

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian secara mendalam terhadap strategi digital marketing dalam menguatkan school branding di MTs YPP Darul Hikam Kiangroke sebagai suatu fenomena yang berlangsung dalam konteks nyata.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, faktor pendukung dan penghambat, serta kontribusi strategi digital marketing terhadap penguatan school branding sekolah. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh John W. Creswell (2018), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Data dikumpulkan melalui interaksi langsung dengan partisipan dalam lingkungan alamiah (*natural setting*) sehingga mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai suatu fenomena.

Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena tujuan penelitian ini bukan untuk menguji hipotesis atau mengukur pengaruh antarvariabel, melainkan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam bagaimana strategi digital marketing diterapkan dalam menguatkan school branding di Mts Ypp Darul Hikam Banjaran. Penelitian ini berfokus pada proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga faktor pendukung dan penghambat strategi tersebut. Oleh karena itu, data yang dibutuhkan berupa informasi, pengalaman, kebijakan, dan praktik yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga pendekatan kualitatif deskriptif merupakan pilihan yang paling sesuai. Hal ini dikarenakan permasalahan dalam penelitian ini masih bersifat holistik, kompleks, dinamis, dan penuh makna sehingga data tidak mungkin dijang

dengan metode penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2016). Maka peneliti memilih pendekatan kualitatif dalam melakukan penelitian ini guna mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan penelitian ini.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data bukan berupa rumus-rumus, angka, bilangan maupun statistik, karena penelitian ini dilakukan dengan mengamati orang dalam lingkungan hidupnya dan berinteraksi dengan mereka. Yang mana jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif deskriptif yang akan memperoleh data deskriptif dalam bentuk kata-kata lisan atau tulisan.

Seperti yang dikemukakan oleh Sumarsono (2016) “Dalam metode kualitatif penelitian dilakukan terhadap kondisi alamiah, data yang didapat langsung dari narasumbernya dan peneliti menjadi kunci dalam mendapatkan data-data dalam bentuk kata, tulisan, arsip dan lainnya.”

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini berkaitan dengan tema penelitian mengenai strategi digital marketing dalam menguatkan school branding yang mana terdiri dari 2 macam sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Edi Riadi (2016) Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data melalui angket (kuesioner) dalam penelitian. Jadi, sumber data dapat disimpulkan dengan tempat atau entitas dari mana peneliti memperoleh informasi atau data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

a. Data Primer

Data primer penelitian ini akan diperoleh dari hasil wawancara bersama: 1) Wakil Kepala madrasah, 2) waka bidang Humas, dan 3) Admin media sosial Mts Ypp Darul Hikam Banjaran. Dengan observasi langsung di lapangan guna mendukung hasil wawancara. Susriyanti (2023) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh oleh pihak

yang memerlukan informasi secara langsung melalui sumbernya dan belum tersaji. Data tersebut dapat diperoleh melalui wawancara, kuesioner, angket, observasi, eksperimen dan lain-lain.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh pihak yang memerlukan informasi secara tidak langsung karena datanya sudah tersedia dalam bentuk laporan, publikasi, atau sumber informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lainnya (Susriyanti, 2023).

Data tersebut dapat berupa data historis ataupun data yang telah diterbitkan sebelumnya. Data sekunder sebagai data pendukung dari penelitian ini terdiri dari berbagai sumber bacaan yang memiliki relevansi dengan tema penelitian ini berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, dan skripsi-skripsi terdahulu.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam mencari informasi dan data dalam penelitian skripsi ini adalah dengan cara terjun langsung kelapangan yang telah ditentukan, yaitu di Mts Ypp Darul Hikam Banjaran. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sugiyono (2018) yang menyampaikan bahwa Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.

Adapun instrumen pengumpulan data yang ditempuh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas, kondisi, dan situasi di lingkungan sekolah untuk memperoleh data faktual sebagaimana adanya. Melalui observasi, peneliti dapat memahami perilaku, proses, serta pola yang muncul di lapangan tanpa bergantung

pada penjelasan verbal informan. Teknik ini memungkinkan peneliti menangkap realitas secara utuh melalui pengamatan sistematis terhadap fenomena yang diteliti Mts Ypp Darul Hikam. Sebagaimana diperkuat oleh Sugiarto (2022) Observasi adalah suatu proses sistematis untuk mencatat pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa sebagaimana adanya.

b. Wawancara

Menurut Burhan Bungin (2017) “Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian kualitatif ada tiga macam wawancara yaitu, wawancara tak terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara terstruktur.”

Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik wawancara semi terstruktur berdasarkan instrumen wawancara yang telah dipersiapkan sebelum melakukan penelitian terhadap kepala madrasah, waka bidang humas, dan admin media sosial Mts Ypp Darul Hikam Banjaran, peneliti berusaha mengumpulkan informasi lebih mendalam yang bersifat informal dan alamiah dari responden dengan tidak menyiapkan alternatif jawaban agar informan dapat mengemukakan pendapatnya dengan lebih leluasa seputar strategi digital marketing dalam menguatkan *school branding* di Mts Ypp Darul Hikam Banjaran. Hal ini dikuatkan oleh pernyataan Burhan Bungin (2017) yakni wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

c. Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data laporan penelitian yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan melalui dokumen-dokumen dan arsip-arsip serta catatan-catatan yang ada di sekolah berkaitan dengan tema strategi digital marketing dalam menguatkan *school branding*.

Dokumentasi dilakukan dengan menelaah berbagai bentuk arsip,

laporan, catatan resmi, foto, maupun dokumen lain yang relevan. Teknik ini digunakan untuk melengkapi data dari observasi dan wawancara, serta memastikan keakuratan informasi melalui bukti tertulis. Dokumen menjadi sumber penting untuk memahami kondisi sekolah, rekam jejak akreditasi, serta pelaksanaan manajemen mutu dalam kurun waktu tertentu (Moleong, 2018).

D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data digunakan untuk mengkaji secara mendalam strategi digital marketing dalam menguatkan *school branding* di Mts Ypp Darul Hikam Banjaran. Data yang diperoleh dari kepala sekolah, tim pengelola media sosial, guru, serta dokumen pendukung dianalisis untuk mengidentifikasi bentuk strategi digital marketing yang diterapkan, pelaksanaan setiap strategi, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penguatan *school branding*. Hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana pemanfaatan *content marketing*, promosi digital, dan media sosial berkontribusi dalam membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat reputasi sekolah.

Dengan demikian, analisis data dalam penelitian ini tidak hanya bertujuan mendeskripsikan fenomena yang ditemukan di lapangan, tetapi juga menjelaskan hubungan antara strategi digital marketing yang diterapkan dengan upaya penguatan *school branding*. Melalui proses analisis yang sistematis, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan temuan yang valid, komprehensif, dan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus rekomendasi bagi sekolah dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital.

Sejalan dengan itu menurut Sandu Siyoto, Kes dan Ali Sodik (2018) “Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki tiga tahapan yang harus dilakukan, yaitu; reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.”

1. Reduksi data, yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

memfokuskan perhatian sesuai dengan tema dari catatan-catatan tertulis di lapangan dan membuang yang tidak perlu sehingga data yang diperoleh memberikan gambaran yang jelas.

2. Penyajian data, yaitu proses identifikasi dan kategorisasi data yang telah diperoleh untuk disajikan dengan mengkaitkan antara satu kategori dengan kategori lainnya guna dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagianbagian tertentu.
3. Penarikan kesimpulan, merupakan tahapan terakhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini, peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan.

E. Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat yang dipilih serta ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Mts Ypp Darul hikam Banjaran di Jl. Raya Pangalengan No. 442, Desa. Kiangroke, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat . Peneliti memilih tempat ini karena Lembaga Yayasan ini merupakan Lembaga Yayasan berbasis pesantren dan sekolah yang terdiri dari Madrasah Ibtidaiyah/MI, Madrasah Tsanawiyah/MTs dan Madrasah Aliyyah/MA serta pondok pesantren yang dimana untuk kelas IX Tsanawiyah dan kelas XII Aliyyah seluruh siswa yang bersekolah di Mts Ypp Darul Hikam diharuskan untuk bertempat tinggal/berdomisili di pesantren. Alasan peneliti melakukan penelitian di Mts Ypp Darul Hikam karena sekolah tersebut peneliti lihat sudah cukup baik dalam memanfaatkan berbagai media digital seperti *instagram dan youtube*, selain itu peneliti juga telah mengenal beberapa pengajar di sekolah ini dan juga lokasi tempat penelitian mudah diakses dan dijangkau oleh peneliti sehingga peneliti dapat lebih menghemat waktu dan biaya dalam melakukan penelitian ini.

