



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Nurul dkk. *Strategi Perencanaan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. Pinisi *Journal Of Educations*. 2023.
- Aris. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jawa Barat: Wiayata Bestarii Semesta. 2022.
- Asmariyani, dkk. *Mekanisme Pengambilan Keputusan Kepala Madrasah Tsanawiyah Nurul Huda Desa Nusantara Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau*, *Jurnal Pendidikan*. Vol 3 No. 3. 2022.
- Asmariyani, dkk. *Manajemen Strategis Pimpinan Pondok Pesantren: Improving Quality Of Graduates at Khairul Ummah Air Molek*. *Jurnal Internasional Pendekatan Multidisipin Penelitian dan Sains*. Vol.3.no.01.2025
- Burhan dan Bhakti Pandi Hasin, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Kalimantan Selatan: Ruang Karya Bersama, 2023
- Daryanto, Agus Setyono. *Potret Pendidikan di Indonesia*. Semarang: Mutiara Aksara. 2024.
- Djafri, Novianty. *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Yogyakarta: Deepublish. 2017.
- Hanafi, Abu. *Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun School Branding di Sekolah Menengah Atas Cendana Pekanbaru*. Skripsi UIN SUSKA RIAU. 2024.
- Hasibuan, Nely Rahmadani. *Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Swasta*. *Jurnal Pendidikan. Komunikasi dan Keagamaan*, Vol. 5 No 1. 2022.
- H.E. Mulyasa. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi aksara. 2022.
- Hendarman. *Sekolahku Perusahaanku*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2020.
- Irjus, Indrawan. *Manajemen Perpustakaan*. Pekanbaru: Cahaya Firdaus. 2022.
- Irjus, Indrawan, and Ali Murtopo. "Manajemen Lingkungan Strategik Dalam Organisasi Lembaga Pendidikan Islam." *Al-Afkar: Manajemen pendidikan Islam* 11.01 (2023): 71-84.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

- Irjus, Indrawan. "Manajemen Wakil Kepala Sekolah Madrasah Bidang Kepeserta didikan di MTS Nurul Huda KM. 5 Nusantara Jaya Kecamatan Keritang." *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1.1. 2023.
- Irjus, Indrawan, 2020. *Prinsip Struktur Organisasi Pendidikan*. Al-Afkar: Manajemen pendidikan Islam.
- Jamil, Shobrun dan Muhammad Aqso. *Perencanaan Pendidikan Islam Dalam Teori*. Jawa Tengah: Luthfi Gilang. 2022.
- Luneto, Buhari. *Perencanaan Pendidikan*. Mataram: Sanabil. 2023.
- Mujib, Fathul dan Tutik Saptiningsih, *School Branding: Strategi di Era Disruptif*, Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara. 2020. Cet. 1, 1.
- Mulyani, Dina Sri dan Paulina Virginti. *Perencanaan Strategis Sekolah*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. 2023.
- Murdianto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Yogyakarta Pres. 2020.
- Naamy, Nazar. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasinya*. Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah. 2019.
- Nardo, Rio, dkk. *Branding Strategi di Era Didital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara. 2024.
- Pahlevi, Cepi dan Muhammad Ichwan Musa. *Manajemen Strategi*. (Makasar: Intelektual Karya Nusantara. 2023.
- Pawansa, Dian Anggraec Sigit. *Strategi Branding*. Solok: Mafy Media Literasi Indonesia. 2024.
- Rachmawati, Yeni, dkk. *Potret Pendidikan Di Indonesia Statistik Pendidikan 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. 2017.
- Rifa'I, Muhammad. *Manajemen Peserta Didik*. Medan: Widya Puspita. 2018.
- Salamah, Anis dan Moh. Syamsul Fatah. *Strategi Kepala Madrasah Dalam Membangun Brand Image Madrasah*. Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman. 2024.
- Sahnan, M. *Urgensi Perencanaan Pendidikan di Sekolah Dasar*. Padang: Universitas Bung Hatta. 2017.
- Sari, Iin Maya, dkk. *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Jakarta: Universitas Paramadina. 2020.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

- Siagawati, Meli. *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan (Brand Image Dalam Lembaga Pendidikan)*. Padang: Get Press Indonesia. 2022.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftahul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: Nata Karya, 2019.
- Soelaiman, Aditya. *Pengenalan Branding (Dasar-dasar Membangun Brand yang kuat)*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera. 2023.
- Supangat. *Branding Sekolah Islam*. Jawa Barat: School Principal Academy. 2022.
- Susanti, Afrilia. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMK Mitra Industri*. skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2022.
- Sukmana, Asep Jaya. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Pengembangan Rencana Kerja Sekolah*. Jurnal Al-Azhary. Vol 5. 2019. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2023.
- Uno, Hamzah B. dan Ninan Lamatenggo. *Tugas Guru Dalam Pembelajaran (Aspek yang Memengaruhi)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2016.
- Wardana, Aditya, dkk. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia. 2022.
- Wardani, Ema Kusuma. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menciptakan School Branding di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang*. Skripsi UIN Wali Songo Semarang. 2021.
- Wulan, Teti Ratna. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan dan Penelitian Indonesia. 2023.
- Ebook. Alquran dan Terjemahan*. Lajna Pentashihaan Mushaf Alquran. 2019.
- Kemendikbud, *Undang-Undang No 2 Tahun 1989*.
- Kemendikbud, *salinan permendikbudristek*. No 40. 2021.



LAMPIRAN



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

PEDOMAN DOKUMENTASI

No	Hasil Yang di Dokumentasi	Hasil Dokumentasi	
		Ada	Tidak
1	Profil Sekolah		
2	Visi, misi dan tujuan sekolah		
3	Struktur organisasi sekolah		
4	Data nama pendidiknya sekolah		
5	Data jumlah peserta didik sekolah		
6	Data perlengkapan sarana dan prasarana		
7	Strategi <i>school branding</i>		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama : **MILA OKTAPIA**
NIM : 602211010008
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indragiri
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Jabatan Informan : 1. kepala sekolah (Abdul Hak HDM, S.Th.I)
2. waka bidang kurikulum (Muhammad Habibi, S.Pd)
3. waka bidang kesiswaan (Slamet Riadi, S.Ag)
4. staf TU (Nu'aimah Husain, S.Ag)

“Perencanaan Strategi Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan *School Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan”

- 1) Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mencari wawasan konsumen terkait untuk mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 2) Bagaimana strategi kepala sekolah menentukan tema atau ide dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 3) Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menentukan saluran komunikasi terkait untuk mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 4) Bagaimana cara kepala sekolah untuk menentukan fokus tujuan *brand* sekolah dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 5) Bagaimana strategi kepala sekolah untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing?
- 6) Apakah kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 7) Apakah kepala sekolah memiliki badan riset khusus dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 8) Apakah kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

- 9) Apakah kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 10) Apakah kepala sekolah menguasai lapangan persaingan dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 11) Apakah kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga pendidikan dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 12) Apakah kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan *brand* untuk mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 13) Apakah kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk *brand*?
- 14) Apakah kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan?
- 15) Apakah kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan dalam mewujudkan *school Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 16) Apa saja faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
- 17) Apa saja faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?

Tembilahan, April 2025

MILA OKTAPIA
602211010008

Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Irjus Indrawan, M.Pd.I
NIDN: 1009098602

Pembimbing II

Dr. Nurmadiah, S.Pd.I, M.A
NIDN: 1003068102



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

INSTRUMEN OBSERVASI

Nama : **MILA OKTAPIA**
NIM : 602211010008
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indragiri
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

“Perencanaan Strategi Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan *School Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan”

- 1) Kepala sekolah memiliki strategi dalam mencari wawasan konsumen.
- 2) Kepala sekolah menentukan tema atau ide.
- 3) Kepala sekolah memiliki strategi dalam menentukan saluran komunikasi.
- 4) Kepala sekolah memiliki strategi untuk menentukan fokus tujuan *brand* sekolah.
- 5) Kepala sekolah memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing.
- 6) Kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur.
- 7) Kepala sekolah memiliki badan riset khusus.
- 8) Kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai.
- 9) Kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis.
- 10) Kepala sekolah menguasai lapangan persaingan.
- 11) Kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga Pendidikan.
- 12) Kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan *brand*.
- 13) Kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk *brand*.
- 14) Kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan.
- 15) Kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan.
- 16) Faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding*.
- 17) Faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tembilahan, April 2025

MILA OKTAPIA
602211010008

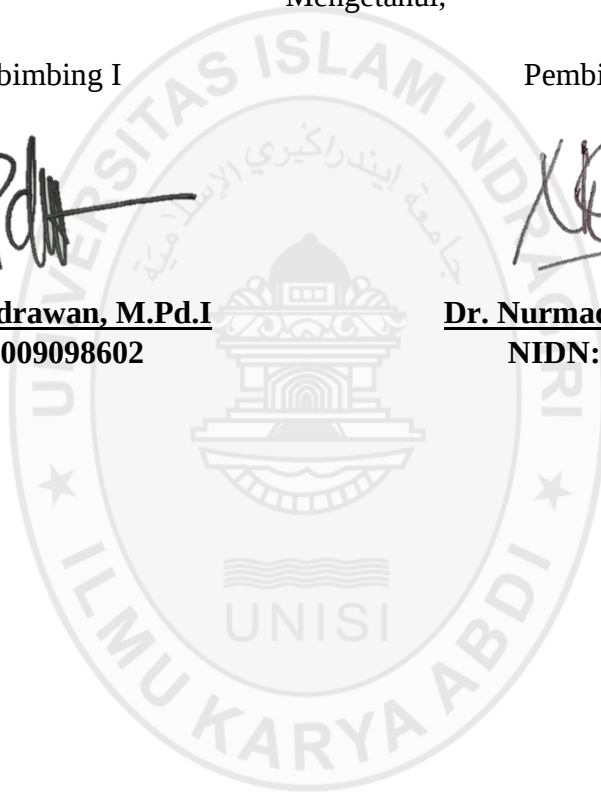
Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Irjus Indrawan, M.Pd.I
NIDN: 1009098602

Pembimbing II

Dr. Nurmadiah, S.Pd.I, M.A
NIDN: 1003068102





LAMPIRAN
HASIL OBSERVASI
PERENCANAAN STRATEGI KEPALA SEKOLAH
DALAM MEWUJUDKAN *SCHOLL BRANDING*
DI SMP IT ALHUSNIYAH TEMBILAHAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

A. Keterangan

Observasi adalah suatu teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan segenap memusatkan perhatian terhadap suatu objek penelitian dengan menggunakan semua alat indera.

