

PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN

***PERSONAL BRANDING* DI SEKOLAH KREATIF**

SMP AISYIYAH REJANG LEBONG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Dalam Ilmu Tarbiyah



OLEH :

ANES FITRIA

NIM : 22561007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

2026

Hal : Pengajuan Skripsi
Kepada Yth.
Bapak Dekan Fakultas Tarbiyah
Di
IAIN Curup

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Anes Fitria mahasiswi IAIN Curup yang berjudul **PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* DI SEKOLAH KREATIF SMP AISYIYAH** sudah dapat di ajukan dalam sidang skripsi Institut Agama Islam Negeri Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

Wassalamual'aikum Wr. Wb.

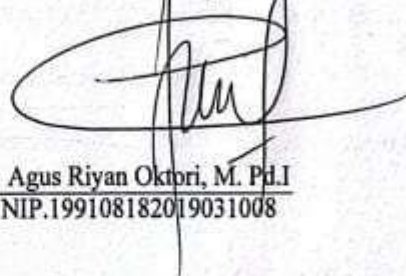
Curup, Juli 2026

Pembimbing I



Dr Jumira Warlizasusi, M.Pd
NIP. 196609251995022001

Pembimbing II



Agus Riyan Oktori, M. Pd.I
NIP.199108182019031008

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anes Fitria
Nim : 22561007
Fakultas : Tarbiyah
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun
Personal Branding Di Sekolah Kreatif SMP
Aisyiyah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana strata I di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, Juli 2026
Penulis



Anes Fitria
22561007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS TARBIYAH**

Jalan : Dr. A.K. Gani No. 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 - 21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 1234 /Iti.34/FT/PP.00.9/08/2026

Nama : Anes Fitria
Nim : 22561007
Fakultas : Tarbiyah
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Peran Kepala Sekolah Dalam Memhangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif Smp Atsyyiah Rejang Lebong

Telah di munaqasahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/ Tanggal : Jumat, 07 Agustus 2026
Pukul : 08.00 s/d 09.30 WIB
Tempat : Ruang 5 Gedung Sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam bidang Tarbiyah

TIM PENGUJI

Ketua,

Dr. HJ. Jumira Warlizasusi, M.Pd
NIP. 196609251995022001

Penguji I

Prof. Dr. Murnivanto, M. Pd
NIP. 1965121219890310005

Sekretaris,

Agus Rivang Oktori, M. Pd. I
NIP. 197011072000032004

Penguji II

Dr. Arsil, S.Ag., M. Pd
NIP. 196709191998031001

Mengesahkan
Dalam Fakultas Tarbiyah

Dr. Baber Komalasari, M.Pd
NIP. 19791072000032004

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Kuasa berkat rahmat dan hidayah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah**”. Sholawat beserta salam tak lupa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabatnya, berkat beliau pada saat ini kita berada dalam zaman yang penuh dengan rahmat dan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Curup.
2. Ibu Dr. Eka Apriani, M. Pd., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Curup.
3. Bapak Dr. Sakut Anshori, S. Pd., M. Hum., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Curup.

4. Bapak Dr. Sagimin, M. Kom., selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Curup.
5. Ibu Bakti Komalasari, S. Ag, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah.
6. Ibu Jenny Fransiska, M. Pd., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Agama Islam .
7. Ibu Dr. Jumira Warlizasusi, M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dengan penuh kesabaran.
8. Bapak Agus Riyan Oktori, M.Pd. I, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu untuk memberi petunjuk dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Kepala Sekolah, Guru, dan Staf Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong yang telah memberikan izinserta membantu kelancaran penelitian.
10. Seluruh Dosen dan Staf Institut Agama Islam Negeri Curup yang telah membantu selama proses perkuliahan berlangsung.
11. Seluruh teman-teman seperjuanganku, dan untuk semua teman di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang memberikan motivasi serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Curup.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi

penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama pembuatan skripsi ini, maka penulis ucapkan terimakasih dan hanya memanjatkan doa semoga kebaikan tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dan merupakan suatu amal kebaikan disisi Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, Juli 2026

Penulis,

Anes Fitira

NIM. 22561007

MOTTO

فَلَهَا أَتَمُّوَانِ لِأَنفُسِكُمْ أَحْسَنُتُمْ أَحْسَنُتْمَانِ

"Jika kamu berbuat baik, (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri."

(Surah Al-Isra' ayat 7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengharapkan keridhoan Allah SWT skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas segala nikmat, kesehatan, dan kekuatan yang tiada henti diberikan-Nya, sehingga setiap proses penulisan ini dapat berjalan dengan lancar.

2. Ayahanda (Herman Amir Hasan) dan Ibunda (Ramisika) malaikat tanpa sayap yang selalu menjadi sumber kekuatan utama. Terima kasih yang tak terhingga atas doa yang tak pernah putus, pengorbanan tanpa pamrih, kasih sayang yang tiada tara.

3. Ayuk ku tersayang Reva Pransiska, S.Pd, dan Adekku Muhammad Aji Pangestu yang selalu memberikan warna, semangat, canda tawa, dan dukungan di setiap langkah penulis.

4. Abang Iparku Topan Jonian, S, Ag, M.Pd, terima kasih juga peminjaman laptop yang dari awal pembuatan skripsi dan sampai terselesaikan skripsi ini.

5. Noza Selendia dan Nirma Lestari Siregar, Karya ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat terbaikku. Terima kasih telah menjadi rumah kedua, menyediakan pundak untuk menangis, dan selalu ada untuk memberikan bantuan serta tawa di saat-saat paling berat selama masa kuliah.

