

**ANALISIS *BRAND IMAGE* SMA MUHAMMADIYAH 1  
PONOROGO MELALUI INSTAGRAM @smamuhipo.official**

**SKRIPSI**



Oleh:

Ika Okkis Malinda

NIM: 21240909

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo  
2025**

## HALAMAN LOGO



**ANALISIS *BRAND IMAGE* SMA MUHAMMADIYAH 1  
PONOROGO MELALUI INSTAGRAM @smamuhipo.official**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik di Jurusan  
Ilmu Komunikasi

Oleh:

Ika Okkis Malinda

NIM: 21240909

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

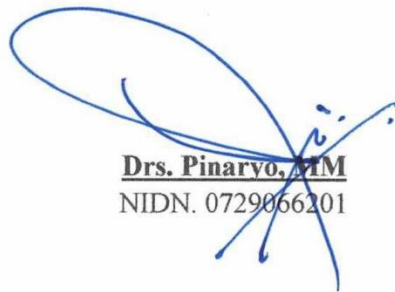
2025

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ika Okkis Malinda NIM 21240909 ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Ponorogo, 3 Juni 2025

Pembimbing I



**Drs. Pinaryo, M.M.**  
NIDN. 0729066201

Pembimbing II



**Krisna Megantari, S.Sos., M.A.**  
NIDN. 0724048604

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ika Okkis Malinda ini,

Telah dipertahankan di depan penguji pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 9 Juli 2025

Pukul : 10.06 WIB

### DEWAN PENGUJI

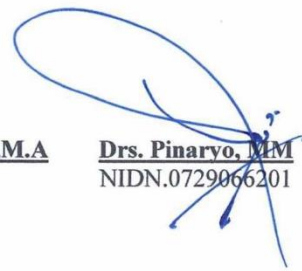
Penguji I

Penguji II

Penguji III

  
Eli Purwati, S.Sos M.I.Kom  
NIDN.0702088201

  
Krisna Megantari, S.Sos., M.A  
NIDN.0724048604

  
Drs. Pinaryo, MM  
NIDN.0729066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
Dr. Robby Darwis Nasution, M.A.  
NIK. 19860228 202109 12

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ika Okkis Malinda

Alamat : Jl. Ternate No 71F Mangkujayan, Ponorogo

NIM : 21240909

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul : **“Analisis Brand Image SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo Melalui Instagram @smamuhipo.official”** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya Ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 16 Juli 2025

enyatakan,



(Ika Okkis Malinda)

## HALAMAN MOTTO

***“Berhenti menyalahkan diri sendiri atas hal-hal yang tidak bisa kita kendalikan. Kita sudah cukup hancur untuk terus dihukum.”***

*“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”*

*(Baskara Putra-Hindia)*

***Hal yang indah tentang hidup adalah, kamu selalu bisa berubah, tumbuh dan menjadi lebih baik. Kamu tidak ditentukan oleh masalah atau kesalahanmu***

*“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

*(QS. Al-Insyirah : 5-6)*



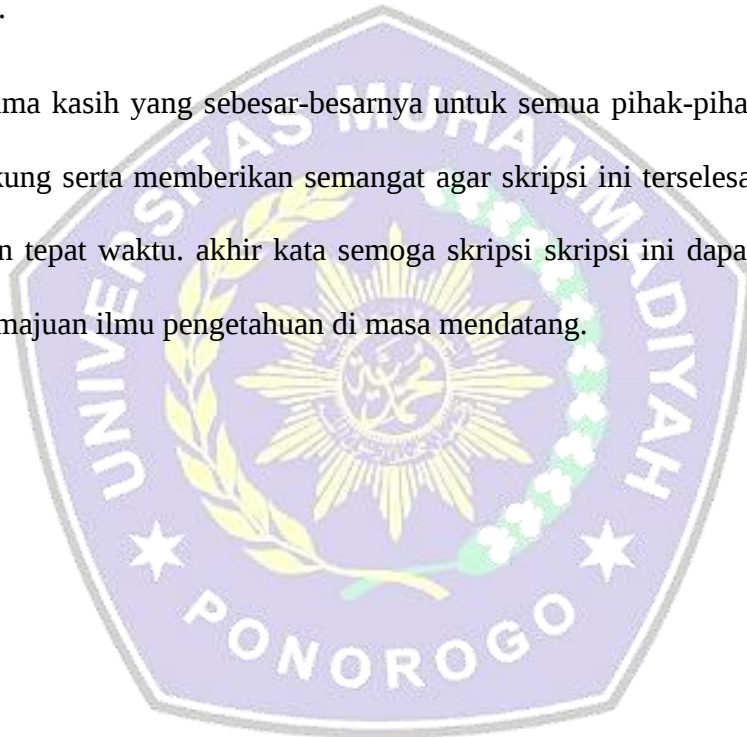
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan rasa bangga dan bersyukur penulis berterima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-nya maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Kepada Ayah saya dan Ibu saya tercinta, kusayangi, dan yang paling berarti dalam hidup saya. yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan moral, dan semangat tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang tak terhingga.
3. Kepada adik saya tercinta Rafifah Dwi Artanti terima kasih untuk segala bentuk dukungan motivasinya.
4. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan do'a.
5. Kepada Dosen ilmu komunikasi, terimakasih selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya hingga saya menjadi lebih baik.
6. Kepada Sahabat seperjuangan saya, Destya Cantika, Zhafira Ulaya, Darlian Novita, terimakasih telah memberikan *support* dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman saya ilmu komunikasi Angkatan 2021. Terimakasih untuk waktu dan kenangannya. Semoga kalian sukses kedepannya.

8. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Ika Okkis Malinda atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih kepada hati yang tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Saya bangga pada diri saya sendiri!. Untuk kedepannya semoga tetap kuat dan selalu tegar. Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak-pihak yang telah mendukung serta memberikan semangat agar skripsi ini terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. akhir kata semoga skripsi skripsi ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Analisis Brand Image SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo Melalui Media Sosial Instagram*”.

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Mengingat keterbatasan ilmu dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr Robby Darwis Nasution, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Drs. Pinaryo, MM selaku dosen pembimbing 1
3. Dr. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing 2
4. Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom selaku dosen penguji
5. Seluruh dosen dan tenaga kerja di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan bimbingan berupa ilmu dan pengetahuan.

Penulis hanya bisa mendo'akan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini, semoga mendapat balasan dan ridho Allah SWT. Saran serta kritik untuk perbaikan selalu diterima. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Ponorogo, 2 Juni 2025



## DAFTAR ISI

|                                                                                   |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN LOGO .....                                                                | i    |
| HALAMAN JUDUL.....                                                                | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                                                          | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                           | iv   |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....                                            | v    |
| HALAMAN MOTTO .....                                                               | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                                         | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                              | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                                   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                               | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                            | 1    |
| 1.1 Latar belakang .....                                                          | 1    |
| 1.2 Rumusan masalah.....                                                          | 6    |
| 1.3 Tujuan penelitian.....                                                        | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                       | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                                      | 7    |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                          | 7    |
| 2.1.1 <i>Brand Image</i> (citra merek).....                                       | 7    |
| 2.1.2 Media promosi dan media sosial instagram.....                               | 9    |
| 2.2.3 Pentingnya Brand Image dalam lembaga pendidikan.....                        | 14   |
| 2.2.4 Faktor-faktor pembentuk Brand Image.....                                    | 17   |
| 2.2.5 Langkah-langkah membentuk Brand Image.....                                  | 18   |
| 2.2.6 Prestasi lembaga dan kegiatan pendukung di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo..... | 18   |
| 2.2.7 Humas (hubungan masyarakat) .....                                           | 21   |
| 2.2 Konsep Teori AIDA .....                                                       | 27   |
| 2.3 Kerangka Berfikir.....                                                        | 31   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                                    | 32   |
| 3.1 Tempat dan waktu penelitian .....                                             | 32   |
| 3.2 Jenis Penelitian .....                                                        | 32   |
| 3.3 Subjek dan objek penelitian.....                                              | 32   |

|                                   |                                                   |    |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------|----|
| 3.4                               | Sumber data .....                                 | 33 |
| 3.5                               | Teknik pengumpulan data .....                     | 33 |
| 3.6                               | Teknik penentuan informan.....                    | 34 |
| 3.7                               | Teknik analisis data .....                        | 35 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |                                                   | 36 |
| 4.1                               | Gambaran objek penelitian.....                    | 36 |
| 4.1.1                             | Sejarah SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo .....         | 36 |
| 4.1.2                             | Letak Geografis SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo ..... | 38 |
| 4.1.3                             | Profil akun instagram (@smamuhipo.official) ..... | 40 |
| 4.1.3                             | Visi dan Misi SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo .....   | 40 |
| 4.2                               | Analisis Pembahasan .....                         | 42 |
| 4.3                               | Ringkasan Analisis Tahapan AIDA .....             | 49 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....   |                                                   | 54 |
| 5.1                               | Kesimpulan.....                                   | 54 |
| 5.2                               | Saran.....                                        | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA .....              |                                                   | 56 |
| LAMPIRAN.....                     |                                                   | 59 |



