

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Sekolah dalam Membangun Kepercayaan Publik Melalui *School Branding* di SMPN 1 Tulungagung” ini ditulis oleh Rezvina Cahyaning Hidayah (NIM: 126207212093), Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan di bimbing oleh Bapak Dr. Moh. Arif, M.Pd

Kata Kunci : Strategi sekolah, Kepercayaan Publik, School Branding

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya peran sekolah dalam membangun kepercayaan publik di era kompetisi antar lembaga pendidikan yang semakin ketat. Masyarakat kini tidak hanya menilai sekolah dari kualitas akademik, tetapi juga dari citra atau *brand* yang dibangun oleh sekolah tersebut. *School branding* menjadi strategi yang relevan untuk memperkuat identitas, meningkatkan daya tarik sekolah, dan membangun loyalitas masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Di tengah tuntutan tersebut, SMPN 1 Tulungagung menjadi salah satu sekolah yang secara aktif menerapkan strategi *school branding* melalui aspek seperti prestasi siswa, pemanfaatan media digital dan kualitas tenaga pendidik

Fokus penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana perencanaan sekolah dalam membangun kepercayaan publik melalui *school branding* di SMPN 1 Tulungagung?, 2) Bagaimana pelaksanaan dalam membangun kepercayaan publik melalui *school branding* di SMPN 1 Tulungagung?, 3) Bagaimana evaluasi dari kepercayaan publik melalui *school branding* di SMPN 1 Tulungagung?. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan di SMPN 1 Tulungagung dalam melakukan *branding*, Untuk mengetahui strategi pelaksanaan sekolah dalam membangun kepercayaan publik melalui *school branding* di SMPN 1 Tulungagung, Untuk mengetahui evaluasi dari kepercayaan publik melalui *school branding* di SMPN 1 Tulungagung

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipan dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kondensasi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kepercayaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *school branding* di SMPN 1 Tulungagung dilakukan melalui tiga tahapan. Pada tahapan yang pertama perencanaan, sekolah memanfaatkan media digital seperti *website* dan media sosial, fokus pada pembinaan prestasi siswa, peningkatan kualitas guru, serta pengembangan fasilitas pendidikan. Kedua, pada tahap pelaksanaan, sekolah menjalankan program promosi digital secara aktif, mendampingi siswa dalam pengembangan bakat, membangun sinergi dengan alumni, serta memperkuat komitmen guru sebagai ujung tombak layanan pendidikan. Ketiga, pada tahap evaluasi, teknologi informasi telah berjalan, namun masih perlu penguatan. Evaluasi rutin dilakukan terhadap prestasi siswa dan kualitas guru, sementara loyalitas alumni menjadi indikator penting dalam keberhasilan sekolah.

ABSTRACT

This thesis entitled "School Strategy in Building Public Trust Through School Branding at SMPN 1 Tulungagung" was written by Rezvina Cahyaning Hidayah (NIM: 126207212093), Department of Islamic Education Management (MPI), Faculty of Tarbiyah and Teacher Training (FTIK), Sayyid Ali Rahmatullah Islamic University Tulungagung, supervised by Dr. Moh. Arif, M.Pd

Keywords: School strategy, Public Trust, School Branding

This research is motivated by the importance of the role of schools in building public trust in an era of increasingly tight competition between educational institutions. The public now not only judges schools from their academic quality, but also from the image or brand built by the school. School branding is a relevant strategy to strengthen identity, increase school appeal, and build public loyalty to educational institutions. Amidst these demands, SMPN 1 Tulungagung is one of the schools that actively implements school branding strategies through aspects such as student achievement, utilization of digital media and the quality of educators

The focus of this study includes: 1) How is the school's planning in building public trust through school branding at SMPN 1 Tulungagung?, 2) What is the implementation strategy in building public trust through school branding at SMPN 1 Tulungagung?, 3) How is the evaluation of public trust through school branding at SMPN 1 Tulungagung?. The purpose of this study was to determine the planning at SMPN 1 Tulungagung in carrying out branding, to determine the school's implementation strategy in building public trust through school branding at SMPN 1 Tulungagung, to determine the evaluation of public trust through school branding at SMPN 1 Tulungagung.