Lokasi : SMP IT Alhusniyah Tembilahan

Waktu Observasi : 10 April 2025

Pukul : 09.00-10.00 WIB

No	Aspek yang di Observasi	Catatan Observasi
1	Kepala sekolah memiliki strategi dalam mencari wawasan konsumen	“Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, terlihat bahwa kepala sekolah memiliki strategi tersendiri dalam menggali wawasan dari para konsumen pendidikan, khususnya orang tua peserta didik. Salah satu strategi yang diterapkan adalah melalui forum pertemuan rutin bersama komite sekolah dan perwakilan orang tua. Dalam pertemuan tersebut, kepala sekolah secara aktif membuka ruang diskusi untuk menampung aspirasi, kritik, dan saran dari orang tua terkait proses pembelajaran, penguatan karakter, serta harapan mereka terhadap kompetensi lulusan sekolah. Dengan pendekatan tersebut, kepala sekolah mampu menjadikan masukan dari konsumen sebagai dasar dalam penyusunan kebijakan dan program yang lebih responsif

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



		terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat.”
2	Kepala sekolah menentukan tema atau ide.	“Dari hasil observasi yang dilakukan di lingkungan SMP IT Alhusniyah Tembilahan, peneliti mencatat bahwa kepala sekolah telah menetapkan arah dan identitas khusus dalam mewujudkan <i>school branding</i> . Hal ini terlihat dari berbagai elemen visual dan program sekolah yang mencerminkan nilai-nilai keislaman terpadu dan pembinaan karakter. Secara fisik, branding sekolah terlihat jelas melalui spanduk dan poster bertuliskan moto sekolah seperti " <i>Sekolah Islam Terpadu Pembentuk Generasi Qurani, Cerdas, dan Berakhlak</i> ". Moto tersebut juga terpajang di ruang guru, ruang kepala sekolah, dan di depan gerbang utama. Selain itu, seluruh warga sekolah termasuk guru dan peserta didik mengenakan seragam dan atribut yang mencerminkan identitas Islami dan modern, seperti desain batik khas sekolah dan logo institusi. Dari hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan telah memiliki dan menetapkan tema atau ide yang jelas dalam membangun <i>school branding</i> . Identitas tersebut secara konsisten diterapkan dalam budaya sekolah, program pembinaan peserta didik, serta komunikasi visual sekolah. Branding ini menunjukkan arah strategis sekolah dalam membentuk citra sebagai lembaga pendidikan Islam terpadu yang unggul dan berkarakter.”



3	Kepala sekolah memiliki strategi dalam menentukan saluran komunikasi.	“Berdasarkan hasil observasi di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, diketahui bahwa kepala sekolah telah memiliki strategi yang jelas dalam menentukan saluran komunikasi untuk mewujudkan <i>school branding</i> . Strategi ini mencakup pemanfaatan saluran komunikasi internal seperti apel pagi, grup WhatsApp sekolah, dan bulletin dinding untuk menyampaikan nilai-nilai branding kepada guru dan peserta didik. Sementara untuk komunikasi eksternal, sekolah aktif menggunakan media sosial resmi (Instagram, Facebook, YouTube), website sekolah, serta menjalin komunikasi langsung dengan orang tua melalui grup daring dan pertemuan rutin. Dalam setiap publikasi kegiatan, sekolah secara konsisten menampilkan logo, moto, dan identitas visual sekolah. Strategi ini menunjukkan bahwa kepala sekolah memahami pentingnya penyebaran pesan branding secara luas dan berkelanjutan untuk membentuk citra sekolah sebagai lembaga Islam terpadu yang unggul dan berkarakter.”
4	Kepala sekolah memiliki strategi untuk menentukan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah.	“Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, terlihat bahwa kepala sekolah memiliki strategi yang jelas dalam menentukan fokus tujuan dari <i>school branding</i> . Hal ini tercermin dari berbagai elemen identitas sekolah, baik secara tertulis maupun dalam implementasi program-program pendidikan. Fokus brand sekolah secara eksplisit dinyatakan dalam slogan dan visi sekolah: <i>“Mewujudkan Generasi Qurani,</i>



		<i>Cerdas, dan Berakhlak</i>". Slogan ini dipajang di spanduk resmi sekolah, ruang kepala sekolah, serta media sosial dan website sekolah. Selain itu, dalam dokumen Rencana Kerja Sekolah (RKS) tahun berjalan, tercantum bahwa arah pengembangan sekolah bertujuan untuk memperkuat tiga pilar utama: karakter Islami, kecerdasan akademik, dan kepemimpinan siswa. Dari hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan memiliki strategi yang terencana dalam menentukan fokus tujuan <i>school branding</i>. Fokus tersebut diarahkan untuk membentuk citra sekolah sebagai lembaga Islam terpadu yang melahirkan generasi Qurani, cerdas secara akademik, dan berakhlak mulia. Strategi ini menjadi pondasi dalam setiap program dan komunikasi sekolah, serta menjadi pembeda utama sekolah dalam lingkungan pendidikan sekitarnya."
5	Kepala sekolah memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing.	"Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, peneliti menemukan bahwa kepala sekolah memiliki perhatian besar terhadap pencitraan sekolah yang unggul dan berbeda dari sekolah lainnya di wilayah Tembilahan. Dalam sebuah rapat koordinasi bersama tim pengembang sekolah, yang dibuktikan melalui isi notulen hasil rapat menunjukkan kepala sekolah menegaskan bahwa keunikan sekolah harus menjadi kekuatan utama dalam membangun branding yang kokoh dan menarik minat



		masyarakat. Peneliti juga melihat Poster promosi sekolah yang menonjolkan program tahfiz, pembiasaan ibadah, dan etika peserta didik. Website dan media sosial sekolah yang menampilkan unggulan “Sekolah Islami Berprestasi dan Berakhlak. Dari observasi ini dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah memiliki strategi yang terarah dan kesadaran penuh untuk memastikan keunikan sekolah menjadi daya saing utama, sekaligus menjadikannya sebagai fondasi kuat dalam membangun <i>school branding</i> .”
6	Kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur.	“Dari hasil observasi terhadap pelaksanaan rapat evaluasi dan perencanaan program semester di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, peneliti mencatat bahwa kepala sekolah menunjukkan kepemimpinan dengan arah yang jelas melalui penjabaran visi, misi, tujuan, serta strategi pengembangan sekolah. Hal ini dapat dibdan tujuan suktikan melalui adanya buku pedoman visi, misi dan tujuan sekolah yang disimpan di ruang kepala sekolah. Kemudian adanya paparan slide presentasi di SMP IT Alhusniyah tahun 2025, adanya struktur organisasi tim branding sekolah, dan agenda notulen rapat strategi rapat bulan April 2025.”
7	Kepala sekolah memiliki badan riset khusus.	“Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama kegiatan evaluasi program pengembangan mutu sekolah, ditemukan bahwa kepala sekolah telah membentuk unit atau tim riset internal yang secara khusus bertugas mengumpulkan data, melakukan kajian, dan memberikan masukan



		strategis dalam pengembangan <i>school branding</i> . Hal ini didukung dengan adanya dokumentasi struktur organisasi tim litbang SMP IT Alhusniyah Tembilahan tahun 2025. Serta didukung dengan adanya notulen rapat litbang tanggal 15 Maret 2025.”
8	Kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai.	“Berdasarkan hasil observasi, kepala sekolah menunjukkan kepemimpinan strategis dengan pendekatan yang sistematis, relevan dengan visi sekolah, serta adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Strategi branding yang diterapkan tidak hanya memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam terpadu, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Hal ini dapat ditunjukkan melalui pengarahan kepala sekolah kepada seluruh warga sekolah untuk menguung nilai Sekolah Islam Terpadu berbasis akhlak dan prestasi di dalam kegiatan sekolah.”
9	Kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis.	“Berdasarkan hasil observasi Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah menunjukkan kemampuan yang kuat dalam mengakses, memahami, dan menggunakan berbagai sumber informasi strategis, baik dari dalam maupun luar sekolah. Hal ini terbukti melalui penerapan strategi branding yang terukur, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan masyarakat sekitar. Contohnya Kepala sekolah secara aktif membandingkan citra dan strategi promosi sekolah-sekolah sejenis (SMP IT lain di wilayah Indragiri Hilir). Ia mengumpulkan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri**

		informasi dari media sosial, brosur, dan kunjungan langsung ke sekolah lain untuk mengukur kekuatan dan kekurangan branding sekolahnya sendiri.”
10	Kepala sekolah menguasai lapangan persaingan.	“Berdasarkan hasil observasi Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah menguasai lapangan persaingan pendidikan dengan baik. Ia mampu membaca peta persaingan antar sekolah, memetakan posisi strategis sekolahnya, dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk membedakan citra sekolah dari kompetitor. Strategi yang digunakan berbasis pada data dan kondisi nyata di lapangan, bukan asumsi semata. Dalam rapat internal, kepala sekolah menekankan bahwa SMP IT Alhusniyah memiliki keunggulan di bidang pembiasaan akhlak islami, program tahfidz yang terstruktur, serta pendekatan pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Qur’ani. Ia memposisikan sekolah sebagai pilihan utama bagi orang tua yang mencari keseimbangan antara ilmu umum dan keislaman.”
11	Kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga Pendidikan.	“Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah memiliki pemahaman mendalam dan terstruktur mengenai lembaga-lembaga pendidikan yang relevan dan strategis, baik di tingkat lokal maupun nasional. Pengetahuan ini menjadi fondasi penting dalam merancang kerja sama, membangun citra sekolah, serta memperluas jaringan branding melalui lembaga-lembaga pendidikan lain.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