7. Dwita Apriansih, Terima kasih karena sudah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Anes Fitria Nim. 22561007 “Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif Smp Aisyiyah Rejang Lebong.” Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Penelitian ini di latarbelakangi oleh berbagai Permasalahan akademik yang muncul. Seperti Bagaimana peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong, Apa saja strategi yang di gunakan kepala sekolah dalam membentuk citra positif di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong dan Tantangan apa saja yang ditemui kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong, Untuk mengetahui strategi yang di gunakan kepala sekolah dalam membentuk citra positif di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.dan untuk mengetahui tantang apa saja yang ditemui kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.

Metode penelitain ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Lokasi penelitian di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong Hasil penelitian sebagai berikut : *Pertama* Kepala sekolah memegang peran krusial dalam membangun *personal branding* sekolah sebagai pemimpin, manajer, motivator, inovator, supervisor, dan wakil lembaga di masyarakat. *Kedua* Strategi yang diterapkan meliputi peningkatan kualitas layanan pendidikan; pengembangan kompetensi guru dan tenaga kependidikan; peningkatan prestasi peserta didik (akademik dan nonakademik); penguatan budaya religius dan kreatif; serta optimalisasi publikasi kegiatan melalui media sosial dan media lain. *Ketiga* Tantangan meliputi persaingan antar sekolah, keterbatasan sumber daya, perbedaan pandangan dan ide di internal sekolah yang memerlukan penyelarasan.

Kata Kunci : Peran, Kepala Sekolah, *Personal Branding*

ABSTRACT

Anes Fitria (Student ID: 22561007) “The Role of the Principal in Building Personal Branding at the Creative School of SMP Aisyiyah Rejang Lebong.” Undergraduate Thesis, Islamic Education Management (MPI) Study Program.

Three academic issues are addressed: the role of the principal in building personal branding at the Creative School of SMP Aisyiyah Rejang Lebong; the strategies employed by the principal to shape a positive image for the school; and the challenges encountered by the principal in this process. The objectives of this study are to identify the principal's role in building personal branding, the strategies used to shape a positive image, and the challenges faced in building personal branding at the Creative School of SMP Aisyiyah Rejang Lebong.

This study employs a qualitative research method, utilizing data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. The research was conducted at the Creative School of SMP Aisyiyah Rejang Lebong. The research findings are as follows: First, the principal plays a crucial role in building the school's personal branding by acting as a leader, manager, motivator, innovator, supervisor, and institutional representative within the community. Second, the strategies implemented include improving the quality of educational services; developing the competence of teachers and educational staff; enhancing student achievements (both academic and non-academic); strengthening a religious and creative culture; and optimizing activity publicity through social media and other channels. Third, the challenges include inter-school competition, resource limitations, and differing internal views and ideas that require alignment.

Keywords: Role, Principal, Personal Branding

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Pertanyaan Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Konsep Peran Kepala sekolah	10
B. Kepemimpinan Kepala Sekolah	18
C. Konsep <i>Personal Branding</i>	21
D. Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun <i>Personal Branding</i>	29
E. Strategi Pembentukan Citra Positif Sekolah.....	32
F. Tantangan Kepala Sekolah Dalam Membangun <i>Personal Branding</i>	37
G. Kerangka Berpikir	41
H. Penelitian Relevan	43
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Subjek Penelitian	46
C. Jenis Data	47
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	50
F. Instrumen Penelitian.....	52
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Hasil Penelitian	63
C. Pembahasan	98

BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	118

DARTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berfikir	41
Tabel 4.1 Data Riwayat Pergantian Kepala Sekolah.....	56
Tabel 4.2 Data Guru	60
Tabel 4.3 Data Siswa/Siswi.....	62
Tabel 4.4 Data Sarana dan Prasarana Sekolah.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah suatu proses yang dirancang secara terstruktur dan berkesinambungan untuk mengembangkan seluruh potensi peserta didik. Melalui pendidikan yang ingin dicapai secara individu diarahkan agar mampu memperkuat nilai-nilai spiritual dan keagamaan, membangun kemampuan mengendalikan diri, meningkatkan kecerdasan, membentuk akhlak yang mulia, serta menguasai berbagai keterampilan yang dibutuhkan dalam kehidupan pribadi, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan bertanggung jawab sebagai warga negara¹. Para pendidik perlu memberikan penguatan agar perilaku siswa selalu positif dan dapat mendukung tujuan pendidikan.²

Dalam rangka mencapai tujuan pendidikan nasional tersebut, sekolah sebagai lembaga pendidikan formal memiliki peran strategis dalam menyelenggarakan proses pembelajaran yang efektif dan bermutu. Sekolah tidak hanya menjadi tempat berlangsungnya kegiatan belajar

¹ Hazairin Habe, Ahiruddin Ahiruddin, "Sistem Pendidikan Nasional" *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis*, No.2 Maret 2025: , <https://doi.org/10.24967/ekombis.v2i1.48>

² E.Putra & M. Yanto (2025) Manajemen Kelas: Meningkatkan keberhasilan siswa- Tinjauan Meta-Analisis Cogent Education, 12:1, 2458630, DOI: [10080/2331186X. 2025.2458630](https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2458630)

mengajar, tetapi juga sebagai organisasi yang memiliki sistem manajemen, budaya kerja, serta kepemimpinan yang menentukan arah dan kualitas

penyelenggaraan pendidikan. Keberhasilan suatu sekolah sangat dipengaruhi oleh bagaimana sistem kepemimpinan dijalankan.