## DAFTAR GAMBAR

|                    |                                                                 |    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| <b>gambar 4. 1</b> | <i>Profil akun instagram SMA Muhipo .....</i>                   | 40 |
| <b>gambar 4. 2</b> | <i>prestasi siswa SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo .....</i>         | 43 |
| <b>gambar 4. 3</b> | <i>program baru kelas unggulan SMA Muhipo .....</i>             | 44 |
| <b>gambar 4. 4</b> | <i>Pelatihan Toefl kelas XI Bilingual (kelas unggulan).....</i> | 46 |
| <b>gambar 4. 5</b> | <i>Prestasi siswa-siswi dan alumni SMA Muhipo.....</i>          | 47 |
| <b>gambar 4. 6</b> | <i>konten dan web site PPDB SMA Muhipo .....</i>                | 48 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>TABEL 4. 1</b> <i>Profil singkat SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo .....</i>         | 38 |
| <b>TABEL 4. 2</b> <i>Elemen AIDA yang telah tercapai.....</i>                     | 49 |
| <b>TABEL 4. 3</b> <i>Elemen AIDA yang belum tercapai / lebih ditingkatan.....</i> | 51 |



## **ABSTRAK**

### **ANALISIS *BRAND IMAGE* SMA MUHAMMADIYAH 1 PONOROGO MELALUI INSTAGRAM @smamuhipo.official**

**Ika Okkis Malinda**

**21240909**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi cara SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo memanfaatkan Instagram dalam membangun dan memperkuat citra merek sekolah, dengan pendekatan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Seiring dengan meningkatnya kompetisi di antara institusi pendidikan, media sosial telah menjadi alat krusial untuk memperkenalkan keunggulan sekolah kepada masyarakat, terutama kepada calon siswa dan orang tua mereka. Metode yang diadopsi dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Instagram @smamuhipo.official berhasil menarik perhatian (attention) melalui konten visual yang menarik dan bernuansa konsisten. Ketertarikan (interest) ditumbuhkan melalui informasi mengenai program unggulan dan prestasi siswa. Namun, pada fase keinginan (desire), pihak sekolah masih perlu menghadirkan lebih banyak konten yang mampu membangkitkan emosi, seperti kisah alumni atau testimoni yang menginspirasi. Di sisi lain, pada tahap tindakan (action), ajakan untuk bertindak (call to action) dan pemanfaatan fitur interaktif seperti story, polling, dan highlight belum dimaksimalkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi branding digital di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo sudah berjalan dengan baik, terutama di tahap awal dan menengah, tetapi masih membutuhkan penguatan pada tahap akhir untuk meningkatkan efektivitas pendaftaran siswa baru. Penemuan ini diharapkan dapat berfungsi sebagai panduan bagi lembaga pendidikan lainnya dalam memanfaatkan potensi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi.

**Kata Kunci:** Instagram, citra merek, AIDA, media sosial, SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo.

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS *BRAND IMAGE* SMA MUHAMMADIYAH 1 PONOROGO MELALUI INSTAGRAM @smamuhipo.official**

**Ika Okkis Malinda**

**21240909**

This study aims to explore how SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo utilizes Instagram in building and strengthening the school's brand image, using the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) approach. Along with the increasing competition among educational institutions, social media has become a crucial tool to introduce school excellence to the public, especially to prospective students and their parents. The method adopted in this study is descriptive qualitative with data collection techniques that include observation, interviews, and documentation. The research findings show that Instagram @smamuhipo.official has succeeded in attracting attention through attractive and consistent visual content. Interest is fostered through information about excellent programs and student achievements. However, in the desire phase, the school still needs to present more content that can arouse emotions, such as alumni stories or inspiring testimonials. On the other hand, in the action phase, calls to action and the use of interactive features such as stories, polls, and highlights have not been maximized. This study concludes that the digital branding strategy at SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo has been running well, especially in the early and middle stages, but still needs strengthening in the final stage to increase the effectiveness of new student registration. This finding is expected to serve as a guide for other educational institutions in utilizing the potential of social media as a means of communication and promotion.

**Keywords:** Instagram, brand image, AIDA, *social* media, SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo.