menyebarkan konten promosi digital?	Belum ada tim spesialnya. Jangankan unit, untuk Al-Fityah-nya itu aja belum ada tim khususnya. Masih rangkap jabatan semua, belum ada orang yang dikhususkan. Kalau di sekolah tertentu kan memang ada nih orang khusus bikin konten aja kerjanya ambil video, olah videonya, bikin konten, share itu. Ya kita belum ada.
3. Bagaimana Anda mengatasi keterbatasan waktu, SDM, atau informasi dalam mendukung pemasaran digital?	Kalau ada momen tertentu yang kira-kira memang harus diviralkan di media sosial, maka di sini sebelum pelaksanaan momen tersebut akan diberi amanah, “eh antum tolong ya, antum dokumentasikan.” Contoh kemarin open house, open house itu nggak dikasih amanah nih, ustazah tolong ya nanti ada ustazah Dwi.



Akhirnya selesai momen open house itu tidak beberapa lama ustazah Dwi nge-share kan, ini loh video open house kita tadi. Tinggal kami nge-share. Jadi kalau ada acara lagi, tolong dong kasih amanah nih. Kalau pun tidak guru mungkin ustadz tadi kasih amanah, tolong ya ambil-ambil foto-fotonya. Nanti ada yang bagian mengeditnya, yang lainnya tinggal nge-share. Itu juga kayak buat player-player, template-template itu udah disediakan, tinggal nempelin apanya gitu. Ada template bakunya, kayak untuk tasmi' itu kan udah ada template bakunya, tinggal ngasih foto nama segala macem.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

#### 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 9

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## DATA GURU

1. Apakah guru dilibatkan atau mengetahui strategi pemasaran digital yang dirancang sekolah?	Kalau yang di pemasaran digital di sekolah kita ini dalam rangka menyampaikan ke masyarakat, kemudian share lewat media sosial kayak di facebook, di WA orang tua gitu kan. Nah itu sih. Tapi kalau yang meng-update-update kan biasanya di kepala sekolah sama tim humasnya
2. Bagaimana pandangan Anda mengenai pentingnya pemasaran digital bagi kemajuan sekolah?	Kalau menurut ustazah ya, digital hari ini penting sekali. Karena memang kita berbasis IT, dan orang-orang sekarang banyak melihat via media sosial. Jadi mempermudah orang mengenal sekolah kita lewat instagram, facebook. Apalagi anak-anak gen Z ya, mereka lebih suka akses sosial media daripada datang langsung. Jadi sangat penting.
1. Apakah Anda pernah berpartisipasi dalam kegiatan promosi digital sekolah, seperti membuat konten pembelajaran atau testimoni?	Pernah. Misalnya kegiatan anak-anak di labor kerjasama dengan MIPA Unri, kita buat videoanya lalu dishare lewat status, instagram, facebook.
2. Bagaimana guru mendukung kegiatan pemasaran digital di luar kelas?	Pernah. Misalnya kegiatan anak-anak di labor kerjasama dengan MIPA Unri, kita buat videoanya lalu dishare lewat status, instagram, facebook.
3. Apakah guru diminta aktif di media sosial sekolah?	Aktif sih, tapi ustazah lebih di facebook. Instagram kadang cuma lihat-lihat aja. Tiktok belum ada akun. Jadi fokusnya facebook, instagram, sama WA
1. Apakah guru pernah dimintai masukan atau evaluasi terkait promosi digital sekolah?	Ada. Kita diminta evaluasi bagaimana promosi digital ini, apakah siswanya lebih banyak atau malah menurun. Kalau lebih baik ya lanjut. Memang digital ini wajib ya hari ini
2. Menurut Anda, apa yang bisa ditingkatkan dari strategi pemasaran digital sekolah?	Ada sih. Pertama kadang komunikasi dua arahnya kurang ya kalau lewat digital. Kita kadang tidak kenal langsung dengan orangnya. Terus jaringan juga kadang jadi masalah, paket data juga. Itu yang perlu ditingkatkan
1. Bagaimana Anda melihat kesiapan guru dalam menghadapi	Alhamdulillah kalau soal kesiapan sudah siap. Dari 16 guru mungkin cuma satu dua orang aja yang agak kesulitan, yang senior-senior.