Kepemimpinan dalam bidang pendidikan di sekolah yakni kepala sekolah memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan kinerja sekolah. Sebagai pimpinan tertinggi di lingkungan satuan pendidikan, kepala sekolah memiliki tanggung jawab untuk mengoordinasikan seluruh unsur sekolah, mulai dari penyusunan dan pelaksanaan program kerja, pengelolaan tenaga pendidik dan kependidikan, pengawasan kegiatan pembelajaran, hingga membangun kemitraan yang harmonis dengan masyarakat.

Menurut E. Mulyasa kepala sekolah memiliki fungsi sebagai *educator, manager, administrator, supervisor, leader, innovator*, dan *motivator*³. Peran tersebut mengharuskan kepala sekolah tidak hanya memiliki kemampuan manajerial dan administratif yang baik, tetapi juga sanggup merancang serta mengembangkan visi, budaya, dan reputasi sekolah secara berkesinambungan. Dalam era pendidikan modern yang semakin kompetitif, kepala sekolah perlu menunjukkan kepemimpinan

³ F. Viktor Zebua, "Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Meningkatkan Mutu SMP Negeri 2 Alasa Kabupaten Nias Utara," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, No.3 Juli 2022: 85–89, <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>.

yang fleksibel dan responsif terhadap dinamika perubahan sosial, perkembangan teknologi, serta tuntutan masyarakat.

Perkembangan era globalisasi dan revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan. Sekolah kini tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat transfer ilmu, melainkan sebagai institusi yang harus mampu menunjukkan identitas, keunggulan, serta reputasi yang jelas di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Persaingan tersebut semakin terasa terutama pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), di mana masyarakat memiliki banyak pilihan sekolah dengan berbagai program unggulan.

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi mendorong terjadinya persaingan antar lembaga pendidikan, baik negeri maupun swasta. Masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan kini semakin selektif dalam memilih sekolah bagi anak-anaknya. Hal ini menuntut sekolah untuk memiliki keunikan, keunggulan, serta identitas yang kuat. Salah satu aspek penting dalam membangun identitas tersebut adalah *personal branding* yang dibangun oleh kepala sekolah sebagai figur sentral dalam organisasi pendidikan.

Dalam situasi tersebut, *personal branding* kepala sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Konsep *personal branding* pertama kali diperkenalkan secara luas oleh Tom Peters melalui gagasannya tentang “*The Brand Called*

You”, yang menekankan bahwa setiap individu harus mampu membangun dan mengelola citra dirinya secara profesional⁴.

Dalam ranah kepemimpinan pendidikan, *personal branding* seorang kepala sekolah bukan sekadar pencitraan, melainkan representasi nyata dari kredibilitas, kapasitas, prinsip, serta kepribadian kepemimpinan yang diakui dan dipercaya oleh komunitas sekolah dan masyarakat. Kepala sekolah yang memiliki *personal branding* kuat biasanya dikenal sebagai sosok yang visioner, komunikatif, tegas, inovatif, serta mampu menjalin hubungan harmonis dengan guru, siswa, orang tua, dan masyarakat. Branding tersebut secara tidak langsung akan membentuk persepsi publik terhadap kualitas sekolah yang dipimpinnya.

Personal branding bukanlah sekadar pencitraan atau upaya manipulatif untuk terlihat baik, tetapi mencerminkan komitmen hati-nurani seorang pemimpin terhadap kualitas, etika, dan tanggung jawab sosial. Kepala sekolah dengan *personal branding* yang kuat umumnya dikenal sebagai pemimpin yang tegas, terbuka, inovatif, dan mampu menjadi teladan di lingkungan sekolah

Sejalan dengan gagasan yang di tuliskan oleh Sudarwan Danim menegaskan bahwa kepemimpinan pendidikan yang efektif ditandai dengan kemampuan membangun budaya organisasi yang positif dan berorientasi pada mutu. Budaya organisasi yang kuat tidak terlepas dari figur pemimpin yang menjadi role model bagi seluruh warga sekolah.⁵

⁴ Putu Ayu Trisna Febrianty, SE.,MM. “*Personal branding* dari Konsep menuju Praktik”. PT Nilacakra Publishing House, IKAPI, Bali, 2025. Hlm 7-8.

⁵ Samsul Bahri. “*Dasar-dasar Pendidikan*”. Penerbit Adab, IKAPI, Jawa Barat, 2024. Hlm 120-123.

Dengan demikian, *personal branding* kepala sekolah menjadi bagian integral dari strategi peningkatan mutu pendidikan dan akan menarik peserta didik untuk bergabung dengan sekolah yang dipimpin.

Tidak terkecuali pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), peran kepala sekolah menjadi semakin penting karena peserta didik berada pada fase perkembangan remaja awal yang memerlukan pembinaan karakter dan pengawasan yang intensif. SMP merupakan tahap transisi dari pendidikan dasar menuju pendidikan menengah atas, sehingga kualitas manajemen dan kepemimpinan sangat menentukan kesiapan akademik maupun psikologis siswa. Kepala sekolah tidak hanya berperan sebagai manajer organisasi, tetapi juga sebagai figur teladan yang menjadi panutan bagi siswa dan guru.

Berdasarkan hasil survei nasional dalam sektor pendidikan, sekolah yang memiliki reputasi kepala sekolah yang kuat cenderung lebih memiliki prestasi akademik di atas rata-rata.⁶ Hal ini digambarkan oleh meningkatnya jumlah pendaftar, prestasi siswa dalam kompetisi, serta partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan sekolah. Fenomena ini menunjukkan bahwa proses pembangunan *personal branding* kepala sekolah bukanlah hal remeh, tetapi berdampak nyata terhadap daya saing dan kualitas pendidikan.