12	Kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan brand.	Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan terlihat sangat memperhatikan penampilan brand sekolah dalam mewujudkan school branding. Hal ini ditunjukkan melalui penyeragaman desain logo, warna identitas sekolah, seragam guru dan peserta didik, serta tampilan media sosial resmi sekolah yang konsisten dan profesional. Setiap publikasi kegiatan menggunakan desain visual yang menarik dan mencerminkan nilai keislaman serta keunggulan sekolah. Selain itu, kepala sekolah juga mengarahkan agar seluruh warga sekolah menjaga citra positif sekolah, baik dalam penampilan, sikap, maupun komunikasi publik, sebagai bagian dari strategi memperkuat branding sekolah di mata masyarakat.”
13	Kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk brand.	“Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan menunjukkan bahwa kreativitas sangat diperlukan dalam membentuk brand sekolah. Hal ini terlihat dari gagasan inovatif yang diterapkan, seperti membuat slogan khas sekolah, mengemas program tahfidz dalam bentuk kompetisi yang menarik, dan menciptakan konten visual kreatif untuk media sosial. Selain itu, kepala sekolah juga mendorong guru dan siswa untuk terlibat aktif dalam ide-ide kreatif promosi sekolah, sehingga branding yang dibangun tidak monoton, tetapi dinamis dan membedakan SMP IT Alhusniyah dari sekolah lain.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

14	Kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan	“Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan memiliki kemampuan yang baik dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan untuk mendukung school branding. Hal ini terlihat dari pemanfaatan potensi lokal seperti dukungan tokoh masyarakat, budaya religius warga sekitar, serta minat tinggi orang tua terhadap pendidikan berbasis Islam. Kepala sekolah juga mengarahkan program-program unggulan sekolah agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat, sehingga branding sekolah menjadi lebih relevan, kuat, dan mudah diterima oleh lingkungan sekitar.”
15	Kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan	“Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa Kepala Sekolah SMP IT Alhusniyah Tembilahan secara aktif menambah inventori dan mengembangkan program-program unggulan dalam rangka memperkuat school branding. Hal ini tercermin dari penambahan fasilitas seperti ruang tahfidz, perpustakaan digital, serta sarana multimedia, dan peluncuran program seperti kelas tahfidz intensif, program adab harian, dan English-Islamic Camp. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam terpadu yang modern dan unggul, sekaligus menarik minat lebih banyak peserta didik baru.”
16	Faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i>	“Hasil observasi menunjukkan bahwa faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan



		<i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan antara lain adalah kepemimpinan kepala sekolah yang visioner, didukung oleh tim manajemen sekolah yang solid dan guru-guru yang kompeten. Selain itu, keterlibatan aktif orang tua dan komite sekolah turut memperkuat strategi yang dirancang. Ketersediaan media promosi digital seperti website dan media sosial sekolah juga menjadi sarana efektif dalam membangun citra sekolah. Lingkungan sekolah yang bersih, religius, dan tertata rapi turut menjadi nilai tambah dalam mendukung <i>branding</i> sekolah.”
17	Faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i>	“Hasil observasi menunjukkan bahwa faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan antara lain adalah belum meratanya pemahaman seluruh warga sekolah terhadap pentingnya <i>school branding</i> menyebabkan kurangnya keterlibatan aktif sebagian guru dan staf. Kurangnya pelatihan atau pendampingan dalam menyusun strategi promosi juga menjadi kendala, ditambah dengan keterbatasan waktu kepala sekolah yang terbagi dengan tugas-tugas administratif lainnya.”



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

LAMPIRAN
HASIL WAWANCARA
PERENCANAAN STRATEGI KEPALA SEKOLAH
DALAM MEWUJUDKAN *SCHOOL BRANDING*
DI SMP IT ALHUSNIYAH TEMBILAHAN

Nama Informan : Abdul Hak HDM, S.Th.I
Jabatan : Kepala Sekolah
Lokasi : SMP IT Alhusniyah Tembilahan
Waktu Wawancara : 14 April 2025
Pukul : 09.00-09.30 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mencari wawasan konsumen terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Strategi kami dalam mencari wawasan konsumen, khususnya orang tua dan masyarakat, dilakukan melalui survei kepuasan, forum komunikasi wali murid, dan dialog langsung dalam kegiatan sekolah. Masukan yang kami peroleh menjadi dasar dalam merancang program dan layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan memahami kebutuhan dan persepsi masyarakat, kami dapat membangun <i>school branding</i> yang kuat, relevan, dan dipercaya”
2	Bagaimana strategi kepala sekolah menentukan tema atau ide dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Strategi kami dalam menentukan tema <i>school branding</i> dimulai dari menggali keunggulan khas sekolah, seperti nilai-nilai Islami, tahfiz, dan pembentukan karakter. Kami juga melibatkan guru, komite, dan orang tua dalam diskusi untuk memastikan tema yang diangkat relevan dan kuat. Hasilnya, kami menetapkan branding sebagai 'Sekolah Islam Terpadu Berbasis Karakter dan Prestasi' yang mencerminkan visi sekolah dan kebutuhan masyarakat.”
3	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menentukan saluran komunikasi terkait untuk mewujudkan <i>school</i>	“Strategi kami dalam menentukan saluran komunikasi untuk <i>school branding</i> adalah dengan memanfaatkan berbagai media, baik daring maupun luring. Kami menggunakan media sosial



	<i>branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	sekolah, website resmi, brosur, serta forum wali murid sebagai sarana menyampaikan identitas dan keunggulan sekolah. Selain itu, kami juga menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat melalui kegiatan terbuka, seperti lomba, seminar, dan parenting. Semua saluran ini dipilih untuk menjangkau berbagai kalangan secara efektif dan memperkuat citra positif sekolah.”
4	Bagaimana cara kepala sekolah untuk menentukan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Untuk menentukan fokus tujuan brand sekolah, saya memulai dengan mengidentifikasi keunggulan khas sekolah, seperti pendidikan berbasis Islam, tahfiz, dan pembentukan karakter. Kami juga melakukan evaluasi kebutuhan masyarakat dan tren pendidikan saat ini. Dari situ, kami menetapkan fokus brand sebagai 'Sekolah Islam Terpadu yang membentuk generasi berakhlak, cerdas, dan berdaya saing'. Fokus ini menjadi arah dalam merancang seluruh program dan komunikasi sekolah.”
5	Bagaimana strategi kepala sekolah untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing?	“Strategi kami untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing adalah dengan menonjolkan kekuatan khas yang tidak dimiliki sekolah lain, seperti integrasi program tahfiz, pembentukan karakter Islami, dan pembelajaran berbasis teknologi. Kami juga rutin melakukan evaluasi dan inovasi program, serta menjalin kerja sama dengan orang tua dan masyarakat. Dengan begitu, keunggulan sekolah kami tidak hanya dikenal, tetapi juga diakui dan dipercaya.”
6	Apakah kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, saya memiliki visi, misi, tujuan program, dan strategi yang jelas dan terstruktur. Kami menetapkan arah branding sebagai sekolah Islam terpadu berbasis karakter dan prestasi. Setiap program dirancang secara terencana,



		mulai dari penguatan tahfiz, pembinaan karakter, hingga pemanfaatan teknologi, agar branding sekolah tercermin nyata dalam budaya dan kualitas layanan pendidikan.”
7	Apakah kepala sekolah memiliki badan riset khusus dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, kami membentuk tim khusus yang berfungsi seperti badan riset internal untuk mendukung school branding. Tim ini bertugas mengumpulkan data, menganalisis kebutuhan masyarakat, mengevaluasi program, serta memberikan rekomendasi pengembangan. Hasil kajian tim ini menjadi dasar dalam merancang strategi branding yang tepat, agar identitas dan keunggulan sekolah terus berkembang dan sesuai dengan kebutuhan zaman.”
8	Apakah kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, saya memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan school branding di SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Strategi tersebut berfokus pada penguatan identitas sekolah sebagai lembaga Islam terpadu melalui program tahfiz, pembinaan karakter, dan inovasi pembelajaran. Kami juga membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat dan memanfaatkan media digital untuk memperkuat citra sekolah secara berkelanjutan.”
9	Apakah kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, saya selalu berupaya menguasai sumber-sumber informasi strategis baik dari perkembangan kebijakan pendidikan, tren branding sekolah, hingga masukan dari orang tua, komite, dan masyarakat. Informasi tersebut menjadi dasar dalam merancang program-program unggulan untuk memperkuat identitas dan daya saing SMP IT Alhusniyah Tembilahan.”
10	Apakah kepala sekolah menguasai lapangan persaingan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Sebagai kepala sekolah, saya terus melakukan analisis terhadap kondisi dan keunggulan sekolah-sekolah lain di wilayah Tembilahan dan sekitarnya. Kami mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, baik dari segi program unggulan, fasilitas, hingga