### 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.

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

sistem digital di lingkungan kerja?	Selebihnya insyaAllah sudah siap. Bahkan ada guru yang usianya 50-an tapi lebih hebat lagi main tiktok dari ustazah.
2. Apakah ada pelatihan terkait digital marketing yang diberikan kepada guru?	Ada. Biasanya ustaz Samsul Mubarak yang dari SMA itu. Beliau koordinator promosi digital dari yayasan, jadi semua unit dari TK sampai SMA ada tim-timnya. Di SMP ini ada ustazah Aya sama ustazah Ulfa yang biasa aktif di digital.
1. Apakah Anda mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan sistem manajemen atau promosi digital sekolah?	Ada. Pertama kita masih pakai kamera siswa atau HP siswa. Jadi belum punya kamera sendiri. Kadang transfer data juga susah, ada yang hilang. Yang kedua soal jaringan dan paket data, kadang kalau jauh dari wifi susah aksesnya.
2. Menurut Anda, apa yang menjadi kendala utama dalam pelaksanaan promosi digital di sekolah ini?	Ya itu tadi, sarana prasarana. Ada tapi belum optimal. Harusnya ada kamera sendiri, digital printing, dan peralatan yang memadai. Kalau pakai HP hasilnya nggak sempurna. Padahal promosi digital itu kan harus menarik, fotonya bagus, update terus. Jadi kendala utamanya di sarana



Lampiran 10

© 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.

DATA MURID

1. Apakah kamu pernah melihat promosi sekolah ini di media sosial, website, atau platform digital lainnya?	Kebetulan Zaza sering melihat banyak postingan-postingan baik di Instagram, di Facebook, atau di TikTok. Mungkin tidak secara unit, tapi secara keseluruhan di SIT Al-Fityah. Jadi SIT Al-Fityah itu merupakan gabungan dari TK/RA, SD, SMP, dan SMA. Kebanyakan dari bidang itu.
2. Menurutmu, promosi digital sekolah lebih menarik dibandingkan promosi biasa (spanduk, brosur, atau cerita dari orang lain)? Mengapa?	Mungkin kalau lihat di media sosial untuk zaman sekarang, karena kita tuh berada di zaman digital, kayaknya promosi di media sosial tuh lebih menarik gitu. Karena sering kita lihat dan bisa dijangkau banyak orang dibandingkan kalau brosur atau pengenalan itu tuh kadang dari lingkup kecil aja kayak kenalan-kenalan kita. Tapi kalau media sosial biasanya itu tuh lebih banyak mencakup area gitu. Lebih luas dan ya lebih menarik dan lebih efektif lah.
3. Apa hal yang menurutmu paling menarik dari promosi digital sekolah (misalnya foto kegiatan, video, testimoni, atau prestasi sekolah)?	Mungkin dari video kegiatannya. Kalau di Al-Fityah itu, kegiatannya yang di video kan itu dan dipost dan disebarluaskan itu selalu kegiatan-kegiatan yang menarik sekali. Jadi walaupun orang dari HP aja sudah bisa merasakan seseru apa kegiatan yang kita laksanakan itu.
1. Apakah kamu pernah dilibatkan dalam pembuatan konten promosi digital sekolah (misalnya ikut tampil di video, foto kegiatan, atau memberikan testimoni)?	Pernah. Dari kelas 7 Zaza sudah aktif di sekolah dan sekarang dari kelas 8 sampai kelas 9 ustazah sudah mempercayai Zaza, jika tidak jadi modeling, jadi pembicara di isi video, atau Zaza lebih di jobkan ke kameramen atau editornya. Jadi sering dilibatkan lah.
2. Bagaimana perasaanmu saat sekolahmu dipromosikan melalui media sosial atau platform digital?	Perasaan Zaza senang, karena sejauh cerita memandang ya, menurut orang atau alumni-alumni itu Al-Fityah itu sekolah yang katanya ketinggalan. Tapi nyatanya banyak orang yang gak tahu kalau sebenarnya sekolah kita ini modern banget. Jadi kendalanya karena sekolah kita jarang dipublikasikan aja. Tapi Alhamdulillah sekarang sekolah ini udah mulai gencar lagi, udah mulai aktif lagi buat mempublikasikan kegiatan. Jadi menurut Zaza, Zaza senang sih, jadi orang-orang yang awalnya anggap remeh gitu akhirnya mereka bisa lihat dari media sosial, "oh ternyata Al-Fityah tuh





