

**MANAJEMEN DIGITAL MELALUI IKLAN BERBAYAR UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* DI PONDOK PESANTREN SAINS
SALMAN ASSALAM KABUPATEN CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

SITI KHUZAIMAH

2281090131

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2026/1447 H**

**MANAJEMEN DIGITAL MELALUI IKLAN BERBAYAR UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* DI PONDOK PESANTREN SAINS
SALMAN ASSALAM KABUPATEN CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

SITI KHUZAIMAH

2281090131

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2026/1447 H**

ABSTRAK

Siti Khuzaimah : Manajemen Digital Melalui Iklan Berbayar untuk Meningkatkan *Branding* di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam Kabupaten Cirebon

Pendidikan Islam kini tengah bertransformasi untuk beradaptasi dengan tuntutan zaman modern, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi iklan berbayar (paid ads) di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam dalam membangun branding lembaga. Fokus penelitian mencakup proses manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi, serta analisis efektivitas iklan berbayar beserta faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahap perencanaan melibatkan identifikasi segmentasi pasar dan penentuan target yang spesifik. Dalam pelaksanaannya, koordinasi yang solid antara tim multimedia dan unit terkait menjadi kunci utama dalam mengelola alur komunikasi dengan calon santri maupun wali santri. Selain itu, evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur sejauh mana keberhasilan jangkauan dan interaksi dari strategi iklan yang dijalankan. Penerapan iklan berbayar melalui platform Instagram dan Facebook terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan citra positif Pondok Pesantren Sains Salman Assalam. Meskipun menghadapi tantangan berupa keterbatasan waktu, anggaran, dan persaingan yang ketat, keberhasilan strategi ini didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, kesiapan perangkat pembuatan konten, serta dukungan penuh dari pimpinan. Melalui kombinasi interaksi iklan berbayar dan konten harian yang kreatif di media sosial, lembaga berhasil meningkatkan *engagement* dan membangun *branding* yang kuat sehingga semakin dikenal luas oleh masyarakat. Strategi ini menjadi komponen krusial dalam manajemen pemasaran modern lembaga pendidikan Islam.

Kata Kunci : Manajemen Digital, Iklan Berbayar, Citra

ABSTRACT

Siti Khuzaimah : *Digital Management Through Paid Advertising to Improve Branding at the Salman Assalam Science Islamic Boarding School in Cirebon Regency*

Islamic education is currently transforming to adapt to modern demands, one of which is through the use of information technology in marketing systems. This study aims to analyze the management of paid advertising strategies at the Salman Assalam Science Islamic Boarding School in building institutional branding. The research focuses on the management process, including planning, organizing, implementing, and evaluating, as well as analyzing the effectiveness of paid advertising, along with its supporting and inhibiting factors. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation to provide a comprehensive picture of conditions in the field. The results show that the planning stage involves identifying market segmentation and determining specific targets. In its implementation, solid coordination between the multimedia team and related units is key in managing communication channels with prospective students and their guardians. In addition, evaluations are conducted periodically to measure the success of the advertising strategy's reach and interaction. The implementation of paid advertising through Instagram and Facebook platforms has proven effective in expanding promotional reach and enhancing the positive image of the Salman Assalam Science Islamic Boarding School. Despite facing challenges such as limited time and budget, and intense competition, the success of this strategy is supported by competent human resources, the readiness of content creation tools, and full support from the leadership. Through a combination of paid advertising interactions and creative daily content on social media, the institution has successfully increased engagement and built a strong brand, thereby increasing its recognition among the public. This strategy is a crucial component of modern marketing management for Islamic educational institutions..



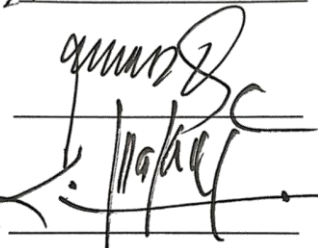



Keywords: *Digital Marketing Management, Paid Advertising, Branding*

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Manajemen Digital Melalui Iklan Berbayar Untuk Meningkatkan *Branding* di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam Kabupaten Cirebon oleh Siti Khuzaimah dengan NIM 2281090131, telah di munoqsyah-kan pada hari Senin tanggal 09 Maret 2026 di hadapan dewan penguji dan dinyatakan LULUS