Adapun waktu penelitian sudah dimulai pada tanggal 12 November 2025 dengan peneliti melakukan observasi awal terlebih dahulu untuk menganalisa objek di lapangan dan melakukan wawancara dengan beberapa

guru di Mts Ypp Darul Hikam guna mendapatkan informasi awal yang dibutuhkan oleh peneliti dalam menyusun skripsi penelitian.

No	Kegiatan	2025		2026							
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags
1	Observasi awal										
2	Penyusunan Proposal										
3	Seminar Proposal										
4	Pelaksanaan Penelitian										
5	Analisis Data Penelitian										
6	Pengumpulan Data										

Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian



INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Wawancara Wakil Kepada Kepala Madrasah Sebagai

Informan Utama

No	Rumusan Masalah	Pertanyaan	
1	Bagaimana strategi digital marketing yang diterapkan dalam menguatkan school branding di MTs YPP Darul Hikam Banjaran?	Kepala Madrasah	Deskripsi/Jawaban
		1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana strategi digital marketing yang direncanakan dan diterapkan oleh madrasah untuk menguatkan school branding? 2. Menurut Bapak/Ibu, Apa yang melatarbelakangi madrasah menerapkan strategi digital marketing? 3. Menurut Bapak/Ibu, Apa tujuan utama madrasah menerapkan strategi digital marketing? 4. Menurut Bapak/Ibu, Siapa saja yang terlibat dalam penyusunan strategi digital marketing? 5. Menurut Bapak/Ibu, Platform digital apa saja yang dipilih dan mengapa platform tersebut digunakan?	
2	Bagaimana implementasi strategi digital marketing dalam menguatkan school branding?	1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pelaksanaan strategi digital marketing di madrasah dalam mendukung penguatan school branding? 2. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana koordinasi antara kepala madrasah dengan tim humas dan admin media sosial? 3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana proses pengambilan keputusan terkait publikasi informasi digital? 4. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana madrasah menjaga konsistensi citra yang ditampilkan pada media digital? 5. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana respon masyarakat terhadap strategi digital marketing yang dilakukan?	
3	Bagaimana Faktor yang mendukung dan menghambat	1. Menurut Bapak/Ibu, Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi digital marketing dalam menguatkan school branding di madrasah ini?	

	pelaksanaan digital marketing di Mts Ypp Darul Hikam Banajaran Bandung?	2. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana peran sumber daya manusia dalam mendukung strategi digital marketing? 3. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana dukungan sarana dan prasarana terhadap pelaksanaan digital marketing? 4. Menurut Bapak/Ibu, Kendala apa yang paling sering dihadapi dalam pelaksanaan digital marketing? 5. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana cara madrasah mengatasi hambatan tersebut?	
--	--	---	--

Tabel 3. 2 Instrumen Wawancara Wakil Kepada Kepala Madrasah



INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Wawancara Waka Bidang Humas Sebagai

Informan Utama

No	Rumusan Masalah	Pertanyaan	
1	Bagaimana strategi digital marketing yang diterapkan dalam menguatkan school branding di MTs YPP Darul Hikam Banjaran?	Waka Bidang Humas	
		Deskripsi/Jawaban	
		1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana peran Bidang Humas dalam menyusun dan melaksanakan strategi digital marketing untuk menguatkan school branding di madrasah?	
		2. Menurut Bapak/Ibu, Strategi digital marketing apa saja yang dilakukan oleh Bidang Humas untuk memperkenalkan identitas, program, dan keunggulan madrasah kepada masyarakat?	
		3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana proses penyusunan program promosi digital?	
		4. Menurut Bapak/Ibu, Apa tujuan humas dalam melakukan digital marketing?	
		5. Menurut Bapak/Ibu, Platform digital apa yang paling efektif menurut humas?	
		6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana penentuan sasaran audiens promosi digital?	
		7. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana koordinasi humas dengan admin media sosial?	
		8. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana upaya humas membangun citra positif madrasah melalui media digital?	
2	Bagaimana implementasi strategi digital marketing dalam menguatkan school branding?	1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pelaksanaan kegiatan digital marketing yang dilakukan oleh bidang humas melalui berbagai media digital?	
		2. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana Bidang Humas mengevaluasi efektivitas pelaksanaan digital marketing dalam mendukung penguatan school branding?	
		3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana proses penyusunan kalender konten?	
		4. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana humas memastikan informasi yang dipublikasikan akurat?	