This study uses a descriptive qualitative research approach. Data collection techniques in this study are in-depth interviews, participant observation and documentation. Data analysis techniques are data condensation, data presentation, and drawing conclusions. Checking the validity of the data in this study was carried out with trust.

The results of the study show that the school branding strategy at SMPN 1 Tulungagung is carried out through three stages. In the first stage of planning, the school utilizes digital media such as websites and social media, focuses on fostering student achievement, improving teacher quality, and developing educational facilities. Second, at the implementation stage, schools actively run digital promotion programs, assist students in developing talents, build synergy with alumni, and strengthen teachers' commitment as the spearhead of educational services. Third, during the evaluation phase, information technology has been implemented, but still needs strengthening. Regular evaluations are conducted on student achievement and teacher quality, while alumni loyalty is a key indicator of school success.

خلاصة

عدت أطروحة بعنوان "استراتيجية المدرسة في بناء ثقة الجمهور من خلال بناء هويتها المدرسية في المدرسة الإعدادية الأولى بتولونغونغ" من قبل ريزفينا كاهيانينغ هداية، الطالبة في الصف الثاني عشر، قسم إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية بتولونغونغ، بإشراف الدكتور محمد عارف، ماجستير في الإدارة العامة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية المدرسة، ثقة الجمهور، بناء هوية مدرسية

ينبع هذا البحث من أهمية دور المدارس في بناء ثقة الجمهور في عصر يشهد منافسة شرسة بين المؤسسات التعليمية. لم يعد الجمهور يحكم على المدارس من خلال جودتها الأكاديمية فحسب، بل أيضًا من خلال الصورة أو الهوية التي تبنيها المدرسة. يُعد بناء هوية مدرسية استراتيجية فعّالة لتعزيز هويتها، وزيادة جاذبيتها، وبناء ولاء الجمهور لها. في خضم هذه المطالب، تُعد مدارس تولونغ أجونج من المدارس التي تُطبّق استراتيجيات بناء الهوية المدرسية بفعالية من خلال جوانب مثل تحصيل الطلاب، واستخدام الوسائط الرقمية، وجودة المعلمين.

تركز هذه الدراسة على: كيف يُسهم تخطيط المدرسة في بناء ثقة الجمهور من خلال بناء الهوية المدرسية في المدرسة الإعدادية الأولى بتولونغ أجونج؟ ما هي استراتيجية التنفيذ في بناء ثقة الجمهور من خلال بناء الهوية المدرسية في المدرسة الإعدادية الأولى بتولونغ أجونج؟ كيف يتم تقييم ثقة الجمهور من خلال بناء الهوية المدرسية في المدرسة الإعدادية الأولى بتولونغ أجونج؟

تعتمد هذه الدراسة على منهج البحث النوعي الوصفي. وتشمل تقنيات جمع البيانات في هذه الدراسة المقابلات المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة، والتوثيق. وتشمل تقنيات تحليل البيانات تكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. وقد تم التحقق من صحة البيانات في هذه الدراسة باستخدام أسلوب الثقة.

تُظهر نتائج الدراسة أن استراتيجية بناء الهوية المدرسية في المدرسة الإعدادية الأولى بتولونغ أجونج تتم عبر ثلاث مراحل في المرحلة الأولى من التخطيط، تستخدم المدرسة الوسائط الرقمية، مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وتركز على تعزيز تحصيل الطلاب، وتحسين كفاءة المعلمين، وتطوير المرافق التعليمية. ثانيًا، في مرحلة التنفيذ، تُنفذ المدارس برامج ترويجية رقمية فعّالة، وتُساعد الطلاب على تنمية مواهبهم، وتوطيد التعاون مع الخريجين، وتعزيز التزام المعلمين بدورهم الريادي في الخدمات التعليمية. ثالثًا، في مرحلة التقييم، تُجرى مراجعات دورية لأداء برنامج بناء الهوية المؤسسية، بمشاركة مختلف الجهات المعنية، لضمان فعالية الاستراتيجيات المُطبقة.