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK), Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Tim Munaqsyah

	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan <u>Dr. Ahmad Ripai, M.Pd</u> NIP. 197311052008011008	30 Maret 2026	
Sekretaris Jurusan <u>Durtam, M.Pd.I</u> NIP. 197406262007011035	30 Maret 2026	
Penguji 1 <u>Dr. Mumun Munawaroh, M.Si</u> NIP. 197012221996032001	30 Maret 2026	
Penguji 2 <u>Wahyono, M.Pd.I</u> NIP. 198903102023211027	30 Maret 2026	
Pembimbing I <u>Dr. Ahmad Ripai, M.Pd</u> NIP. 197311052008011008	30 Maret 2026	
Pembimbing II <u>Sigit Santoso, S.Hum, M.Pd.I</u> NIP. 198202042023211019	30 Maret 2026	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



Dr. H. Saifuddin, M.Ag.
NIP. 19720107 200312 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN

**MANAJEMEN DIGITAL MELALUI IKLAN BERBAYAR UNTUK
MENINGKATKAN *BRANDING* DI PONDOK PESANTREN SAINS
SALMAN ASSALAM KABUPATEN CIREBON**

Disusun Oleh:




Siti Khuzaimah
NIM. 2281090131




Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Ahmad Ripai, M.Pd
NIP. 19731105 200801 1 008



Sigit Santoso, S.Hum, M.Pd.I
NIP. 19820204 202321 1 019

NOTA DINAS

Kepada

Yth. Ketua Jurusan MPI

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini :

Nama : Siti Khuzaimah

NIM : 2281090131

Judul : Manajemen Digital Melalui Iklan Berbayar untuk Meningkatkan *Branding*

di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam Kabupaten Cirebon

Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosyahkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

Cirebon, 16 Januari 2026

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Ahmad Ripai, M.Pd
NIP. 19731105 200801 1 008



Sigit Santoso, S.Hum, M.Pd.I
NIP. 19820204 202321 1 019

OTENTISITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Manajemen Digital Melalui Iklan Berbayar untuk Meningkatkan *Branding* di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam Kabupaten Cirebon** ini beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi atau apapun yang dijatuhkan kepada saya dengan peraturan yang berlaku. Apabila di kemudian hari adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya yang telah saya buat ini.



Cirebon, 16 Januari 2026



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun mereka mampu dan senantiasa memberikan yang terbaik. Terimakasih atas kesabaran, doa yang tidak pernah putus, pesan dan juga harapan sehingga ini menjadi alasan penulis mampu menyelesaikan studi sampai meraih gelar sarjana. Semoga mamah dan bapak sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
2. Kepada kakak perempuan saya Rina Anggra Wulan yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian dan semangatnya. Kepada kakak laki-laki saya Alm Mohamad Ramdan meskipun raganya tiada, doa, kenangan, dan semua kebaikan yang ditinggalkan tetap hidup dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
3. Kepada keluarga besar, saudara-saudara sepupu penulis Salma Fadhilah dan Annisa Zhila terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis yang senantiasa memberikan waktu luang dan support nya dikala penulis sedang merasa tidak percaya diri dengan proses yang dilalui.
4. Kepada dosen pembimbing Bapak Sigit Santoso S.Hum, M.Pd.I dan Bapak Dr. Ahmad Ripai M.Pd yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan dengan santai dan mudah dicermati dalam proses penyusunan skripsi.
5. Kepada teman-teman seperjuangan di bangku kuliah Aisah Agnisnaini Salsabila, Naurah Tsany Wijdayansyah, Amaliyyah Tusholihah, Tania Nabahatizzihni. Terimakasih telah membersamai proses panjang perkuliahan dengan segala cerita, keluh kesah dan harapan. Kebersamaan kalian menjadi kenangan berharga dalam perjalanan dunia kuliah penulis.
6. Kepada teman-teman Epiphany yang telah membersamai proses perkuliahan dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kerja sama, diskusi, dan dukungan yang terjalin selama masa studi. Semoga kebersamaan ini menjadi bagian dari perjalanan yang bermakna dan membawa kebaikan di masa mendatang.