Dalam rangka memperkuat latar belakang penelitian ini, peneliti melakukan observasi awal yang dilakukan pada tanggal 17 November 2025 di sekolah Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong. ditemukan

⁶Martinis Yamin, "*Effect of Principal Leadership, Teaching Quality, and Student Motivation on Academic Performance in Senior High Schools*," *Jurnal Ijmars* No. 3 Juli 2025: 35 <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i03.1919>.

beberapa fenomena menarik. Sekolah tersebut mengalami peningkatan jumlah peserta didik baru dalam tiga tahun terakhir. Dari data administrasi sekolah, terjadi kenaikan pendaftar yang sangat signifikan setiap tahun sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh operator sekolah.⁷

Hasil wawancara informal dengan orang tua siswa menunjukkan bahwa salah satu alasan utama mereka memilih sekolah tersebut adalah figur kepala sekolah yang dikenal disiplin, aktif dalam kegiatan kemasyarakatan, serta memiliki reputasi baik di lingkungan sekitar.⁸

Selain itu, kepala sekolah secara aktif memanfaatkan media sosial resmi sekolah untuk mempublikasikan kegiatan, prestasi siswa, program unggulan, serta inovasi pembelajaran. Kehadiran kepala sekolah dalam berbagai forum pendidikan di tingkat kecamatan maupun kabupaten juga turut memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang progresif dan terbuka terhadap perubahan. Guru-guru menyatakan bahwa kepala sekolah memberikan motivasi secara rutin melalui rapat dan pembinaan, serta mendorong guru untuk mengikuti pelatihan profesional.

Namun demikian, berdasarkan pengamatan lebih lanjut, strategi *personal branding* yang dilakukan kepala sekolah tersebut belum terdokumentasi secara formal dalam dokumen perencanaan strategis sekolah. Upaya membangun citra lebih banyak dilakukan berdasarkan inisiatif pribadi dan pengalaman kepemimpinan. Kondisi ini menunjukkan

⁷ Wawancara prapenelitian dengan Ibu Elia Okta Dianti, A. Md. Operator Sekolah, informan pra-penelitian, oleh Anes Fitria, 17 November 2025, Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah.

⁸ Wawancara prapenelitian dengan Mahdaleta . Wali Murid kelas VII, oleh Anes Fitria, 17 November 2025.

bahwa *personal branding* sering kali terbentuk secara alami, tetapi belum dikelola secara sistematis sebagai bagian dari strategi manajemen sekolah.

Di sisi lain, masih terdapat SMP lain khususnya di daerah daerah yang jauh dengan perkotaan yang mengalami penurunan jumlah peserta didik meskipun memiliki fasilitas yang relatif memadai. Hasil observasi menunjukkan bahwa kurangnya komunikasi publik, minimnya publikasi kegiatan sekolah, serta kepemimpinan yang kurang terlihat di ruang publik menyebabkan sekolah tersebut kurang dikenal oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* memiliki dampak nyata terhadap persepsi publik dan keberlangsungan sekolah. Indonesia Adalah negara multicultural, dan multikulturalismenya bisa positif karena kekayaan nilai budaya dan dapat negatif oleh Kebajikan mejadi faktor potensial yang memicu konflik budaya berafiliasi dengan ras, agama, dan kelompok etnis.⁹

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara teori kepemimpinan pendidikan dan praktik di lapangan. Secara teoretis, kepala sekolah diharapkan mampu menjadi agen perubahan dan pembangun citra positif lembaga. Namun dalam praktiknya, tidak semua kepala sekolah memahami pentingnya *personal branding* sebagai bagian dari strategi kepemimpinan. Banyak kepala sekolah masih berfokus pada tugas administratif dan kurang memperhatikan aspek komunikasi publik serta manajemen reputasi.

⁹ Yanto M, "Sensitivitas Pendidikan Antara budaya Mahasiswa Manajemen Sebagai Masa depan Tokoh Pendidikan di Indonesia" *RISE- Jurnal Internasional Sosiologi Pendidikan*, Vol.11 No.3 Oktober 2022 263-290 DOI :<http://dx.doi.org/10.17583/rise.10483>

Oleh karena itu, penelitian mengenai peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah SMP menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi, bentuk peran, serta faktor pendukung dan penghambat terhadap sekolah.

Lembaga pendidikan pada era modern saat ini diperhadapkan pada dinamika persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan kepercayaan publik. Keberhasilan suatu sekolah dalam menarik minat masyarakat tidak lagi hanya ditentukan oleh kemewahan fasilitas atau kelengkapan sarana prasarana, melainkan sangat bergantung pada persepsi, reputasi, dan citra lembaga yang terbangun di mata publik. Dalam konteks manajemen pendidikan, citra dan reputasi tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas kepemimpinan seorang kepala sekolah. Sebagai figur sentral (*key figure*), kepala sekolah tidak hanya bertugas menjalankan fungsi administratif, tetapi juga menjadi representasi utama dari visi, nilai, dan kualitas sekolah yang dipimpinnya.¹⁰ Guna membangun reputasi lembaga yang kuat dan berdaya saing, pemahaman mengenai *personal branding* menjadi sangat relevan untuk diterapkan oleh pimpinan lembaga pendidikan. Secara mendasar, *personal branding* adalah proses membentuk, mengelola, dan mengomunikasikan persepsi publik terhadap kualifikasi, keahlian, nilai, serta keunikan diri seseorang.¹¹

¹⁰ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 24.

¹¹ Peter Montoya dan Tim Vandehey, *The Personal Branding Work: Keeping Yourself Unmistakable in a Crowded World* (New York: McGraw-Hill, 2009), hlm. 15.

