

**STRATEGI DIGITAL *BRANDING* MADRASAH ALIYAH NEGERI 2
PONOROGO DALAM MEREPRESENTASIKAN *THE WORLD*
MADRASAH DI *INSTAGRAM***

SKRIPSI



Oleh :

Khoirunnisa Nur Wakhidah

22241042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

**STRATEGI DIGITAL *BRANDING* MADRASAH ALIYAH NEGERI 2
PONOROGO DALAM MEREPRESENTASIKAN *THE WORLD*
*MADRASAH DI INSTAGRAM***

SKRIPSI

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

Oleh :

KHOIRUNNISA NUR WAKHIDAH

NIM : 22241042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Khoirunnisa Nur Wakhidah / 22241042 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 15 Juli 2026

Pembimbing I



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0707078204

Pembimbing II



Dr. Krisna Megantari, M.A.
NIDN. 0724048604

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Khoirunnisa Nur Wakhidah/22241042 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juli 2026

Pukul : 09.30 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Dra. Niken Lestarini, M.Si.
NIDN. 0020066503


Dr. Krisna Megantari, M.A.
NIDN. 0724048604


Denny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN.0707078204

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Khoirunnisa Nur Wakhidah

Alamat : Desa Serag, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo

NIM : 22241042

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul *Strategi Digital Branding* Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo dalam merepresentasikan *The World Madrasah* di Instagram merupakan 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, 14 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Khoirunnisa Nur Wakhidah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT. Atas segala berkah dan rahmat serta anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Digital *branding* Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo Dalam Merepresentasikan *The World Madrasah* di *Instagram*”.

Skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT, karena dengan karunia dan kehendak-Nya telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orangtua penulis. Terimakasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu diberikan sehingga penulis masih bisa berdiri hingga saat ini.
3. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, saran, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Teman-teman baik penulis yang telah memberi dukungan, hiburan dan selalu kebersamai penulis selama proses perkuliahan.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini. Semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan

Ponorogo, 02 Juli 2026

Penulis



(Khoirunnisa Nur Wakhidah)

ABSTRAK

STRATEGI DIGITAL *BRANDING* MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 PONOROGO DALAM MEREPRESENTASIKAN *THE WORLD* *MADRASAH DI INSTAGRAM*

Khoirunnisa Nur Wakhidah

22241042

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital *branding* MAN 2 Ponorogo dalam merepresentasikan *The World Madrasah* di *Instagram*. Penelitian ini di dorong oleh kesenjangan antara persepsi masyarakat yang masih memandang madrasah sebagai lembaga pendidikan yang hanya berfokus pada aspek keagamaan dan tidak berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, dengan realita bahwa madrasah mampu bersaing dan mencapai prestasi seperti sekolah umum lain. Pada penelitian ini menggunakan teori *brand Expression* dari Sicco Van Gelder yang berisi tiga elemen, *brand Positioning*, *brand Identity*, dan *brand Personality*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dengan kepala madrasah, waka humas, pengelola *Instagram*, pengikut aktif dari *Instagram @man2ponorogo*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun *Instagram @man2ponorogo* telah menerapkan strategi digital *branding* secara efektif. Pada aspek *positioning* Man 2 Ponrogo memposisikan diri sebagai madrasah unggul, berprestasi, religius, dan berwawasan global. Pada aspek Identity, ditampilkan melalui logo, tagline The World Madrasah, serta elem visual yang konsisten. Pada aspek *Personality*, karakter religius, modern, kreatif, adaptif, dan komunikatif yang dibentuk, mendapatkan tanggapan yang positif dari para audiens. Strategi tersebut dapat memperkuat citra MAN 2 Ponorogo sebagai madrasah unggul yang kompetitif baik lokal maupun global.

Kata kunci : strategi digital *branding*, *Instagram*, program unggulan, *The World Madrasah*.