		pelayanan pendidikan. Dari situ, kami menentukan posisi dan diferensiasi SMP IT Alhusniyah, seperti penekanan pada program Tahfiz, karakter Islami, dan pembelajaran berbasis teknologi. Dengan pemahaman yang jelas terhadap medan persaingan, kami mampu merancang strategi branding yang lebih tepat sasaran dan membangun citra sekolah yang kuat di tengah masyarakat.”
11	Apakah kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga pendidikan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, sebagai kepala sekolah, saya mengetahui secara pasti lembaga-lembaga pendidikan yang menjadi referensi dan pembeda dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Kami mengamati strategi branding dari sekolah-sekolah Islam unggulan baik di tingkat lokal maupun nasional. Informasi ini kami gunakan sebagai acuan dalam menetapkan arah pengembangan sekolah agar memiliki keunikan, daya saing, dan identitas yang kuat sesuai visi kami sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul dan berkarakter.”
12	Apakah kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan <i>brand</i> untuk mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, penampilan brand sekolah sangat kami perhatikan dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Hal ini kami wujudkan melalui keseragaman identitas visual sekolah seperti logo, slogan, seragam, dan tampilan lingkungan sekolah yang bersih, rapi, dan mencerminkan nilai-nilai Islam. Selain itu, media sosial resmi sekolah juga dikelola dengan baik untuk menampilkan citra positif sekolah secara konsisten. Kami meyakini bahwa tampilan brand yang kuat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan di sekolah kami.”
13	Apakah kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk <i>brand</i>?	“Ya, saya sangat meyakini bahwa kreativitas merupakan elemen penting dalam membentuk brand sekolah. Di



		SMP IT Alhusniyah Tembilahan, kami terus mendorong lahirnya ide-ide inovatif yang membedakan sekolah ini dari lembaga pendidikan lainnya. Kreativitas dibutuhkan dalam merancang program unggulan, seperti integrasi pembelajaran Islami dengan teknologi, menciptakan kegiatan ekstrakurikuler yang unik dan diminati siswa, serta dalam membangun citra positif sekolah melalui media sosial dan publikasi lainnya. Dengan kreativitas, brand sekolah tidak hanya tampak menarik, tetapi juga memiliki nilai khas yang mudah diingat oleh masyarakat.”
14	Apakah kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan?	“Sebagai kepala sekolah, saya menyadari bahwa keberhasilan sebuah lembaga pendidikan sangat bergantung pada kemampuannya dalam membaca kekuatan internal dan potensi lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, saya secara rutin melakukan evaluasi terhadap potensi yang dimiliki sekolah, baik dari sisi sumber daya manusia, sarana prasarana, maupun dukungan dari masyarakat sekitar. Kami juga menjalin komunikasi aktif dengan tokoh masyarakat, orang tua, dan lembaga-lembaga pendidikan lainnya guna memetakan peluang kolaborasi dan pengembangan sekolah. Misalnya, potensi lingkungan pesantren dan budaya keislaman yang kuat di sekitar sekolah menjadi kekuatan yang kami manfaatkan dalam memperkuat karakter Islami peserta didik dan membentuk branding sekolah yang unggul dalam bidang tahfiz dan akhlakul karimah.”
15	Apakah kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, dalam upaya mewujudkan <i>school branding</i> yang kuat dan berbeda, kami secara konsisten menambah dan memperbaharui inventori serta menghadirkan program-program unggulan yang sesuai dengan visi sekolah. Contohnya, kami melengkapi fasilitas ruang kelas dengan perangkat



		digital pendukung pembelajaran, membangun ruang tahfiz yang nyaman, serta menambah laboratorium mini IPA. Dari sisi program, kami mengembangkan program unggulan seperti <i>Tahfiz Camp</i> , <i>English Day</i> , pembelajaran berbasis proyek (P5), serta kegiatan entrepreneur day yang melatih kemandirian dan kreativitas siswa. Semua ini dirancang agar sekolah memiliki identitas yang kuat dan mampu bersaing secara positif dengan sekolah lain di wilayah ini.”
16	Apa saja faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Kami sangat bersyukur atas berbagai faktor pendukung yang ada dalam perencanaan strategi <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Kepemimpinan yang visioner tentu tidak akan berarti tanpa dukungan tim manajemen yang solid dan guru-guru yang kompeten, yang selama ini menjadi kekuatan utama dalam menjalankan berbagai program sekolah. Keterlibatan orang tua dan komite sekolah juga sangat kami rasakan manfaatnya, karena mereka turut aktif dalam setiap kegiatan sekolah dan memberikan dukungan penuh terhadap program-program yang kami rancang. Pemanfaatan media digital seperti website dan media sosial menjadi salah satu strategi utama kami dalam memperkenalkan identitas dan keunggulan sekolah kepada masyarakat secara luas. Ditambah lagi, lingkungan sekolah yang bersih, religius, dan tertata rapi memang menjadi bagian dari citra yang terus kami jaga sebagai bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari di sekolah. Semua ini tentu menjadi modal kuat bagi kami untuk terus mengembangkan <i>school branding</i> secara berkelanjutan."
17	Apa saja faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan	"Memang tidak bisa kami pungkiri bahwa dalam merancang strategi <i>school branding</i> , kami menghadapi beberapa kendala. Salah satunya adalah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

	<i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	pemahaman seluruh warga sekolah terhadap pentingnya <i>school branding</i> masih belum merata. Masih ada sebagian guru dan staf yang menganggap ini hanya sekadar formalitas, padahal sebenarnya ini berkaitan langsung dengan citra dan daya saing sekolah. Kami juga menyadari bahwa belum banyak pelatihan atau pendampingan khusus yang kami ikuti dalam menyusun strategi promosi secara profesional. Ditambah lagi, waktu kami cukup terbagi antara perencanaan dan berbagai tugas administratif harian, sehingga pelaksanaan branding belum bisa maksimal. Tapi insya Allah, kendala-kendala ini sedang kami upayakan solusinya secara bertahap.”
--	---	--

Nama Informan : Muhammad Habibi, S.Pd
Jabatan : Wakil kepala sekolah bidang kurikulum
Lokasi : SMP IT Alhusniyah Tembilahan
Waktu Wawancara : 14 April 2025
Pukul : 09.30-10.00 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mencari wawasan komsumen terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam mendukung <i>school branding</i> , kami menggali wawasan dari orang tua dan masyarakat melalui evaluasi hasil belajar, forum diskusi, dan umpan balik terhadap program pembelajaran. Masukan tersebut kami gunakan untuk menyusun kurikulum yang responsif, seperti penguatan tahfiz, P5, dan pembelajaran berbasis teknologi, sehingga program sekolah lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.”
2	Bagaimana strategi kepala sekolah menentukan tema atau ide dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam menentukan tema <i>school branding</i> , kami dari bidang kurikulum mengusulkan ide berdasarkan kekuatan utama sekolah, seperti integrasi nilai-nilai Islam dalam pembelajaran, program tahfiz, dan P5. Tema yang diangkat disesuaikan dengan visi sekolah serta dikembangkan melalui program pembelajaran yang



		mencerminkan karakter unggulan SMP IT Alhusniyah Tembilahan.”
3	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menentukan saluran komunikasi terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam mendukung strategi komunikasi <i>school branding</i> , kami memanfaatkan media digital seperti website dan media sosial untuk menampilkan program unggulan kurikulum, seperti tahfiz, P5, dan pembelajaran berbasis teknologi. Kami juga menyusun laporan kegiatan dan dokumentasi pembelajaran yang disebarluaskan agar masyarakat mengetahui kualitas program yang kami jalankan.”
4	Bagaimana cara kepala sekolah untuk menentukan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam menentukan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah, kami dari bidang kurikulum menyoroti kekuatan akademik dan nilai-nilai Islam yang terintegrasi dalam pembelajaran. Program unggulan seperti tahfiz, P5, dan literasi digital menjadi dasar dalam memperkuat identitas sekolah. Fokus <i>brand</i> ini kami terjemahkan ke dalam kurikulum yang membentuk siswa berakhlak mulia, cakap, dan siap bersaing di era modern.”
5	Bagaimana strategi kepala sekolah untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing?	“Untuk memastikan keunikan sekolah unggul dari pesaing, kami fokus pada penguatan kurikulum khas, seperti integrasi tahfiz dalam pembelajaran, proyek P5 bernuansa Islami, dan pemanfaatan media digital. Kurikulum kami dirancang kontekstual dan adaptif, agar siswa tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki karakter yang kuat dan siap menghadapi tantangan zaman.”
6	Apakah kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, visi, misi, dan strategi <i>school branding</i> di sekolah kami sangat jelas dan terarah. Dari sisi kurikulum, kami menyusun program yang mendukung <i>branding</i> sekolah, seperti integrasi tahfiz dalam pembelajaran, proyek P5 berbasis karakter, dan penguatan literasi digital. Semua langkah ini disusun untuk mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga Islam terpadu yang unggul dan berdaya saing.”