Proses pembentukan *personal branding* membutuhkan langkah-langkah strategis dan terstruktur. Menurut Rampersad, langkah-langkah utama dalam membangun *personal branding* mencakup empat tahapan penting, yaitu:

Meredefinisi Merek Diri (*Defining the Brand*): Mengidentifikasi nilai-nilai inti, visi, kepribadian, serta keunggulan unik yang membedakan individu dari yang lain. Merumuskan *Personal Brand* (*Formulating the Brand*): Menyusun pesan utama dan kriteria personal yang ingin diasosiasikan oleh publik terhadap dirinya. Menerapkan *Personal Brand* (*Implementing the Brand*): Mengomunikasikan merek diri secara konsisten melalui interaksi sosial, gaya kepemimpinan, performa kerja, dan media publikasi. Mengelola dan Mengembangkan *Personal Brand* (*Managing the Brand*): Melakukan evaluasi berkala terhadap persepsi publik serta menjaga konsistensi integritas diri secara berkelanjutan.¹²

Selain langkah-langkah tersebut, elemen penting lain dalam pembangunan *personal branding* meliputi konsistensi (*consistency*), visibilitas (*visibility*), dan diferensiasi (*differentiation*). Konsistensi memastikan bahwa pesan dan tindakan yang ditunjukkan senantiasa selaras dengan nilai yang diusung. Visibilitas berkaitan dengan bagaimana individu memanfaatkan saluran komunikasi—baik media massa, media sosial, maupun kegiatan kemasyarakatan—agar keberadaan dan karya-karyanya dikenal luas. Sementara itu, diferensiasi memberikan nilai

¹² Hubert K. Rampersad, *Authentic Personal Branding: Merek Diri Otentik* (Jakarta: PPM Manajemen, 2008), hlm. 67-72.

tambah berupa keunikan yang menjadi pembeda jelas dari pemimpin pendidikan lainnya.¹³

Dalam konteks sekolah, kepemimpinan kepala sekolah yang memiliki *personal branding* positif, inovatif, dan berintegritas akan berdampak langsung (*multiplier effect*) terhadap reputasi sekolah secara keseluruhan. Ketika seorang kepala sekolah dipercaya dan dihormati oleh publik, kepercayaan (*trust*) tersebut secara otomatis akan tertular pada lembaga yang dipimpinnya (*halo effect*). Kepala sekolah yang mampu membangun *personal branding*-nya secara efektif akan lebih mudah menggalang kolaborasi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*), meningkatkan daya tarik pendaftaran siswa baru, serta membangun budaya sekolah yang kreatif dan kompetitif.¹⁴

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai *personal branding* dalam sebuah penelitian berjudul **“Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal branding* Di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong”s**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasikan dan menganalisis bagaimana peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.

C. Pertanyaan Penelitian

¹³ Erna Febriani, *Personal Branding di Era Digital* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 35-38.

¹⁴ Veithzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 118.

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong?
2. Apa saja strategi yang di gunakan kepala sekolah dalam membentuk citra positif di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong?
3. Tantangan apa saja yang ditemui kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.
2. Untuk mengetahui strategi yang di gunakan kepala sekolah dalam membentuk citra positif di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.
3. Untuk mengetahui tantang apa saja yang ditemui kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pendidikan dan kepemimpinan sekolah, dengan mengembangkan konsep *personal*

branding kepala sekolah sebagai strategi penting dalam pengelolaan citra diri dan institusi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan teori kepemimpinan transformasional dan komunikasi strategis dalam konteks pendidikan, yang menegaskan pentingnya peran kepala sekolah tidak hanya sebagai manajer administratif, tetapi juga sebagai brand ambassador institusi yang mampu membangun reputasi dan kepercayaan masyarakat.¹⁵

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi kepala sekolah, guru, dan pemangku kepentingan pendidikan dalam mengembangkan *personal branding* yang mendukung penguatan citra sekolah. Selain itu, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan *personal branding* di sekolah¹⁶.

¹⁵ Nurhalimah, “Strategi Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan *Brand Image* Sekolah Menuju Sekolah Unggul Di Mis Nurus Salam Deli Tua Medan Sumatera Utara”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2023.

¹⁶ Rizki Fitriandy, “Pelatihan Membangun *Personal branding* dan Kepercayaan Diri pada Siswa SMP Negeri 2 Mempawah Timur”, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 5 No 1 2025

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Peran Kepala Sekolah

1. Pengertian Peran

Peran merupakan konsep yang sangat penting dalam ilmu sosial dan manajemen. Secara umum, peran dapat dipahami sebagai sekumpulan hak, kewajiban, tanggung jawab, dan perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu posisi tertentu di organisasi¹⁷. Dalam konteks pendidikan, peran kepala sekolah adalah tindakan dan fungsi yang melekat pada jabatan kepemimpinan yang diemban, yang melibatkan interaksi dengan guru, siswa, staf, orang tua, dan masyarakat.

Menurut Schein, peran juga dapat dianggap sebagai "kumpulan ekspektasi sosial" yang menentukan bagaimana seorang individu harus bertindak dan berinteraksi dalam lingkungannya¹⁸. Dalam konteks pendidikan, hal ini menekankan bahwa kepala sekolah memiliki tanggung jawab yang kompleks dan multidimensional. Peran kepala sekolah tidak hanya terbatas pada aspek administratif seperti pengelolaan anggaran, prosedur, dan kebijakan sekolah, tetapi juga mencakup fungsi pedagogis yang meliputi pengembangan kurikulum, pembinaan guru, dan peningkatan mutu pembelajaran.

¹⁷ George R. Terry, " *Principles of Management*", 8th ed. (Homewood: Irwin, 1998), hlm 120.

¹⁸ Edgar H. Schein, " *Organizational Culture and Leadership*", 4th ed. (San Francisco: Jossey-Bass, 2010), hlm 45.