		5. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana respon masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan? 6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana digital marketing membantu memperkuat branding madrasah? 7. Menurut Bapak/Ibu, Jenis konten apa yang paling sering dipublikasikan untuk memperkuat branding madrasah? 8. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana humas melakukan evaluasi terhadap promosi digital?	
3	Bagaimana Faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan digital marketing di Mts Ypp Darul Hikam Banajaran Bandung?	1. Menurut Bapak/Ibu, Apa saja faktor yang mendukung keberhasilan pelaksanaan strategi digital marketing di madrasah? 2. Menurut Bapak/Ibu, Kendala apa yang dihadapi Bidang Humas dalam melaksanakan strategi digital marketing, dan bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasinya? 3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana dukungan pimpinan terhadap kegiatan humas digital? 4. Menurut Bapak/Ibu, Apa kendala terbesar dalam pelaksanaan promosi digital? 5. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pengaruh kemampuan SDM terhadap pelaksanaan digital marketing? 6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pengaruh perkembangan teknologi terhadap kegiatan humas? 7. Menurut Bapak/Ibu, Apa bentuk kerja sama dengan pihak luar dalam mendukung branding madrasah? 8. Menurut Bapak/Ibu, Apa harapan humas terhadap pengembangan digital marketing di masa mendatang?	

Tabel 3. 3 Instrumen Wawancara Waka Bidang Humas

INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Wawancara Admin Media Sosial Sebagai

Informan Utama

No	Rumusan Masalah	Pertanyaan	
1	Bagaimana strategi digital marketing yang diterapkan dalam menguatkan school branding di MTs YPP Darul Hikam Banjaran?	Admin Media Sosial Madrasah	Deskripsi/Jawaban
		1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana strategi yang digunakan dalam menyusun konten agar menarik, informatif, dan mencerminkan identitas madrasah?	
		2. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana strategi menjaga konsistensi publikasi konten pada media digital madrasah?	
		3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana strategi pemilihan dan pemanfaatan platform media sosial untuk mendukung school branding?	
		4. Menurut Bapak/Ibu, Mengapa memilih platform tersebut sebagai media promosi?	
		5. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana menentukan jenis konten yang akan dipublikasikan?	
		6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana menjaga kesesuaian konten dengan identitas madrasah?	
		7. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana koordinasi dengan bidang humas sebelum publikasi?	
		8. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana target yang ingin dicapai dari pengelolaan media sosial?	
2	Bagaimana implementasi strategi digital marketing dalam menguatkan school branding?	1. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana proses pembuatan hingga publikasi konten?	
		2. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pelaksanaan pengelolaan dan pembaruan informasi pada website madrasah agar selalu akurat dan mudah diakses?	
		3. Menurut Bapak/Ibu, Seberapa sering konten dipublikasikan?	
		4. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana pelaksanaan promosi digital melalui media sosial, website, atau media digital	

		lainnya untuk memperkuat branding madrasah? 5. Menurut Bapak/Ibu Bagaimana pengelolaan media digital berkontribusi dalam membangun citra positif madrasah di masyarakat? 6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana media digital dimanfaatkan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah? 7. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana publikasi prestasi dan kegiatan madrasah melalui media digital berkontribusi terhadap peningkatan reputasi madrasah? 8. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana cara meningkatkan interaksi pengikut media sosial?	
3	Bagaimana Faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan digital marketing di Mts Ypp Darul Hikam Banajaran Bandung?	1. Menurut Bapak/Ibu, apa saja faktor pendukung dan kendala dalam pengelolaan media digital untuk menguatkan school branding, serta bagaimana upaya mengatasinya? 2. Menurut Bapak/Ibu, Apa faktor yang mendukung pengelolaan media sosial madrasah? 3. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana dukungan fasilitas dalam pembuatan konten? 4. Menurut Bapak/Ibu, Apa kendala yang sering dihadapi dalam mengelola media sosial? 5. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana keterbatasan SDM memengaruhi pengelolaan media sosial? 6. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana mengatasi kendala teknis saat publikasi konten? 7. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana cara meningkatkan kemampuan pengelola media sosial? 8. Menurut Bapak/Ibu, Apa rekomendasi Anda agar strategi digital marketing semakin efektif dalam menguatkan school branding?	