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

<p>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>gak ketinggalan ya, ternyata mereka tuh juga ngelakuin kegiatan-kegiatan yang bahkan sekolah lain gak lakuin.”</p>
<p>3. Menurutmu, apakah promosi digital sekolah membuat teman-temanmu di luar jadi lebih mengenal sekolahmu?</p>	<p>Mungkin iya, banyak teman-teman di luar sana yang sekiranya kenalan Zaza lah ya mungkin, mereka jadi lebih tahu tentang sekolah ini. Mereka yang awalnya biasa aja gitu sama sekolah, tapi gara-gara ada promosi-promosi kayak gitu orang tuh jadi punya respect tertentu gitu, punya respect tersendiri ke sekolah.</p>
<p>1. Apakah informasi yang ditampilkan di media sosial atau website sekolah sudah sesuai dengan kenyataan yang kamu alami sebagai siswa?</p>	<p>Sejauh ini kalau rasa Zaza belum, gak ada, dan insya Allah tidak akan pernah ada pencitraan. Karena mau sepencitra apapun, memang kegiatannya se bagus itu. Jadi kalau misalnya dikatain pencitraan pun kayaknya enggak, karena memang kegiatannya memang bagus. Hal yang orang remehkan itu ya mungkin opini dari orang yang punya pandangan negatif aja. Tapi kalau jujur dari diri sendiri, saya merasa kalau kegiatan-kegiatan di sekolah itu sangat amat efektif, dan apa yang mereka bagikan pun ya memang seperti itu. Karena sekolah tuh selalu membagikan kata-kata penyejuk, kata-kata yang rohani, dan memang seperti itu kenyataannya di sekolah.</p>
<p>2. Menurutmu, apa yang sebaiknya ditambah atau diperbaiki dari promosi digital sekolah agar lebih menarik bagi calon siswa baru?</p>	<p>Mungkin seperti di-upgrade lagi tim IT-nya, karena sejujurnya kalau melihat sekolah-sekolah yang modern lainnya, mereka tuh punya tim IT-nya sendiri. Jadi bukan siswa atau guru yang mengajar. Tim IT itu memang digaji untuk mempublikasikan sesuatu. Jadi mereka gak perlu ngajar lagi, mereka fokus di bidangnya masing-masing. Kalau guru kita jadikan bidang IT tentu guru itu punya bebannya sendiri, jangan pula kita menambah-nambah beban guru lagi. Atau misalnya dibebankan ke siswa yang OSIS, remaja masjid, pramuka, atau yang lain-lain, karena siswa pun sama dengan guru, punya beban masing-masing. Jadi kalau bisa, sekolah ini punya tim IT khusus sendiri, diperbaiki dan ditambah.</p>
<p>3. Apakah kamu merasa bangga jika sekolahmu dikenal banyak orang melalui promosi digital?</p>	<p>Bangga sekaligus senang</p>
<p>1. Menurutmu, apa kelebihan sekolahmu dalam hal</p>	<p>Mungkin kalau kelebihan dari sekolah-sekolah lain itu sebenarnya tergantung opininya. Tapi kalau menurut Zaza, bisa diakui sekolah lain memang</p>