Selain itu, dimensi sosial dari peran ini menuntut kepala sekolah untuk mampu membangun hubungan interpersonal yang harmonis, menjadi motivator bagi seluruh civitas akademika, serta mengambil keputusan strategis yang memengaruhi dinamika sekolah secara keseluruhan. Dengan kata lain, kepala sekolah berperan sebagai agen perubahan, fasilitator proses pembelajaran, pembimbing bagi guru dan siswa, serta pemimpin yang menciptakan iklim sekolah yang kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan akademik maupun sosial.

Lebih lanjut Koontz dan Weihrich menyatakan bahwa peran individu dalam organisasi berfungsi sebagai indikator penting dalam menilai efektivitas pelaksanaan fungsi-fungsi organisasi¹⁹. Peran tidak hanya mencerminkan tanggung jawab yang harus dijalankan, tetapi juga menjadi tolok ukur kemampuan individu dalam memenuhi ekspektasi yang melekat pada posisi atau jabatan tertentu.

Dalam konteks kepemimpinan pendidikan, pemahaman yang mendalam terhadap peran kepala sekolah menjadi sangat krusial, karena peran tersebut berkaitan langsung dengan kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya manusia, merumuskan dan melaksanakan kebijakan strategis, serta membangun hubungan kerja yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk guru, siswa, orang tua, dan masyarakat.

¹⁹Harold Koontz & Heinz Weihrich, " *Essentials of Management* ", 8th ed. (New York: McGraw-Hill, 2001), hlm 72

Sejalan dengan teori kepemimpinan transformasional yang dikemukakan oleh Bass dan Avolio, penguasaan terhadap peran memungkinkan kepala sekolah untuk tidak hanya mengarahkan dan memotivasi staf, tetapi juga membentuk budaya sekolah yang produktif dan inovatif²⁰. Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif terhadap peran tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja, tetapi juga sebagai fondasi bagi pengembangan kapasitas profesional kepala sekolah. Dalam kerangka ini, kemampuan untuk membangun citra diri (*self-image*) dan reputasi yang positif menjadi sangat penting, karena keduanya memiliki dampak signifikan terhadap persepsi publik dan tingkat kepercayaan terhadap institusi pendidikan.

Sejalan dengan dikemukannya ketiga teori diatas, dapat diambil inti sari bahwa peran kepala sekolah merupakan seperangkat tanggung jawab, harapan sosial, dan fungsi kepemimpinan yang harus dijalankan secara efektif dalam lingkungan pendidikan. Kepala sekolah tidak hanya berfungsi sebagai administrator, tetapi juga sebagai pemimpin pembelajaran, motivator, agen perubahan, serta figur yang mampu membangun citra positif sekolah. Pemahaman yang komprehensif terhadap peran tersebut menjadi dasar penting dalam meningkatkan profesionalisme kepala sekolah dan mutu pendidikan secara keseluruhan.

²⁰ Bernard M. Bass & Bruce J. Avolio, " *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership*" (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994), hlm. 20–35.

Pemahaman yang mendalam terhadap peran tersebut sangat penting karena akan berpengaruh terhadap citra diri kepala sekolah, kepercayaan masyarakat, serta kualitas lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Semakin baik kepala sekolah menjalankan perannya, maka semakin besar pula peluang terciptanya sekolah yang unggul, kondusif, dan berprestasi.

2. Pengertian Kepala Sekolah

Kepala sekolah merupakan figur sentral dalam lembaga pendidikan, yang memegang peranan strategis sebagai pemimpin sekaligus pendidik profesional. Posisi ini menuntut integrasi antara kompetensi manajerial, kemampuan pedagogis, dan kepemimpinan moral, sehingga kepala sekolah tidak hanya menjalankan administrasi rutin, tetapi juga merumuskan visi, misi, dan budaya lembaga pendidikan secara menyeluruh.

Menurut Mulyasa kepala sekolah adalah pemimpin pendidikan yang memiliki tanggung jawab atas pengelolaan seluruh aspek sekolah, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi proses pembelajaran²¹. Dalam konteks ini, kepala sekolah berperan sebagai fasilitator pembelajaran, pengelola sumber daya manusia, dan penjamin mutu pendidikan, sekaligus menciptakan iklim sekolah yang kondusif bagi perkembangan akademik, sosial, dan emosional peserta didik yang di pimpin kepala sekolah.

²¹ E. Mulyasa, "Manajemen Kepala Sekolah", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm45.

Lebih lanjut, Wahjosumidjo menjelaskan bahwa kepala sekolah pada hakikatnya merupakan guru yang diberikan mandat tambahan sebagai pemimpin lembaga pendidikan. Mandat ini mencakup pembinaan guru dan tenaga kependidikan, pengawasan implementasi kurikulum, pengambilan keputusan strategis, serta pembangunan hubungan harmonis dengan komunitas dan pemangku kepentingan eksternal²². Perspektif ini menegaskan bahwa kepala sekolah berfungsi sebagai agen perubahan (*change agent*) yang mampu memengaruhi motivasi, disiplin, dan prestasi warga sekolah. Dengan demikian, efektivitas kepemimpinan kepala sekolah tidak hanya diukur dari keberhasilan administratif, tetapi juga dari kemampuan memelihara budaya profesional, meningkatkan kinerja guru, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan sekolah.

Dari perspektif sosiologis, kepala sekolah juga berperan sebagai simbol otoritas formal sekaligus teladan moral bagi seluruh warga sekolah. Kepemimpinan kepala sekolah membentuk norma-norma sekolah melalui kebijakan, tindakan, dan perilaku sehari-hari, sehingga kualitas kepemimpinannya dievaluasi berdasarkan pengalaman langsung warga sekolah dan masyarakat²³.