Tabel 3. 4 Instrumen Wawancara Admin Media Sekolah

INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Wawancara Kepada Staff Guru

Informan Pendukung

No	Pertanyaan		
	Indikator	Staff Guru	Deskripsi/Jawaban
1	Kualitas Konten	1. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai kualitas informasi dan konten yang dipublikasikan oleh madrasah melalui media digital? 2. Apakah Menurut Bapak/Ibu konten yang dipublikasikan telah mencerminkan kegiatan, prestasi, dan identitas madrasah?	
2	Media Sosial	3. Menurut Bapak/Ibu, sejauh mana media sosial madrasah dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan prestasi sekolah? 4. Media digital apa yang paling sering digunakan madrasah untuk menyampaikan informasi	
3	Citra Positif (School Branding)	5. Menurut Bapak/Ibu, apakah kegiatan digital marketing yang dilakukan madrasah telah membantu membangun citra positif di masyarakat? Mengapa? 6. Bagaimana pengaruh publikasi kegiatan dan prestasi madrasah terhadap pandangan masyarakat terhadap madrasah?	
4	Reputasi Sekolah	7. Menurut Bapak/Ibu, apakah publikasi melalui media digital memberikan dampak terhadap reputasi madrasah? Jelaskan berdasarkan pengamatan Bapak/Ibu. 8. Apa saran Bapak/Ibu agar strategi digital marketing madrasah dapat lebih efektif dalam menguatkan school branding?	

Tabel 3. 5 Instrumen Wawancara Kepada Staff Guru

INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen Wawancara Kepada Siswa/Siswi

Informan Pendukung

No	Pertanyaan		
	Indikator	Siswa	Deskripsi/Jawaban
1	Kualitas Konten	1. Bagaimana pendapat Anda mengenai konten yang dipublikasikan oleh madrasah melalui media sosial 2. Konten seperti apa yang menurut Anda paling menarik?	
2	Media Sosial	3. Media sosial madrasah apa yang paling sering Anda lihat, dan informasi apa yang biasanya Anda peroleh dari media tersebut? 4. Menurut Anda, apakah media sosial madrasah sudah menyampaikan informasi dengan baik? Jelaskan	
3	Citra Positif (School Branding)	5. Menurut Anda, apakah media digital madrasah dapat menunjukkan keunggulan dan identitas madrasah kepada masyarakat? Jelaskan. 6. Bagaimana perasaan Anda ketika melihat prestasi atau kegiatan madrasah dipublikasikan melalui media digital?	
4	Kepercayaan Publik/Reputasi Sekolah	7. Menurut Anda, apakah publikasi kegiatan dan prestasi madrasah melalui media digital membuat masyarakat semakin mengenal dan percaya terhadap madrasah? Mengapa? 8. Apa saran Anda agar media sosial dan website madrasah menjadi lebih menarik bagi siswa dan masyarakat?	

Tabel 3. 6 Instrumen Wawancara Kepada Siswa/Siswi

INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMEN OBSERVASI

No	Indikator	Deskripsi
1	Aktivitas tim PPDB Mts Ypp Darul Hikam Banjaran dalam melaksanakan Digital Marketing	
2	Aktivitas Guru Mts Ypp Darul Hikam Banjaran dalam kegiatan pembelajaran	
3	Aktivitas Kegiatan Ekstrakurikuler Mts Ypp Darul Hikam Banjaran	
4	Kondisi Lembaga Pendidikan Mts Ypp Darul Hikam Banjaran	

Tabel 3. 7 Pedoman Observasi



INTRUMEN PENGUMPULAN DATA PEDOMEN DOKUMENTASI

No	Indikator	Status		Keterangan
		Ada	Tidak	
1	Profil Sekolah a. Sejarah Mts Ypp Darul Hikam Banjaran b. Profil Mts Ypp Darul Hikam Banjaran c. Visi, Misi Sekolah d. Struktur Organisasi Sekolah e. Prestasi Sekolah (Akademik dan Non Akademik)			
2	Data Pemasaran a. Media Sosial Sekolah 1) Website 2) Instagram 3) Facebook 4) TikTok 5) YouTube b. Dokumen Pemasaran c. Brosur dan Spanduk Sekolah			
3	Data Guru dan Tenaga Kependidikan			
4	Data Peserta didik tahun ajaran 2025/2026			
5	Data Sarana Prasarana			

Tabel 3. 8 Instrumen data pedoman dokumentasi