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

7	Apakah kepala sekolah memiliki badan riset khusus dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, sekolah memiliki tim khusus yang berperan seperti badan riset internal. Dari sisi kurikulum, tim ini membantu menganalisis kebutuhan pembelajaran, tren pendidikan, dan harapan masyarakat. Hasil kajian tersebut menjadi dasar pengembangan program yang mendukung <i>school branding</i> , seperti inovasi pembelajaran, integrasi nilai Islami, dan penguatan kompetensi siswa.”
8	Apakah kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Ya, strategi yang diterapkan kepala sekolah sangat tepat dalam mendukung <i>school branding</i> . Dari sisi kurikulum, strategi ini diwujudkan melalui penguatan program unggulan seperti tahfiz, P5, dan integrasi teknologi dalam pembelajaran. Semua program dirancang untuk mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga yang Islami, inovatif, dan berdaya saing.”
9	Apakah kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Sebagai waka kurikulum, saya mendukung kepala sekolah dalam mengakses dan menganalisis informasi strategis, seperti hasil evaluasi akademik, kebutuhan peserta didik, dan kebijakan pendidikan terkini. Informasi ini menjadi acuan dalam merancang kurikulum yang relevan untuk menunjang <i>school branding</i> sekolah .”
10	Apakah kepala sekolah menguasai lapangan persaingan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam bidang kurikulum, kami turut mendukung kepala sekolah dengan melakukan pemetaan keunggulan kurikulum di sekolah-sekolah lain sebagai bahan evaluasi dan pengembangan internal. Kami melihat bagaimana sekolah-sekolah pesaing mengelola kurikulum mereka, khususnya dalam integrasi nilai-nilai keislaman, digitalisasi pembelajaran, dan pelaksanaan P5. Hasil dari analisis ini digunakan untuk memperkuat keunikan kurikulum SMP IT Alhusniyah, seperti penguatan pembelajaran tematik Islami dan pelatihan guru berbasis kebutuhan abad



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

		21. Dengan demikian, strategi penguatan branding dapat diarahkan dari sisi mutu kurikulum yang unggul dan kontekstual."
11	Apakah kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga pendidikan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dalam mendukung <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, kami memastikan kurikulum yang diterapkan selaras dengan visi dan misi sekolah. Kami juga melakukan analisis terhadap kelebihan lembaga pendidikan lain sebagai pembanding, agar pengembangan kurikulum di sekolah ini memiliki ciri khas tersendiri. Fokus kami adalah pada integrasi nilai-nilai keislaman, penguatan literasi, serta inovasi pembelajaran berbasis proyek seperti P5, yang membedakan kami dari sekolah lain."
12	Apakah kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan <i>brand</i> untuk mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Penampilan brand sekolah merupakan bagian penting dalam menunjang implementasi kurikulum dan menciptakan lingkungan belajar yang positif. Dari sisi kurikulum, kami memastikan bahwa seluruh kegiatan pembelajaran mencerminkan karakter dan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam terpadu. Hal ini tercermin dalam integrasi nilai-nilai keislaman dalam setiap mata pelajaran, penggunaan perangkat ajar yang mendukung branding sekolah, serta penyusunan kalender akademik yang memuat program-program unggulan seperti tahfiz, literasi digital Islami, dan pembelajaran berbasis proyek. Semua itu menjadi bagian dari strategi kami dalam memperkuat penampilan brand secara akademik."
13	Apakah kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk <i>brand</i> ?	"Sebagai wakil kepala sekolah bidang kurikulum, saya melihat bahwa kreativitas sangat dibutuhkan dalam merancang brand sekolah yang kuat dan relevan. Dalam konteks SMP IT Alhusniyah Tembilahan, kreativitas tercermin dalam penyusunan kurikulum yang mengintegrasikan nilai-nilai



		keislaman dengan pendekatan pembelajaran abad 21, seperti project-based learning dan penggunaan media digital. Kami juga berupaya menghadirkan program-program unggulan yang tidak hanya mendukung pencapaian akademik, tetapi juga membangun karakter siswa sesuai visi dan misi sekolah. Kreativitas ini menjadi ciri khas yang membentuk identitas dan daya saing sekolah di mata masyarakat."
14	Apakah kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan?	"Dalam perspektif kami di bidang kurikulum, kepala sekolah menunjukkan kemampuan yang sangat baik dalam menganalisis kekuatan internal sekolah dan potensi lingkungan sekitar. Beliau mampu mengidentifikasi bahwa lingkungan sosial keagamaan yang kental di sekitar sekolah merupakan aset besar yang bisa diintegrasikan ke dalam kurikulum. Hal ini tercermin dalam penguatan mata pelajaran keislaman, program tahfiz, serta penerapan pembelajaran kontekstual yang relevan dengan nilai-nilai lokal. Selain itu, kepala sekolah juga mendorong kami untuk terus mengembangkan kurikulum berbasis keunggulan lokal yang mampu mengangkat citra sekolah serta membentuk karakter siswa sesuai dengan Profil Pelajar Pancasila dan nilai-nilai Islam."
15	Apakah kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi kurikulum, kami mendukung penuh visi kepala sekolah dengan merancang program-program unggulan yang memperkuat identitas sekolah. Kami menambahkan variasi kegiatan berbasis proyek, seperti integrasi P5 dengan pembelajaran tematik Islami, serta membuat modul pembelajaran internal yang disesuaikan dengan nilai-nilai sekolah. Kami juga terus mengembangkan inventori bahan ajar digital, buku-buku referensi Islami, dan media pembelajaran interaktif. Hal ini kami lakukan untuk memastikan bahwa



		kualitas pembelajaran tidak hanya memenuhi standar nasional, tetapi juga mencerminkan keunikan karakter sekolah yang unggul dalam nilai keislaman dan pembentukan karakter siswa."
16	Apa saja faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi kurikulum, kami melihat bahwa perencanaan strategi <i>school branding</i> sangat terbantu oleh sinergi yang kuat antara kepala sekolah, tim manajemen, dan para guru. Guru-guru kami tidak hanya mengajar sesuai standar kurikulum, tetapi juga aktif mengembangkan program-program unggulan yang menjadi ciri khas sekolah, seperti pembelajaran berbasis nilai-nilai Islam, tahfidz, dan proyek kolaboratif. Selain itu, partisipasi orang tua dan Komite Sekolah sangat terasa dalam mendukung kegiatan kurikulum yang sekaligus menjadi bagian dari <i>branding</i> sekolah. Ketersediaan media sosial sekolah pun kami manfaatkan untuk menampilkan proses dan hasil pembelajaran, sehingga publik bisa melihat secara langsung kualitas kegiatan pendidikan di SMP IT Alhusniyah. Semua elemen ini menjadi kekuatan besar dalam mendukung citra positif sekolah."
17	Apa saja faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Kalau dari sisi kurikulum, memang kami masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah belum semua guru memahami bahwa <i>school branding</i> itu tidak hanya soal promosi, tapi juga terkait dengan mutu pembelajaran yang ditampilkan. Ada sebagian guru yang masih fokus pada rutinitas mengajar saja, belum terlibat aktif dalam kegiatan atau program unggulan yang bisa menjadi nilai jual sekolah. Selain itu, keterbatasan pelatihan atau pendampingan dalam merancang strategi promosi yang terintegrasi dengan kurikulum juga menjadi kendala tersendiri. Jadi, upaya



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

		membangun branding belum sepenuhnya terstruktur dari sisi kurikulum. Tapi ke depan, kami akan coba lebih intensif mengarahkan guru-guru agar setiap kegiatan pembelajaran juga membawa pesan identitas sekolah.”
--	--	--

Nama Informan : Slamet Riadi, S.Ag
 Jabatan : Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan
 Lokasi : SMP IT Alhusniyah Tembilahan
 Waktu Wawancara : 14 April 2025
 Pukul : 10.00-10.30 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mencari wawasan konsumen terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam upaya membangun <i>school branding</i> , kami mencari wawasan konsumen melalui interaksi langsung dengan orang tua dan siswa, baik saat kegiatan kesiswaan maupun melalui forum pertemuan wali murid. Masukan mereka kami jadikan dasar untuk merancang kegiatan yang sesuai minat dan harapan siswa, seperti penguatan karakter, kegiatan keagamaan, dan ekstrakurikuler unggulan.”
2	Bagaimana strategi kepala sekolah menentukan tema atau ide dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dari sisi kesiswaan, kami ikut berperan dalam menentukan tema <i>school branding</i> dengan menonjolkan keunggulan dalam pembinaan karakter, kepemimpinan siswa, dan kegiatan keagamaan. Tema yang diusulkan mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga Islam terpadu yang membina siswa tidak hanya cerdas, tapi juga berakhlak mulia dan aktif berprestasi.”
3	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menentukan saluran komunikasi terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam mendukung <i>school branding</i> , kami memilih saluran komunikasi yang efektif seperti media sosial, majalah dinding, dan event sekolah untuk menampilkan kegiatan siswa, seperti OSIS, pramuka, dan program keagamaan. Kami juga melibatkan siswa dalam pembuatan konten positif agar branding sekolah tercermin langsung dari aktivitas dan prestasi peserta didik.”
4	Bagaimana cara kepala sekolah untuk menentukan fokus tujuan	“Dalam menentukan fokus tujuan brand sekolah, kami mengangkat keunggulan