Kepala sekolah yang efektif mampu membangun kepercayaan, menanamkan tanggung jawab kolektif, dan menegakkan nilai-nilai integritas, disiplin, serta kolaborasi. Oleh karena itu, kepala sekolah

²² Wahjosumidjo, “*Manajemen Pendidikan*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm 55

²³ E. Mulyasa, “*Manajemen Kepala Sekolah*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm 45.

tidak hanya menjadi pengelola sistem pendidikan, tetapi juga agen transformasi budaya sekolah yang berkelanjutan, yang keberadaannya mempengaruhi arah perkembangan sekolah dari segi akademik, sosial, dan moral.

Berdasarkan ketiga teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah merupakan pemimpin pendidikan yang memegang peranan sentral dalam keberhasilan sekolah. Kepala sekolah tidak hanya bertugas menjalankan fungsi administratif seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, tetapi juga berperan sebagai fasilitator pembelajaran, pembina guru dan tenaga kependidikan, serta penjamin mutu pendidikan. Selain itu, kepala sekolah berfungsi sebagai agen perubahan yang mampu meningkatkan motivasi, disiplin, dan prestasi warga sekolah melalui kepemimpinan yang efektif.

Dari sisi sosiologis, kepala sekolah juga menjadi simbol otoritas formal sekaligus teladan moral yang membentuk budaya, norma, dan iklim sekolah yang kondusif. Dengan demikian, keberhasilan kepala sekolah diukur dari kemampuannya mengelola sekolah secara profesional, memberdayakan seluruh warga sekolah, serta membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan pemangku kepentingan.

3. Peran Kepala Sekolah

Peran kepala sekolah dapat didefinisikan sebagai sekumpulan tanggung jawab, fungsi, dan kewenangan yang harus dijalankan oleh kepala sekolah untuk mengelola dan memimpin institusi pendidikan

secara efektif. Kepala sekolah berfungsi sebagai pendidik, manajer, administrator, pengawas, pemimpin, inovator, dan motivator yang secara simultan mempengaruhi kualitas pembelajaran, pengelolaan sumber daya, budaya sekolah, dan pengembangan profesional guru serta siswa²⁴. Dengan kata lain, peran kepala sekolah tidak hanya terbatas pada pengelolaan administratif, tetapi juga mencakup pembentukan visi, motivasi, inovasi, dan budaya akademik yang kondusif di sekolah.

Secara teoritis, peran kepala sekolah dapat dianalisis melalui model EMASLIM (*Educator, Manager, Administrator, Supervisor, Leader, Innovator, Motivator*), yang menekankan dimensi multidimensi kepemimpinan sekolah²⁵. Setiap dimensi memiliki fungsi spesifik yang saling melengkapi dalam mewujudkan efektivitas kepemimpinan sekolah. Terlihat dari dimensi peran kepala sekolah berdasarkan model emaslim berikut.

Pertama *Educator* atau Pendidik dimana kepala sekolah bertugas membimbing guru beserta tenaga kependidikan untuk meningkatkan kompetensi profesional, mengadopsi metode pembelajaran inovatif, serta membangun budaya akademik yang kondusif di lingkungan sekolah sehingga sejalan dengan impian kepala sekolah.

Kedua, *Manager* atau pengelola kepala sekolah bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi

²⁴ Wahjosumidjo, "Manajemen Pendidikan", (Jakarta: Rineka Cipta, 2001).hlm 55

²⁵ Santoso, B. (2020). "Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan". Jakarta: Pustaka Pendidikan.hlm 32.

seluruh program sekolah, termasuk pengelolaan sumber daya manusia, anggaran, dan sarana-prasarana yang ada di sekolah.

Ketiga, *Administrator* kepala sekolah berupaya untuk menyelenggarakan pengelolaan dokumen administrasi, laporan keuangan, kurikulum, serta perencanaan kegiatan akademik maupun non-akademik secara sistematis .

Keempat, *Supervisor* kepala sekolah dituntut melakukan pengawasan terhadap kinerja guru, memberikan umpan balik yang konstruktif, serta memfasilitasi peningkatan mutu pembelajaran dengan mengikutkan guru pada pelatihan-pelatihan.

Kelima, *Leader* atau pemimpin kepala sekolah sebagai pemimpin memberikan arahan strategis, menjadi sumber inspirasi, dan berperan sebagai teladan dalam hal disiplin, etika, serta kepemimpinan sehingga akan menciptakan pemimpin kepala sekolah yang menjadi teladan bagi guru -guru.

Keenam, *Innovator* kepala sekolah menginisiasi pengembangan program-program baru yang bertujuan meningkatkan kualitas pendidikan dan memastikan relevansi sekolah dengan kebutuhan masyarakat.

Ketujuh, *Motivator* kepala sekolah berperan dalam mendorong motivasi guru dan siswa untuk berprestasi serta berkontribusi secara positif terhadap pengembangan sekolah.

Integrasi ketujuh dimensi ini menjadi fondasi bagi pengembangan *personal branding* kepala sekolah, meningkatkan kredibilitas, dan

memperkuat posisi kepala sekolah sebagai agen perubahan dalam sistem pendidikan²⁶. Maka keberhasilan implementasi model EMASLIM berdampak signifikan terhadap pencapaian kualitas pendidikan yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

B. Kepemimpinan Kepala Sekolah

1. Pengertian Kepala Sekolah

Secara etimologis, kepemimpinan berasal dari kata “pimpin” yang berarti membimbing atau menuntun²⁷. Dalam konteks organisasi kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang untuk memengaruhi, mengarahkan, dan menggerakkan orang lain guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam perspektif umum, kepemimpinan dipahami sebagai kemampuan seseorang dalam memengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Proses memengaruhi tersebut tidak hanya bersifat instruktif, tetapi juga melibatkan aspek motivasi, komunikasi, relasi interpersonal, serta keteladanan.