7. Kepada sahabat-sahabat penulis, Faza, Nanda, Syahila yang setia menemani dalam suka dan duka, mendengarkan cerita, serta memberikan dukungan tulus di masa-masa sulit. Terima kasih atas kehadiran dan kebersamaan yang begitu berarti.
8. Kepada sahabat saya Nadia Zahratun Nisa yang selalu mengusahakan waktunya meskipun memang kita ditakdirkan untuk menjadi teman LDR namun setiap cerita, kehadiran, perhatian dan support nya menjadi alasan penulis *survive* hingga saat ini
9. Kepada *All members* BTS Kim Seokjin, Min Yoon-Gi, Jung Ho-Seok, Kim Nam-Joon, Park Ji-min, Kim Tae-Hyung, Jeon Jung-kook. Terimakasih sudah menghibur dan menemani penulis melalui konten dan lagu-lagunya, big love.
10. Kepada seseorang yang hadir dalam perjalanan penulis, yang dengan caranya sendiri telah memberikan dukungan, perhatian, dan semangat di setiap proses yang penulis jalani. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, penguat di saat lelah, serta teman berbagi yang membantu penulis tetap bertahan dan percaya diri hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. Siti Khuzaimah. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. *You made it. Well done.*

BIODATA PENULIS



Nama : Siti Khuzaimah
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 16 Agustus 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Suhada
Nama Ibu : Darni
Alamat : Desa Bobos Blok IV RT 005/ RW 008 Kecamatan
Dukupuntang Kabupaten Cirebon, 45652, Jawa
Barat.
NIM : 2281090131
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Riwayat Pendidikan : 1. SD Negeri 1 Bobos
2. MTs Al-Ishlah Bobos
3. MAN 1 Cirebon (Plered)
4. UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

MOTTO :

"Everyone may know your name, but not your story. Eveyone may know what have done, but not what have you been through."

— Jeon Jungkook



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan yang tiada terhingga. Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan kita Baginda Nabi Muhammad SAW. Hamdan wasyukron lillah, rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Manajemen Digital Melalui Iklan Berbayar untuk Meningkatkan Branding di Pondok Pesantren Sains Salman Assalam Kabupaten Cirebon**" Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak dengan setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Saifuddin, M. Ag, Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. Ahmad Ripai, M.Pd, Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
4. Bapak Durtam, S.Ag, M.Pd.I Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
5. Bapak Dr. Ahmad Ripai, M.Pd dan Bapak Sigit Santoso S.Hum M.Pd.I Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan mengarahkan.
6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman yang tidak ternilai harganya.
7. Kepada Pimpinan dan Pengurus Pondok Pesantren Sains Salman Assalam yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi

8. Kepada Tim Multimedia, Humas, dan Ketua Panitia Penerimaan Santri Baru yang telah banyak memberikan banyak informasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini
9. Semua pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis sampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat, maupun tata Bahasa penulisan

Cirebon 16 Januari 2026

Penulis,



Siti Khuzaimah
NIM.2281090131

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS.....	v
OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
BIODATA PENULIS.....	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN TEORI	10
A. Manajemen Pemasaran Digital	10
1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	10
2. Teori Digital Marketing.....	11
3. Manajemen Pemasaran dalam Pendidikan.....	14
4. Perbedaan <i>Organic Marketing</i> dan <i>Paid Marketing</i> dalam Digital Marketing	22
5. Standardisasi Ideal dalam Pemasaran Jasa Pendidikan.....	23
6. Bauran Pemasaran.....	27

B. Iklan Berbayar (<i>Paid Ads</i>).....	30
1. Definisi Iklan Berbayar	30
2. Jenis-Jenis Iklan Berbayar	31
3. Model Brand Equity.....	34
4. Manfaat Iklan Media Sosial dalam Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan.....	36
C. Kajian Penelitian yang Relevan.....	38
D. Kerangka Berpikir	42
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Metode Penelitian	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Subjek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Keabsahan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
B. Pembahasan.....	73
C. Keterbatasan Penelitian.....	83
BAB V.....	84
PENUTUP.....	84
A. Simpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91
DOKUMENTASI	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Organic marketing dan Paid Marketing	23
Tabel 2. 2 Kajian Penelitian yang Relevan	40
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Pamflet Iklan Berbayar Penerimaan Santri Baru	64
Gambar 4. 2 Hasil Penelusuran Iklan Berbayar	65
Gambar 4. 3 Sinopsis Kinerja Iklan Berbayar <i>Meta Ads</i>	66