	<i>brand</i> sekolah dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	pembinaan karakter dan kepemimpinan siswa melalui kegiatan OSIS, pramuka, serta program keagamaan. Fokus brand diarahkan pada pembentukan siswa yang tidak hanya cerdas, tetapi juga berakhlak, disiplin, dan berprestasi. Hal ini menjadi ciri khas sekolah yang kami tonjolkan dalam setiap kegiatan kesiswaan."
5	Bagaimana strategi kepala sekolah untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing?	"Untuk memastikan keunikan sekolah unggul dari pesaing, kami fokus pada penguatan kurikulum khas, seperti integrasi tahfiz dalam pembelajaran, proyek P5 bernuansa Islami, dan pemanfaatan media digital. Kurikulum kami dirancang kontekstual dan adaptif, agar siswa tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki karakter yang kuat dan siap menghadapi tantangan zaman."
6	Apakah kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Ya, sekolah memiliki visi, misi, dan strategi yang jelas dalam mewujudkan <i>school branding</i> . Dari bidang kesiswaan, kami menyusun program pembinaan karakter, kepemimpinan, dan kegiatan keagamaan yang mendukung identitas sekolah sebagai lembaga Islam terpadu. Setiap kegiatan dirancang agar selaras dengan tujuan branding sekolah yang menonjolkan akhlak, prestasi, dan keunggulan siswa."
7	Apakah kepala sekolah memiliki badan riset khusus dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Ya, sekolah memiliki tim internal yang berperan seperti badan riset untuk mendukung <i>school branding</i> . Dari sisi kesiswaan, tim ini membantu mengevaluasi minat, bakat, dan kebutuhan siswa melalui survei dan observasi. Hasilnya digunakan untuk merancang program pembinaan yang lebih tepat sasaran dan mendukung citra sekolah sebagai lembaga yang peduli pada pengembangan karakter dan potensi peserta didik."
8	Apakah kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan	"Ya, kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dalam mewujudkan <i>school branding</i> . Strategi tersebut kami dukung



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

	<i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	melalui program kesiswaan yang menonjolkan pembinaan karakter, kepemimpinan, dan kegiatan keagamaan. Setiap kegiatan dirancang agar mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga Islam terpadu yang membentuk siswa berakhlak dan berprestasi."
9	Apakah kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Sebagai waka kesiswaan, saya melihat bahwa kepala sekolah menguasai berbagai sumber informasi strategis, baik dari data internal sekolah maupun masukan eksternal, seperti kebutuhan masyarakat dan tren pendidikan. Informasi tersebut dijadikan dasar dalam merancang program penguatan karakter dan kegiatan siswa yang mendukung pencitraan positif sekolah."
10	Apakah kepala sekolah menguasai lapangan persaingan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi kesiswaan, kami mendukung kepala sekolah dengan terus memantau perkembangan program kesiswaan di sekolah-sekolah lain, terutama yang menjadi pesaing langsung. Kami pelajari jenis kegiatan, pola pembinaan karakter, hingga model kepemimpinan siswa yang diterapkan. Dari situ, kami merancang program yang lebih unggul dan sesuai dengan visi keislaman sekolah, seperti penguatan karakter melalui tahfiz, kegiatan OSIS yang berbasis nilai-nilai Islam, dan pembinaan bakat minat yang terarah. Ini menjadi bagian dari strategi branding sekolah yang menonjolkan pembinaan karakter Islami yang unggul."
11	Apakah kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga pendidikan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dalam rangka mendukung <i>school branding</i> , kami secara aktif mengamati dan membandingkan program kesiswaan dengan lembaga pendidikan lain. Dengan begitu, kami dapat merancang kegiatan yang unik dan relevan, seperti pembinaan karakter Islami, kegiatan OSIS yang inovatif, serta ekstrakurikuler unggulan yang membentuk kepribadian dan bakat siswa. Hal ini bertujuan agar



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

		siswa memiliki ciri khas yang mencerminkan identitas sekolah."
12	Apakah kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan <i>brand</i> untuk mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	Penampilan brand sekolah sangat kami perhatikan melalui berbagai program kesiswaan yang mencerminkan nilai-nilai unggulan SMP IT Alhusniyah Tembilahan. Dalam kegiatan OSIS, ekstrakurikuler, maupun upacara dan event sekolah, siswa dibimbing untuk menampilkan identitas sekolah yang Islami, disiplin, dan unggul. Seragam, tata tertib, serta etika siswa diatur untuk mendukung citra positif sekolah di mata masyarakat. Selain itu, kegiatan seperti pentas seni Islami, lomba-lomba keagamaan, dan aksi sosial juga menjadi sarana untuk memperkuat brand sekolah melalui keterlibatan aktif peserta didik."
13	Apakah kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk <i>brand</i> ?	"Dalam membentuk brand sekolah, kreativitas menjadi salah satu kunci utama, terutama dalam merancang program-program kesiswaan yang menarik, relevan, dan berdaya tarik tinggi bagi peserta didik dan masyarakat. Di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, kami terus berinovasi dalam kegiatan ekstrakurikuler, penguatan karakter Islami, dan pengembangan kepemimpinan siswa seperti OSIS, pramuka, serta program tahfiz dan sosial kemasyarakatan. Semua program tersebut kami kemas secara kreatif agar memiliki nilai jual dan memperkuat citra positif sekolah. Dengan pendekatan yang kreatif, kami berharap brand sekolah tidak hanya dikenal, tetapi juga melekat kuat di hati masyarakat."
14	Apakah kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan?	"Dari sisi kesiswaan, kami melihat bahwa kepala sekolah memiliki kepekaan dan kemampuan analisis yang kuat terhadap kekuatan internal serta potensi lingkungan sekolah. Beliau mampu membaca peluang dari karakter masyarakat sekitar yang religius dan peduli terhadap pendidikan anak, sehingga mendorong lahirnya program-



		program pembinaan karakter Islami yang menyentuh langsung kebutuhan peserta didik. Kegiatan seperti pembinaan OSIS, tahfiz, pramuka, dan program sosial berbasis keumatan tidak hanya memperkuat karakter siswa, tetapi juga mempererat hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar. Ini menjadi strategi penting dalam pengembangan branding sekolah yang berbasis lingkungan."
15	Apakah kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Benar, kepala sekolah sangat mendukung dan mendorong penambahan inventori serta program unggulan sebagai bagian dari strategi <i>school branding</i> . Di bidang kesiswaan, misalnya, ditambahkan kegiatan ekstrakurikuler baru seperti English Club, Arabic Club, dan kegiatan kewirausahaan siswa. Selain itu, program pembinaan karakter dan kepemimpinan melalui OSIS, Pramuka, serta pelatihan tahsin dan tahfiz juga diperkuat. Semua program ini dirancang untuk mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam terpadu yang unggul dalam akhlak, ilmu, dan keterampilan."
16	Apa saja faktor pendukung perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari bidang kesiswaan, kami melihat bahwa faktor pendukung utama dalam perencanaan <i>school branding</i> adalah semangat dan karakter siswa yang terbentuk melalui pembinaan yang terarah. Program pembiasaan, pembinaan karakter Islami, serta kegiatan ekstrakurikuler menjadi bagian penting dari citra sekolah yang ingin kami bangun. Kami juga sangat terbantu oleh kepemimpinan kepala sekolah yang visioner dan selalu mendukung pengembangan potensi siswa melalui kegiatan positif, baik di dalam maupun luar sekolah. Lingkungan sekolah yang religius, rapi, dan bersih turut memperkuat karakter siswa sebagai representasi dari branding sekolah."



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		Selain itu, orang tua siswa pun aktif terlibat dalam kegiatan kesiswaan, seperti peringatan hari besar Islam, bakti sosial, dan lomba-lomba, yang semuanya memberi nilai tambah dalam membentuk citra sekolah yang unggul dan Islami."
17	Apa saja faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi kesiswaan, tantangan terbesar yang kami hadapi dalam mendukung <i>school branding</i> adalah belum semua guru atau pembina kegiatan siswa memahami peran mereka dalam membentuk citra sekolah. Jadi, partisipasi dalam kegiatan yang bernilai branding kadang masih rendah. Kami juga belum memiliki pelatihan khusus dalam merancang program kesiswaan yang diarahkan untuk <i>branding</i> , sehingga pelaksanaannya masih berjalan secara umum, belum terarah. Di sisi lain, waktu dan tenaga kami juga terbagi untuk mengurus kegiatan harian siswa, sehingga belum optimal dalam merancang program unggulan yang bisa mendongkrak citra sekolah secara maksimal."

Nama Informan : Nu,aima Husain, S.Ag
 Jabatan : Staf Tata Usaha
 Lokasi : SMP IT Alhusniyah Tembilahan
 Waktu Wawancara : 14 April 2025
 Pukul : 10.30-11.00 WIB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mencari wawasan konsumen terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dalam mendukung strategi <i>school branding</i> , kami membantu menghimpun data dan umpan balik dari orang tua melalui survei, formulir kepuasan layanan, dan dokumentasi pertemuan. Informasi ini menjadi bahan evaluasi bagi sekolah untuk menyusun program yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat."
2	Bagaimana strategi kepala sekolah menentukan tema atau ide dalam mewujudkan <i>school</i>	"Staf TU mendukung penentuan tema <i>school branding</i> dengan menyediakan data administrasi terkait program