ABSTRACT

DIGITAL BRANDING STRATEGY OF MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 PONOROGO IN REPRESENTING THE WORLD MADRASAH ON INSTAGRAM

Khoirunnisa Nur Wakhidah

22241042

This research aims to analyze the digital branding strategy of MAN 2 Ponorogo in representing The World Madrasah on Instagram. This research is driven by the gap between the public perception that still views madrasahs as educational institutions focused solely on religious aspects and not evolving with the times, and the reality that madrasahs are capable of competing and achieving accomplishments like other public schools. In this study, the brand Expression theory by Sicco Van Gelder, which consists of three elements: brand Positioning, brand Identity, and brand Personality, is used. The research method employs a qualitative research approach with a descriptive approach. Data collection techniques included interviews with the head of the madrasah, the public relations officer, the Instagram manager, and active followers of the Instagram account @man2ponorogo. The research results show that the Instagram account @man2ponorogo has effectively implemented a digital branding strategy. In terms of positioning, Man 2 Ponorogo positions itself as an excellent, accomplished, religious, and globally-minded madrasah. In terms of identity, it is displayed through the logo, the tagline "The World Madrasah," and consistent visual elements. In the aspect of Personality, the religious, modern, creative, adaptive, and communicative character that has been formed received positive responses from the audience. That strategy can strengthen the image of MAN 2 Ponorogo as an excellent madrasah that is competitive both locally and globally.

Keywords: digital branding strategy, Instagram, flagship programs, The World Madrasah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Teori <i>Brrand Expression</i>	11
2. Strategi <i>branding</i>	16
3. Digital <i>branding</i>	17
4. Media Sosial.....	18
5. <i>Instagram</i>	21
6. Penelitian Terdahulu	25
B. Kerangka Penelitian.....	30
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Tempat dan Waktu	31

B. Jenis Penelitian.....	31
C. Subjek Penelitian	32
D. Data dan Sumber Data.....	34
E. Teknik Sampling	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Validitas Data	36
H. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Profil MAN 2 Ponorogo.....	39
2. Hasil Temuan	46
a. <i>Brand Positioning</i>	47
b. <i>Brand Personality</i>	57
c. <i>Brand Identity</i>	65
B. Hasil Pembahasan.....	74
1. <i>Brand Positioning</i>	75
2. <i>Brand Personality</i>	78
3. <i>Brand Identity</i>	83
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. KESIMPULAN.....	88
C. SARAN.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 dokumentasi launching ICP	6
Gambar 2 siswa yang mendapat beasiswa kuliah di luarA negri	6
Gambar 3 Launching slogan The World Madrasah di Instagram.....	6
Gambar 4 Instagram @man2ponorogo.....	7
Gambar 5 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 6 kerangka pemikiran	30
Gambar 7 struktur organisasi MAN 2Ponorogo.....	45
Gambar 8 struktur kepengurusan humas.....	46
Gambar 9 postingan prestasi siswa di Instagram	50
Gambar 10 postingan prestasi siswa di Instagram	50
Gambar 11 postingan lolos PTN	52
Gambar 12 postingan prestasi siswa	52
Gambar 13 postingan prestasi alumni.....	52
Gambar 14 dokumentasi kegiatan kelas ICP	54
Gambar 15 seminar international kelas ICP	54
Gambar 16 persiapan edutour kelas ICP ke Malaysia dan Singapura.....	54
Gambar 17 Data jumlah postingandokumentasi masing masing layanan program kelas.....	55
Gambar 18 konten pembelajaran dakwah siswa	59
Gambar 19 konten keagamaan	59
Gambar 20 konten yang mengadaptasi tren, berkolaborasi dengan tim jurweb....	62
Gambar 21 konten qna di ig.....	64
Gambar 22 data rentang usia followers.....	65
Gambar 23 profile Instagram MAN 2.....	68
Gambar 24 palet warna design konten Instagram @man2ponorogo	69
Gambar 25 logo kemenag berdampak	71
Gambar 26 logo pusaka digital kemenag.....	71
Gambar 27 tagline The World Madrasah.....	71
Gambar 28 logo MAN 2 Ponroogo	71
Gambar 29 logo kemenag	71
Gambar 30 logo jurweb MAN 2.....	71
Gambar 31 postingan yang menggunakan tagar dan logo The World Madrasah72	
Gambar 32 postingan yang tidak menggunakan tagar logo the wolrd madrasah. 72	
Gambar 33 Insight @man2ponorogo berdasarkan Domisili	72
Gambar 34 wawancara kepala MAN 2 Ponorogo.....	96
Gambar 35 wawancara dengan Waka Humas Man 2 Ponorogo	96
Gambar 36 wawancara dengan humas pengelola Instagram.....	97

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu	29
Table 2 daftar informan penelitian	33
Table 3 data jumlah postingan berdasarkan jenis	73