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<p>promosi digital dibanding sekolah lain?</p>	<p>sudah lebih maju selangkah daripada sekolah ini. Tapi majunya selangkah mereka bukan berarti kita akan ketinggalan 100 langkah di belakang. Justru itu jadi motivasi kita bahwa kita harus memacu satu langkah itu tadi. Jadi kalau kelebihan dalam dunia digital, mungkin belum efektif, belum sempurna, belum perfect, tapi secara internalnya sekolah sudah memberikan yang terbaik.</p>
<p>2. Apakah guru, teman, atau alumni ikut berperan penting dalam membuat promosi digital lebih menarik?</p>	<p>Belum terlihat sih alumni-alumni gitu ya, memang cuma siswa-siswa yang ada di sekolah ini. Kalau alumni sudah sibuk sama urusan sendiri. Tapi kalau guru, berperan, berperan aktif. Sekarang guru tuh udah mengasih wewenang penuh ke OSIS buat bikin videonya, jadi kami sebagai OSIS tuh menganggap kalau pembuatan-pembuatan video tuh gak boleh ada hal-hal yang menyangkut senioritas atau hak istimewa. Jadi waktu beberapa bulan kemarin kami buat video PPDB, kami buat video dari kelas 7 ada, kelas 8 ada, kelas 9 ada. Jadi adil, rata semuanya, gak ada hak istimewa tertentu. Kami gak cuma mengambil yang berjabatan tinggi, tapi juga anak-anak yang mau dan mungkin belum dikasih kesempatan.</p>
<p>1. Apakah ada hal yang menurutmu menghambat promosi digital sekolah (misalnya jarang update, kurang kreatif, atau keterbatasan fasilitas)?</p>	<p>Ada. Kalau menurut Zaza yang menghambat promosi digital sekolah nih, banyak guru tuh yang kadang-kadang, mohon maaf, gak menerima hal-hal modern. Misalnya simple aja kayak lagu. Guru tuh selalu sensi ya ke hal-hal lagu, kayak lagu tuh harus seperti apa. Tapi gak salah juga. Tapi rasanya kalau kita hidup di zaman modern sekarang, kayaknya kalau membawa agama-agama sekali gitu tuh, itu jadi kita ketinggal gitu, ya kurang update aja. Orang tuh gak mau ngeliat, karena yang orang biasa liat ya yang seperti ini. Tapi mungkin kita bisa ikutin yang seperti orang-orang liat tadi, tapi juga harus tahu batasannya seperti apa. Mungkin itu sih yang jadi hambatan.</p>
<p>2. Menurutmu, bagaimana cara agar promosi digital sekolah bisa lebih seru dan lebih disukai anak-anak sekumuranmu?</p>	<p>Mungkin buat video, kalau sekarang tuh lagi tren bikin poster video pemenang lomba, itu dibuat kayak foto estetik gitu loh. Kayak foto dari atas tangga, terus dia pegang piala, terus elegan lah desainnya. Itu tuh lebih menarik perhatian audiens. Mungkin kita bisa niru hal-hal kayak gitu. Tapi kembali lagi, kita tuh harus punya tim IT-nya sendiri. Kalau kita</p>

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



beratkan ke orang-orang yang tidak profesional, sama aja orang gak mau lihat. Jadi video, poster, pokoknya bikin semenarik mungkin, yang memang seperti ini loh yang mau dilihat orang-orang tuh. Jangan bikin yang membosankan. Kalau target kita memang mau dilihat orang, mau terkenal, mau orang tahu sekolah kita, ya itu tadi targetnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

#### 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



Lampiran 11

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

## DATA WALI MURID

<p>1. Bagaimana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui informasi tentang sekolah ini (misalnya melalui media sosial, website, iklan digital, atau rekomendasi)?</p>	<p>Informasi tentang sekolah Al-Fityah ini karena anak saya kan ada tiga, yang pertama dan dua juga alumni dari Al-Fityah. Tapi sebelum masuk memang pertama kali kita dapat informasi itu dari teman-teman ayahnya Vika yang anaknya sudah sekolah di situ. Tapi karena waktu itu kami mau memasukkan anak ke SMA, itu yang pertama karena kami waktu itu di Jogja ya SMP-nya, kemudian mau memasukkan anak SMA ke Al-Fityah itu setelah konfirmasi teman-teman kemudian kita searching di media sosial, ya searching bagaimana Al-Fityah itu, kemudian lokasinya di mana, kapan pendaftarannya dan lain sebagainya. Jadi setelah ada informasi dari teman kemudian kita cari informasi lebih lanjut melalui media. Kalau tidak salah dulu ya, saya agak lupa karena udah lumayan lama, tapi kita semua dari berbagai ini ya misalnya Facebook ya kalau tidak salah, terus searching juga di Google. Nah terus karena anak ibu yang sekarang SMP ini kebetulan karena dia SD-nya dari Al-Fityah, sehingga informasi itu langsung didapatkan dari sekolah. Tetapi juga ada brosur. Sekarang juga untuk SMA, karena dia kan sekarang kelas 9, waktu pertemuan orang tua itu juga diberi informasi melalui brosur, di situ juga dicantumkan laman tentang link yang bisa kita akses.</p>
<p>2. Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting peran pemasaran digital dalam membantu orang tua mendapatkan informasi tentang sekolah?</p>	<p>Memang sekarang eranya itu kan digitalisasi, ya digital itu kan memang banyak kelebihanannya dibandingkan sebelum digital. Nomor satu jangkauannya luas, tidak hanya orang tua, juga cepat, dari segi biaya percetakan sudah tidak ada dan juga bisa menampilkan lebih menarik lagi, misal video-video, berbagai macam informasi gitu. Jadi ya memang sekolah harus sudah beralih memanfaatkan media digital.</p>
<p>3. Apa yang paling menarik perhatian Bapak/Ibu dari promosi digital sekolah ini (misalnya konten media sosial, testimoni, atau fasilitas yang ditampilkan)?</p>	<p>Sebenarnya masing-masing promosi sekolah itu kan punya branding yang berbeda-beda. Kalau Al-Fityah kan karena dia sekolah yang berbasis agama, dan setiap kegiatan itu mesti ada misalnya kegiatan anak-anak, kemudian dia upload video-videonya gitu sehingga kita tahu juga aktivitas anak-anak sehari-hari apa saja, misalnya kemah atau upacara hari Senin, pembagian reward bagi siswa yang rajin atau berprestasi juga di-upload di media. Kadang</p>

### 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.

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:

- 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.

