

## **ABSTRAK**

### **Muhammad Raihan Razabi (1182010051), “Manajemen Pemasaran Berbasis Media Sosial Instagram Hubungannya Dengan Citra Lembaga (Penelitian di UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**

Lembaga pendidikan Islam di era ini mengalami persaingan yang semakin atraktif dan kompetitif. Perlu adanya inovasi dalam aktivitas pemasaran dalam rangka membangun citra positif dan menarik minat masyarakat. Bentuk pemasaran di era revolusi industri 4.0 saat ini bisa diintegrasikan dengan memanfaatkan media sosial instagram, begitu juga dalam bidang pendidikan. Maka bagaimana manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram yang dilakukan mampu membangun citra lembaga? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram UIN Sunan Gunung Djati Bandung, citra lembaga UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dan hubungan antara manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram dengan citra lembaga UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode korelasional. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan angket kuesioner. Kemudian setelah data terkumpul diolah menggunakan teknik analisis data uji instrument (validasi dan reabilitas), uji analisis parsial perindikator, uji prasyarat (uji normalitas dan linieritas), dan uji korelasi dan uji determinasi. Berdasarkan hasil penelitian, menyatakan bahwa manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram mempunyai hubungan yang signifikan terhadap citra lembaga, dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya juga terdapat jenis hubungan variabel yang mengarah pada sifat positif dikarenakan angka person correlation sebesar 0,838 yang mana tidak memiliki tanda (-) diangka tersebut maka hubungan kedua variabel adalah searah dan memiliki arti semakin tinggi manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram maka semakin tinggi pula citra lembaga. Kemudian koefisiensi determinasi (R square) yang diperoleh adalah sebesar 0,702 yang artinya kontribusi variabel manajemen pemasaran berbasis media sosial instagram terhadap citra lembaga adalah sebesar 69%.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

*Kata Kunci: Manajemen, Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Citra, Lembaga.*