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

	<i>branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	unggulan sekolah dan dokumentasi kegiatan. Informasi ini digunakan sebagai dasar untuk merumuskan tema yang sesuai dengan karakter sekolah, seperti keunggulan di bidang tahfiz, kedisiplinan, dan pelayanan pendidikan berbasis Islami.
3	Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menentukan saluran komunikasi terkait untuk mewujudkan <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam strategi komunikasi <i>school branding</i> , kami mendukung penyampaian informasi melalui pengelolaan data, dokumentasi kegiatan, dan distribusi informasi lewat media sosial serta papan pengumuman sekolah. Kami juga membantu memastikan setiap informasi yang disampaikan ke publik tertata rapi dan sesuai dengan identitas serta citra positif sekolah”
4	Bagaimana cara kepala sekolah untuk menentukan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	“Dalam mendukung penentuan fokus tujuan <i>brand</i> sekolah, kami membantu menyediakan data dan dokumentasi program-program unggulan yang mencerminkan identitas sekolah. Data tersebut digunakan sebagai dasar untuk memperjelas arah <i>branding</i> sekolah, seperti penekanan pada nilai-nilai Islam, tahfiz, dan pembinaan karakter. Dengan pengelolaan administrasi yang rapi, kami turut memperkuat citra sekolah secara profesional.”
5	Bagaimana strategi kepala sekolah untuk memastikan keunikan sekolah lebih unggul dari pesaing?	“Dalam mendukung strategi keunikan sekolah, kami memastikan semua program unggulan terdokumentasi dengan baik dan tersampaikan ke publik melalui media informasi sekolah. Kami juga menjaga pelayanan administrasi yang tertib dan profesional, sehingga citra sekolah sebagai lembaga yang Islami, tertata, dan unggul semakin terlihat jelas dibanding sekolah lain”
6	Apakah kepala sekolah memiliki visi, misi, tujuan program, serta strategi yang jelas dan teratur dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di	Ya, kami melihat bahwa visi, misi, dan strategi <i>school branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan sangat jelas dan terarah. Dari sisi administrasi, kami mendukung pelaksanaannya dengan pengelolaan data, dokumentasi



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

	SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	kegiatan, dan pelayanan yang rapi dan profesional. Semua ini menjadi bagian penting dalam membangun citra sekolah yang unggul dan terpercaya"
7	Apakah kepala sekolah memiliki badan riset khusus dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Ya, sekolah memiliki tim khusus yang menjalankan fungsi riset untuk mendukung school branding. Kami di bagian TU membantu dengan menyediakan data administrasi, dokumentasi kegiatan, dan hasil evaluasi yang dibutuhkan tim tersebut. Informasi ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi branding yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan sekolah"
8	Apakah kepala sekolah memiliki strategi yang tepat dan sesuai dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Ya, strategi kepala sekolah dalam mewujudkan school branding sangat tepat dan sesuai. Kami di bagian TU mendukung strategi tersebut dengan memastikan seluruh program terdokumentasi dengan baik, pelayanan administrasi berjalan tertib, dan informasi sekolah tersampaikan secara profesional. Semua ini turut memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang unggul dan terpercaya."
9	Apakah kepala sekolah menguasai sumber-sumber informasi strategis dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi administrasi, kami mendukung kepala sekolah dalam mengakses dan mengelola informasi strategis melalui data keuangan, data peserta didik, dan arsip kegiatan sekolah. Informasi ini menjadi acuan penting dalam perencanaan program branding sekolah secara terstruktur dan terdokumentasi dengan baik"
10	Apakah kepala sekolah menguasai lapangan persaingan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi administrasi, kami turut mendukung strategi kepala sekolah dengan menyediakan data-data pembandingan, baik dari sekolah sekitar maupun sekolah berbasis Islam lainnya. Data ini kami olah menjadi laporan analisis sederhana yang memuat keunggulan dan kekurangan sekolah dibanding pesaing. Informasi ini membantu dalam penyusunan program unggulan sekolah dan pengelolaan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

		administrasi yang lebih profesional, transparan, serta responsif terhadap kebutuhan masyarakat"
11	Apakah kepala sekolah mengetahui secara pasti lembaga pendidikan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi administrasi, kami mendukung upaya <i>school branding</i> dengan memastikan semua data dan dokumen sekolah tersusun rapi dan siap digunakan untuk keperluan promosi, akreditasi, maupun kerja sama dengan pihak luar. Kami juga membantu publikasi kegiatan sekolah melalui dokumentasi yang tertib dan profesional, sehingga citra sekolah semakin dikenal dan dipercaya masyarakat."
12	Apakah kepala sekolah lebih memperhatikan penampilan <i>brand</i> untuk mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi administrasi, kami mendukung penampilan brand sekolah dengan memastikan bahwa seluruh dokumen, surat-menyurat, dan media informasi resmi menggunakan identitas visual sekolah secara konsisten, seperti logo, warna khas, dan motto sekolah. Selain itu, front office atau layanan administrasi kami juga dirancang agar mencerminkan profesionalisme dan keramahan, sehingga memberikan kesan positif kepada tamu, orang tua, maupun pihak luar yang berkunjung. Kami percaya bahwa tampilan administratif yang rapi dan representatif turut memperkuat citra dan branding sekolah"
13	Apakah kepala sekolah memerlukan kreativitas dalam membentuk <i>brand</i> ?	"Dari perspektif tata usaha, kreativitas sangat dibutuhkan dalam membentuk brand sekolah, terutama dalam hal pelayanan administrasi dan dokumentasi. Di SMP IT Alhusniyah Tembilahan, kami berupaya menampilkan citra profesional melalui sistem administrasi yang rapi, modern, dan mudah diakses. Misalnya, penyampaian informasi kepada orang tua dilakukan melalui media digital dengan desain yang menarik, serta penggunaan identitas visual sekolah yang konsisten dalam setiap dokumen



		resmi. Hal ini turut mendukung kesan positif terhadap sekolah di mata publik. Kreativitas dalam pengelolaan administrasi menjadi bagian penting dalam memperkuat branding sekolah secara keseluruhan."
14	Apakah kepala sekolah memiliki kemampuan dalam menganalisis kekuatan dan potensi lingkungan?	"Dari sudut pandang administrasi dan tata usaha, kami melihat bahwa kepala sekolah sangat cermat dalam menganalisis kekuatan internal sekolah, seperti kompetensi guru, sarana prasarana, serta dukungan masyarakat. Beliau juga memahami potensi lingkungan sekitar, baik dari aspek sosial, budaya, maupun ekonomi, yang kemudian dijadikan dasar dalam merancang program-program strategis sekolah. Hal ini terlihat dalam penyusunan anggaran dan dokumen perencanaan yang selalu mempertimbangkan kebutuhan nyata peserta didik dan potensi lokal sebagai bagian dari kekuatan sekolah. Dengan analisis tersebut, arah pengembangan sekolah menjadi lebih terarah dan efektif"
15	Apakah kepala sekolah menambah inventori dan program unggulan dalam mewujudkan <i>school Branding</i> di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi administrasi dan pengelolaan aset, kami melihat adanya penambahan inventori yang mendukung program-program unggulan sekolah. Misalnya, pengadaan perangkat multimedia untuk pembelajaran, alat-alat laboratorium sederhana untuk praktik sains, serta sarana pendukung kegiatan ekstrakurikuler seperti alat musik, perlengkapan olahraga, dan seragam OSIS. Semua itu tercatat dalam inventaris sekolah dan dianggarkan melalui RKAS secara terencana. Penambahan ini merupakan bentuk nyata dukungan kepala sekolah dalam memperkuat branding sekolah melalui peningkatan fasilitas dan kualitas program yang ada."
16	Apa saja faktor pendukung perencanaan strategi kepala	"Dari sisi tata usaha, kami melihat bahwa perencanaan <i>school branding</i>



	sekolah dalam mewujudkan school branding di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	bisa berjalan baik karena adanya komunikasi yang lancar antara pimpinan, guru, dan staf administrasi. Kepala sekolah selalu melibatkan kami dalam penyusunan dan pelaksanaan program, termasuk dalam hal dokumentasi kegiatan dan pengelolaan data yang dibutuhkan untuk promosi sekolah. Selain itu, adanya media sosial dan website sekolah juga memudahkan kami dalam menyebarkan informasi secara cepat dan efektif. Kami juga merasa didukung dengan lingkungan kerja yang rapi dan religius, yang turut mencerminkan citra positif sekolah. Semua ini menjadi bagian dari kekuatan bersama dalam membangun branding sekolah."
17	Apa saja faktor penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan school branding di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?	"Dari sisi tata usaha, kami memang merasakan beberapa kendala yang turut memengaruhi proses <i>school branding</i> . Salah satunya belum semua staf memahami bahwa tugas-tugas administrasi juga berkaitan dengan citra sekolah. Misalnya, pelayanan yang cepat dan rapi itu sebenarnya bagian dari branding, tapi belum semua menyadari pentingnya hal itu. Kami juga belum pernah mendapat pelatihan khusus tentang bagaimana peran administrasi dalam mendukung <i>branding</i> sekolah, sehingga terkadang masih bekerja seperti biasa tanpa mengaitkan dengan strategi yang lebih luas. Namun, kami berupaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan ikut mendukung program sekolah sebisa mungkin."



LAMPIRAN
HASIL DOKUMENTASI
PERENCANAAN STRATEGI KEPALA SEKOLAH
DALAM MEWUJUDKAN *SCHOLL BRANDING*
DI SMP IT ALHUSNIYAH TEMBILAHAN

Tempat : SMP IT Alhusniyah Tembilahan
Waktu : 10 April 2025

No	Hasil Yang di Dokumentasi	Hasil Dokumentasi	
		Ada	Tidak
1	Profil Sekolah	√	-
2	Visi, misi dan tujuan sekolah	√	-
3	Struktur organisasi sekolah	√	-
4	Data nama pendidickn sekolah	√	-
5	Data jumlah peserta didik sekolah	√	-
6	Data perlengkapan sarana dan prasarana	√	-
7	Perencanaan strategi school <i>branding</i>	√	-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



HASIL DOKUMENTASI

1. Profil SMP IT Alhusniyah Tembilahan

← Profil Pendidika...025 22_13_16) Tag +

Profil SMP IT ALHUSNIYAH		Rekapitulasi	
A	B	C	D
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8	1 Nama Sekolah	SMP IT ALHUSNIYAH	
9	2 NPSN	7.0036412E7	
10	3 Jenjang Pendidikan	SMP	
11	4 Status Sekolah	Swasta	
12	5 Alamat Sekolah	Jl. Lingkar1 No.08 Rt/Rw 016/002	
13	RT / RW	/ /	
14	Kode Pos	Sungai Beringin	
15	Kelurahan	Kec. Tembilahan, Kab. Indragiri	
16	Kecamatan	Prov. Riau	
17	Kabupaten/Kota	Negara	
18	Provinsi	0	
19	Negara	Lintang	
20	6 Posisi Geografis	0	
21		Bujur	
22			
23	7 SK Pendirian Sekolah	2	
24	8 Tanggal SK Pendirian	2018-04-30	
25	9 Status Kepemilikan	Yayasan	
26	10 SK Izin Operasional	503/DPMPPTSP-IPSP/10	
27	11 Tgl SK Izin Operasional	2022-12-05	
28	12 Kebutuhan Khusus Dilayani	Tidak ada	
29	13 Nomor Rekening		
30	14 Nama Bank		
31	15 Cabang KCP/Unit		
32	16 Rekening Atas Nama	Ya	
33	17 MBS	1	
34	18 Luas Tanah Milik (m2)	250000	
35	19 Luas Tanah Bukan Milik (m2)		
36	20 Nama Wajib Pajak	124257833213000	
37	21 NPWP		
38			
39	20 Nomor Telepon		
40	21 Nomor Fax		
41	22 Email		
42	23 Website	http://	
43			
44	24 Waktu Penyelenggaraan		
45	25 Bersedia Menerima Bos?		
46	26 Sertifikasi ISO		
47	27 Sumber Listrik		
48	28 Daya Listrik (watt)		
49	29 Akses Internet		
50	30 Akses Internet Alternatif		
51			
52	31 Kepala Sekolah	Abdul Hak Hdm	
53	32 Operator Pendataan	NUAIMAH	
54	33 Akreditasi	B	
55	34 Kurikulum	Kurikulum Merdeka	

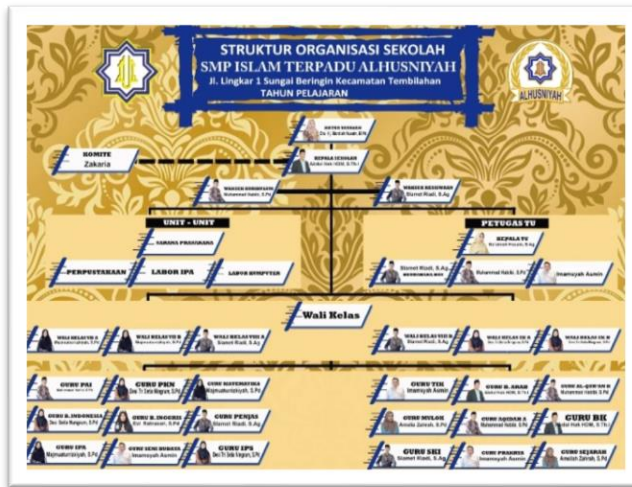
2. Visi, misi, dan tujuan sekolah



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



3. Struktur organisasi



4. Data nama pendidik

Profil SMP IT ALHUSNIYAH				PTK		Peserta Didik		
A	B	C	D	E	F	G	H	
1	SMP IT ALHUSNIYAH							
2	Kecamatan Kec. Tembilahan, Kabupaten Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Prov. Riau							
4	Tanggal Unduh: 2025-04-14 09:10:38 Pengunduh: NUAIMAH (smpitalhusniyah@gmail.com)							
5	No	Nama	NUPTK	JK	Tempat Lahir	Tanggal Lahir	NIP	Status Kepegawaian
6	1	Abdul Hak Hdm	4339756658200023	L	Pulau Kecil	1978-10-07		GTU/PTY
7	2	AMALLAH ZAHRA	5140776677230013	P	Benteng	1998-08-08		GTU/PTY
9	3	Desi Tri Setia Ningrum		P	Pulau Kijang	1990-12-14		Guru Honor Sekolah
10	4	Eka Marwati S.	5653762663130182	P	TEGAL SARI, TANJU	1984-03-21		Tenaga Honor Sekolah
11	5	MAJMU'ATURRIZKIYAH	0751774675230032	P	PULAU KECIL	1996-04-19		GTU/PTY
12	6	MUHAMMAD HABIBI		L	SEI TERUSAN	1986-03-14		GTU/PTY
13	7	Nuaimah		P	PULAU KIJANG	1975-07-19		GTU/PTY
14	8	Selarnet Riadi		L	Sungai Undan	1996-05-08		GTU/PTY
15	9	SYAKUR		L	BENTENG BARAT	1999-04-12		GTU/PTY
16								
17								
18								
19								
20								

5. Data jumlah peserta didik

Profil SMP IT ALHUSNIYAH			PTK		Peserta Didik		F
A	B	C	D	E	F		
1	Peserta Didik						
2	SMP IT ALHUSNIYAH						
3	Kecamatan Kec. Tembilahan, Kabupaten Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Prov						
4	Tanggal Unduh: 2025-04-14 09:10:38						
5	Pengunduh: NUAIMAH (smp						
6	1. Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Jenis Kelamin						4. Jumlah Sis
7	Laki-laki	Perempuan	Total	Kelamin		Pe	
8	19	8	27			Tidak di isi	
9							Kurang dari Rp.
10	2. Jumlah peserta Didik Berdasarkan Usia						Rp. 500,000 -
11	Usia	L	P	Total	Rp. 1,000,000		
12	< 6 tahun	0	0	0	Rp. 2,000,000		
13	6 - 12 tahun	4	3	7	Rp. 5,000,000		
14	13 - 15 tahun	15	5	20	Lebih dari Rp		
15	16 - 20 tahun	0	0	0	Total		
16	> 20 tahun	0	0	0			
17	Total	19	8	27			
18							
19	3. Jumlah Siswa Berdasarkan Agama						
20	Agama	L	P	Total			
21	Islam	19	8	27			
22	Kristen	0	0	0			
23	Katholik	0	0	0			
24	Hindu	0	0	0			
25	Budha	0	0	0			
26	Konghucu	0	0	0			
27	Lainnya	0	0	0			
28	Total	19	8	27			
29							
30							

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

6. Data sarana dan prasarana



Ruang belajar



mushalla



perpustakaan



Labor komputer



lapangan olahraga



ruang UKS



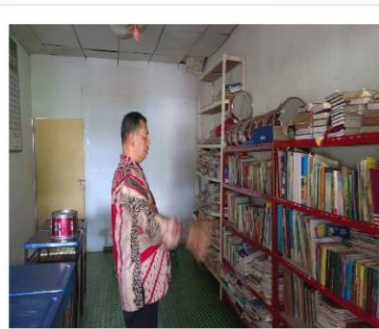
Koperasi sekolah



kantin sekolah



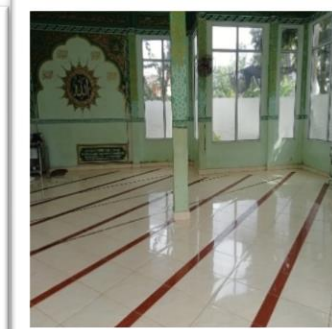
ruang belajar



Suasana dalam perpustakaan



ruang kepala sekolah



dalam muhsalla



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

7) Perencanaan strategi *school branding*

a. Lakukan Riset



Rapat penentuan peserta didik baru (PPDB)

b. Kenali keunikan sekolah anda



Prosur PPDB dengan menunjukkan program unggulan

c. Tentukan kompetitor



Brosur sekolah kompetitor yang berbasis IT

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

d. Tentukan fokus dan karakteristik brand anda



Program unggulan tahfiz



hadroh



Pramuka



sholat berjamaah

e. Memperluas Branding



Memiliki akun promosi di media sosia



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

f. Menerapkan *branding*



Brosur penerimaan peserta didik baru

g. *Rebranding*



Menambah alat drumband



tenis meja

8) Dokumentasi wawancara bersama informan



Kepala sekolah



waka kurikulum



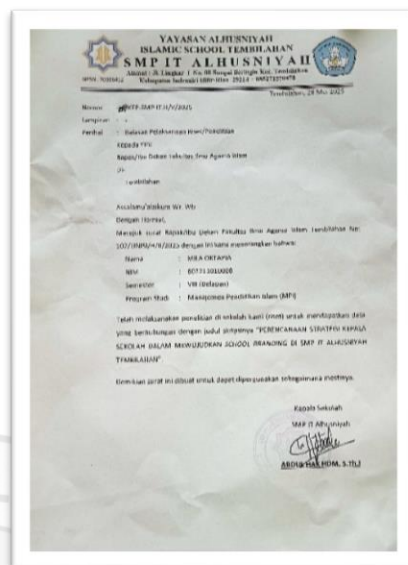
Waka kesiswaan



Staf Tu



9) Surat Riset



10) sertifikat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri**





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama MILA OKTAPIA, lahir di Sendawa Kecamatan Mandah pada tanggal 20 Oktober 2003. Putri pertama dari bapak Mhd. Abidin dan ibu Rosnidar. Menamatkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 037 Bakau Aceh Kecamatan Mandah pada tahun 2015, SMP Negeri Satu Atap Bakau Aceh pada tahun 2018, kemudian melanjutkan pendidikan

SMK Negeri 1 Tembilahan selesai pada tahun 2021. Kemudian menempuh pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Indragiri Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan dapat menyelesaikan pendidikan pada tahun 2025.