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

©	menyebarkan juga pakai WhatsApp grup ke orang tua, kemudian di IG-nya dan lain sebagainya.
1. Apakah informasi yang disampaikan sekolah melalui media digital (website, Instagram, WhatsApp, dll.) menurut Bapak/Ibu sudah jelas dan mudah dipahami?	Websitenya ya, kemudian Instagram. Nah juga ya mungkin kalau grup WhatsApp itu kan mudah diakses ya. Kemudian ya IG juga, kadang anak-anak juga membuka itu, melihat aktivitas di situ. Insya Allah iya mudah dipahami, mungkin karena aktivitas-aktivitas kegiatan belajar mengajar, kegiatan anak-anak itu bisa dilihat dari situ.
2. Seberapa sering Bapak/Ibu mengakses media digital sekolah untuk mencari informasi tentang kegiatan atau program?	Untuk di Al-Fityah ya sebenarnya kalau sering atau tidak tergantung kebutuhan, pada saat kita mau mencari informasi tentu ya tentang Al-Fityah, kayak misalnya mau mendaftarkan anak, mencari informasi tentang SMA, pendaftarannya kapan. Kadang pas ada event-event tertentu kita lihat videonya gitu.
3. Apakah Bapak/Ibu merasa terbantu dengan adanya pemasaran digital untuk mengetahui keunggulan sekolah?	Ya, sebenarnya sangat terbantu karena digital ini kan bisa menampilkan banyak informasi dan bisa dikemas dengan video-video yang menarik. Jadi kita tidak mesti harus datang dulu ke sekolah, kita bisa melihat berbagai informasinya dari situ. Bahkan pendaftaran pun juga sudah melalui media digital. Jadi bisa mencari informasi awal dari digital itu.
1. Menurut Bapak/Ibu, apakah promosi digital sekolah ini sudah cukup efektif dalam memberikan gambaran yang nyata tentang kualitas sekolah?	Anak pun juga sudah bisa membuat video-video itu kan. Tinggal diperbaiki mana yang kurang aja kalau seandainya ada salah.
2. Apa saja informasi yang menurut Bapak/Ibu masih kurang ditampilkan dalam pemasaran digital sekolah?	Mungkin informasi-informasi sekarang ini kan mau penerimaan baru (PPDB), itu kan sudah berjalan tapi masih ada gelombang berikutnya. Jadi mungkin bisa ditingkatkan informasinya saja, sehingga orang lain selain media sosial juga mesti dibarengi dengan penyampaian secara personal. Karena pengalaman saya, kadang kita baru tahu dari teman dulu baru kemudian cari tahu di digital. Jadi selain digital sudah bagus, tinggal evaluasi saja kalau ada yang kurang. Mendekati penerimaan murid baru juga mungkin volume informasinya mesti ditingkatkan dan informasinya ditambah yang sekiranya masih kurang jelas atau detail.
3. Apakah pemasaran digital sekolah ini menjadi salah satu pertimbangan utama Bapak/Ibu dalam memilih sekolah untuk anak?	Ya, kalau melihat dari iklan-iklan atau video-video yang ditampilkan, kita bisa tahu informasi kegiatan anak-anak dari situ. Kalau di brosur kan cuma foto, tapi di video kan kita bisa tahu kegiatan mereka. Jadi bisa menjadi salah satu pertimbangan juga, karena dari situ kita banyak dapat informasi. Misalnya nanti tesnya ada baca Al-Qur'an dulu atau ada tes ibadahnya, dari situ kita tahu.





### 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. Menurut Bapak/Ibu, apa yang menjadi kelebihan sekolah dalam hal promosi digital dibandingkan sekolah lain?	Sebenarnya masing-masing sekolah punya ciri khasnya masing-masing. Kalau dibandingkan sekolah lain, dari segi tampilan mungkin tidak jauh beda, tapi pertimbangan kami dari faktor lain. Misalnya kalau Al-Fityah itu sekolahnya bagus dari pendidikan agamanya. Kalau sekolah lain mungkin beda. Karena saya sudah di Al-Fityah anak-anaknya, jadi tidak terlalu mencari informasi sekolah lain.
2. Bagaimana peran komunikasi antara pihak sekolah dan wali murid dalam mendukung keberhasilan pemasaran digital?	Kalau pemasaran digital saya mungkin belum, tetapi dari segi komunikasi langsung misalnya ngobrol sama teman-teman, cerita anak saya sekolah di sini, nanti orang biasanya akan searching di digitalnya. Kalau yang jauh ya lewat WhatsApp, kalau yang dekat ya langsung. Kalau WhatsApp kan lebih mudah diakses, orang setiap hari baca WA. Kadang orang tua juga jarang buka IG atau Facebook. Jadi saya lebih sering promosi secara langsung saja.
1. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam mengakses informasi sekolah melalui media digital (misalnya jaringan internet, platform yang digunakan, atau keterbatasan fitur)?	Rasanya enggak ya. Kalau maksudnya penghambat atau kesulitan sih kurasa enggak. Karena misalnya dari HP kita bisa akses. Kalau di rumah juga internet lancar, cuma kadang kalau di kampus jaringannya yang jelek karena banyak yang pakai. Tapi di rumah lancar.
2. Menurut Bapak/Ibu, apa yang bisa ditingkatkan oleh sekolah agar promosi digital lebih menarik dan mudah diakses orang tua?	Menurut saya walaupun mengandalkan 100% digital juga mesti dibantu sama yang lain, karena ada orang yang gaptek atau tidak punya HP. Tapi di Al-Fityah saya lihat sudah bagus karena juga pakai brosur, jadi tidak hanya di medsos. Saya juga dapat brosur. Cuma mungkin tampilan brosur bisa lebih dipercantik lagi dan informasi penting ditambahkan. Tapi ya itu tadi, walaupun dominan digital, tetap perlu dibarengi dengan cara lain biar bisa menjangkau semua orang tua.



Lampiran 12. Lembar Disposisi


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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 masa
  - 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.

LEMBARAN DISPOSISI

INDEKS BERKAS	
KODE :	
Hal : Pengajuan Sinopsis (Judul Skripsi)	
Tanggal : 12 Juni 2024	
Nama : Anugerah Adisti	
INFORMASI	DITERUSKAN KEPADA
Setelah diarahkan maka judul yang bersangkutan dapat diajukan, mohon agar ditunjuk sebagai pembimbing	1. catatan Kajar MPI
	a.
	b.
	c.
Pekanbaru	Diteruskan kepada
n/c /ru Kajar MPI	2. wakil Dekan I
 Dr Hj Yulianti, M.Ag NIP.197004041996032001	
Kepada bawahan "instruksi atau informasi" Kepada atasan "informasi" coret instruksi:	

UIN SUSKA RIAU



Lampiran 13 Surat pembimbing skripsi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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.



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. Soebrandt No 155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28203 PO. BOX 1004 Telp. (0781) 561647  
Fax. (0781) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id E-mail: ftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor: Un.04/F.II.4/PP.00.9/21567/2024  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : Pembimbing Skripsi

Pekanbaru, 24 September 2024

Kepada  
Yth.  
I. Irawati, M.Pd  
Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama : Anugerah Adisti  
NIM : 12110322212  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Pengaruh Pengelolaan Tata Ruang Kantor Dalam Peningkatan Kenyamanan Kerja Pegawai Tata Usaha Di Sekolah SMAN 01 Ukui  
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.

Wassalam  
an. Dekan  
Wakil Dekan I



Za'kash, M. Ag.  
IP. 197210171997031004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU





## Lampiran 14 Surat perpanjangan pembimbing skripsi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### 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.



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 Tampung Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web: www.ftk.uinsuska.ac.id E-mail: eftar@uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : B-27153/Un.04/F.II.1/PP.00.9/2025  
2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)**

Pekanbaru, 22 Desember

Kepada Yth. Irawati, M.Pd

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : ANUGERAH ADISTI  
NIM : 12110322212  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Implementasi manajemen pemasaran berbasis digital di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru  
Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

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

W a s s a l a m  
Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Sukma Erni, M.Pd.  
NIP. 19680515 199403 2 004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU





Lampiran 15 Surat prariset

© 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.



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. Soebrandt No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0781) 561647  
Fax. (0781) 561647 Web www.ftk.unsuka.ac.id E-mail: ftk\_unsuka@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.3/PP.00.9/5051/2025  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : **Mohon Izin Melakukan PraRiset**

Pekanbaru, 10 Februari 2025

Kepada  
Yth. Kepala Sekolah  
SMP IT Al Fityah Pekanbaru  
di  
Tempat

Assalamu'alaikum warhamatullahi wabarakatuh  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Anugerah Adisti  
NIM : 12110322212  
Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2025  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

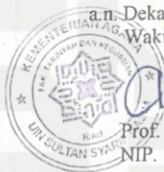
ditugaskan untuk melaksanakan Prariset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

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

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Dekan  
Wakil Dekan III



Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons.  
NIP. 19751115 200312 2 001

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU



Lampiran 16 Balasan surat pra riset

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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.

SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU



*Al Fityah*

Jalan Swakarya Ujung, Tuah Karya, Tuah Madani, Pekanbaru  
Smpit\_alfityah@yahoo.com HP: 085278047959

SURAT KETERANGAN

Nomor : 377/SMPIT-FTY/S.Ket/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Susilawati, S.Pd.  
NID : 2013.06.2.2.03  
Jabatan : Kepala Sekolah

Berdasarkan surat masuk yang kami terima dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor: Un.04/F.II.3/PP.00.9/5051/2025 tentang permohonan izin Pra Riset, maka dengan ini kami menerangkan:

Nama : Anugerah Adisti  
NIM : 12110322212  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Telah diizinkan dan selesai melaksanakan Pra Riset di SMP Islam Terpadu Al Fityah Pekanbaru.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 14 Juli 2025  
Kepala Sekolah,

Susilawati, S.Pd.  
NID. 2013.06.2.2.03

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU



Lampiran 17 Cover ACC Proposal

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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.

ACC untuk di seminar  
19/3/2025  
Dr. Laurethi, M.Pd.

IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS  
DIGITAL DI SMP IT AL-FITYAH PEKANBARU

PROPOSAL

Untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



ANUGERAH ADISTI

NIM. 12110322212

Dosen Pembimbing:

Irawati, M.Pd

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2025

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU





## Lampiran 18 Lembar Pengesahan Ujian proposal

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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**  
Alamat : Jl. 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 : Anugerah Adisti  
Nomor Induk Mahasiswa : 12110322212  
Hari/Tanggal Ujian : Selasa, 22 April 2025  
Judul Proposal Ujian : Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah 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. H. Edi Iskandar, S. Ag., M.Pd	PENGUJI I		
2.	Ahmad Ansori, M.Pd	PENGUJI II		

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Mengetahui  
a.n. Dekan  
Dekan I



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

Pekanbaru, 22 Mei 2025  
Peserta Ujian Proposal

Anugerah Adisti  
NIM. 12110322212

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.





## Lampiran 19 Surat riset

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

## 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 والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebrandi No 155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0781) 561647  
Fax. (0781) 561647 Web www.its.ususka.ac.id E-mail: eflak\_ususka@yahoo.co.id

Nomor : B-13601/Un.04/F.II/PP.00.9/07/2025  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : *Mohon Izin Melakukan Riset*

Pekanbaru, 17 Juli 2025

Yth : Kepala  
SMP IT Al Fityah Pekanbaru  
Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*  
Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Anugerah Adisti  
NIM : 12110322212  
Semester/Tahun : VIII (Delapan) 2025  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DI SMP IT AL-FITYAH PEKANBARU  
Lokasi Penelitian : SMP IT Al Fityah Pekanbaru  
Waktu Penelitian : 3 Bulan (17 Juli 2025 s.d 17 Oktober 2025)

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

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam,  
a.n. Rektor  
Dekan

*Amirah*  
Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons. f  
NIP 19751115 200312 2 001

Tembusan :  
Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran 20 Balasan surat riset

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU



*Al Fityah*

Jalan Swakarya Ujung, Tuah Karya, Tuah Madani, Pekanbaru  
Smpit\_alfityah@yahoo.com HP: 085278047959

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 381/SMPIT-FTY/S.Ket/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Susilawati, S.Pd.  
NIY : 2019.05.1.2.01  
Jabatan : Kepala Sekolah

Berdasarkan surat masuk yang kami terima dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor: B-13601/Un.04/F.II/PP.00.9/07/2025 tentang permohonan izin Riset, maka dengan ini kami menerangkan:

Nama : Anugerah Adisti  
NIM : 12110322212  
Program Sytudi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Telah diizinkan dan selesai melaksanakan Riset di SMP Islam Terpadu Al Fityah Pekanbaru.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Pekanbaru  
pada tanggal : 10 Oktober 2025

Kepala Sekolah,  
  
Susilawati, S.Pd.

NIY: 2019.05.1.2.01

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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 masa

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 21 Blanko bimbingan skripsi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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.



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

KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA  
SKRIPSI MAHASISWA

1. Jenis yang dibimbing :
  - a. Seminar usul Penelitian :
  - b. Penulisan Laporan Penelitian :
2. Nama Pembimbing : Dr. Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I
  - a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 198312302023212020
3. Nama Mahasiswa : Anugerah Adisti
4. Nomor Induk Mahasiswa : 12110322212
5. Kegiatan :

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1.	02 Januari 2025	Pengantar judul skripsi	<i>[Signature]</i>	
2.	12 Februari 2025	Perbaikan Bab 1 & 2	<i>[Signature]</i>	
3.	13 Juni 2025	Bimbingan instrumen	<i>[Signature]</i>	
4.	01 Oktober 2025	Perbaikan bab 1 & 5	<i>[Signature]</i>	
5.	26. Nov. 2025	Perbaikan bab 5	<i>[Signature]</i>	
6.	1. Des 2025	Bimbingan Abstrak	<i>[Signature]</i>	
7.	4-Des. 2025	ACC	<i>[Signature]</i>	

Pekanbaru, 4 Desember 2025  
Pembimbing,

*[Signature]*  
Dr. Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I  
NIP. 198312302023212020

UIN SUSKA RIAU





## Lampiran 22 Cover ACC Munaqasah

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### 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.

Ace untuk di munaqasah kan  
 4/12/2025  
 Dr. Irawati, M.Pd.I

## IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DI SMP IT AL-FITYAH PEKANBARU

### SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana (S1) pada  
 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



### ANUGERAH ADISTI

NIM. 12110322212

Dosen Pembimbing:

Dr. Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
 FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2025

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU



## Lampiran 22

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

### DOKUMENTASI

#### 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.



Wawancara bersama kepala sekolah

Wawancara bersama Waka Humas



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

## Wawancara bersama guru kelas

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



## Wawancara bersama salah satu wali murid

### 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.



Wawancara bersama salah satu murid



## BIOGRAFI PENULIS



**Anugerah Adisti** lahir di Air Batu, pada 05 Februari 2003 dan merupakan anak biologis pertama dari pasangan Bapak Supardi dan Ibu Yuyuk Susanti, penulis memiliki sosok Ayahanda tercinta yang membesarkan dan merawat penulis seperti anak kandung

sendiri, Ayahanda itu ialah Misdar. Penulis memulai pendidikan di TK Wira Pertiwi, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 011 Bukit Gajah pada tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 05 Ukui pada tahun 2014, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 01 Ukui dan lulus pada tahun 2017. Kemudian penulis melanjutkan kuliah S1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di tahun 2021, sebagai mahasiswa di jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan melalui jalur UM-PTKIN.

Penulis juga telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2024 di semester 7 selama 40 hari di bulan Juli-Agustus di desa Koto Baru, Kecamatan Singingi Hilir. Kemudian dilanjutkan dengan melaksanakan Praktik Pengenalan Lapangan (PPL) di sekolah SMP IT Al-Fityah Pekanbaru pada bulan September-Desember 2024. Penulis melakukan penelitian di sekolah tempat penulis melakukan PPL yakni di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru dengan judul “Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Digital Di SMP IT Al-Fityah Pekanbaru”, berdasarkan hasil ujian sarjana Fakultas Tarbiyah dan Keguruan pada tanggal 02 Januari 2026, Alhamdulillah penulis dinyatakan LULUS dengan IPK 3,66 dan berhak menyandang gelar sarjana pendidikan (S.Pd) dengan prediket sangat memuaskan.

### 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.

Selama kuliah penulis aktif menjadi mahasiswa yang berorganisasi di internal maupun external kampus, selama ini penulis selalu menerapkan prinsip dalam hidupnya yakni ***“Life isn’t about finding yourself, it’s about creating yourself”*** dan itulah alasan penulis menyelesaikan pendidikan ini dengan gigih dan penuh pengalaman berharga.



UIN SUSKA RIAU