Menurut Kartini Kartono, kepemimpinan merupakan kapasitas individu dalam memberikan pengaruh yang bersifat konstruktif kepada orang lain untuk mendorong terlaksananya kerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang telah direncanakan secara sistematis²⁸. Konsep ini menegaskan bahwa efektivitas kepemimpinan ditentukan oleh

²⁶ Nur Fatimah, “Pengembangan *Personal branding* dalam Pendidikan Islam di Indonesia”, *Jurnal Pendidikan Islam* 13 (1) (2022), hlm 45–52.

²⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016), hlm1073.

²⁸ Kartini Kartono, “Pemimpin dan Kepemimpinan” (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm34.

kualitas pengaruh yang mampu membangun serta mengarahkan perilaku kolektif menuju sasaran bersama.

Selanjutnya, Veithzal Rivai memaknai kepemimpinan sebagai suatu proses memengaruhi yang mencakup penetapan tujuan organisasi, pemberian motivasi kepada para pengikut untuk mencapai tujuan tersebut, serta upaya pengembangan kelompok beserta budaya organisasinya²⁹. Definisi ini menunjukkan bahwa kepemimpinan tidak hanya berkaitan dengan pencapaian target, tetapi juga dengan transformasi dan penguatan sistem sosial dalam organisasi.

Adapun Miftah Thoha mendefinisikan kepemimpinan sebagai aktivitas memengaruhi perilaku individu agar bersedia diarahkan guna merealisasikan tujuan tertentu³⁰. Pandangan ini menekankan dimensi interaksional dalam kepemimpinan, yakni adanya hubungan timbal balik antara pemimpin dan pihak yang dipimpin dalam suatu konteks sosial. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, kepemimpinan dapat dirumuskan sebagai suatu proses dinamis dan sistemik yang mencakup kemampuan memengaruhi, mengarahkan, memotivasi, serta mengoordinasikan individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan bersama secara efektif dan berkelanjutan.

2. Pengertian Kepemimpinan Kepala Sekolah

Kepemimpinan kepala sekolah dapat dipahami sebagai seperangkat kompetensi strategis yang dimiliki oleh kepala sekolah dalam

²⁹ Veithzal Rivai, "Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi", (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 3.

³⁰ Miftah Thoha, "Kepemimpinan dalam Manajemen", (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm 9.

memengaruhi, menggerakkan, mengarahkan, serta memberdayakan seluruh warga sekolah baik guru, tenaga kependidikan, maupun peserta didik untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Dalam pandangan Sudarwan Danim, kepemimpinan kepala sekolah merupakan proses memengaruhi dan mengarahkan guru serta tenaga kependidikan lainnya agar melaksanakan tugas secara profesional dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan³¹.

Pandangan ini menegaskan bahwa dimensi profesionalisme menjadi indikator sentral dalam menilai efektivitas kepemimpinan kepala sekolah untuk lebih profesional.

Profesionalisme tersebut tercermin dalam peningkatan kompetensi pendidik, disiplin kerja, komitmen terhadap tugas, serta orientasi pada pencapaian hasil belajar peserta didik secara optimal. Oleh karena itu, kepemimpinan kepala sekolah tidak hanya berorientasi pada aspek administratif, tetapi juga pada pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia di lingkungan sekolah.

Dalam konteks ini, kepemimpinan tidak hanya dimaknai sebagai otoritas formal yang melekat pada jabatan, melainkan sebagai kemampuan interpersonal dan manajerial yang mampu mengintegrasikan berbagai sumber daya sekolah ke dalam suatu sistem kerja yang sinergis. Dengan demikian, kepala sekolah berperan sebagai penggerak utama (*driving force*) yang menentukan arah kebijakan,

³¹ Sudarwan Danim, "Visi Baru Manajemen Sekolah", (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm56.

membangun iklim organisasi yang kondusif, serta memastikan tercapainya standar mutu pendidikan yang telah ditetapkan.

Dalam perspektif penelitian kualitatif, kepemimpinan kepala sekolah dipandang sebagai fenomena sosial yang kompleks dan sarat makna. Pendekatan ini menempatkan kepemimpinan sebagai realitas yang dibangun melalui interaksi sehari-hari antara kepala sekolah dan warga sekolah³². Peneliti berupaya mengeksplorasi secara mendalam bagaimana kepala sekolah membangun pola komunikasi yang efektif, mengambil keputusan secara partisipatif, menyelesaikan konflik secara konstruktif, serta menciptakan dan memelihara budaya sekolah yang positif baik guru, siswa dan lingkungan sekolah.

Dengan demikian, fokus kajian tidak semata-mata terletak pada aspek deskriptif mengenai apa yang dilakukan kepala sekolah, melainkan juga pada dimensi prosedural yang menjelaskan bagaimana praktik kepemimpinan tersebut dijalankan dan mengapa tindakan tertentu dipilih dalam konteks situasi yang spesifik. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika kepemimpinan kepala sekolah sebagai praktik sosial yang kontekstual dan berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan.

C. Konsep *Personal branding*

1. Pengertian *Personal branding*

Dalam konteks kepemimpinan pendidikan, konsep *personal branding* menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya

³² Sudarwan Danim, “Visi Baru Manajemen Sekolah”,; Dari Unit Birokrasi ke Lembaga Akademik (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 56–60.

tuntutan terhadap kepala sekolah untuk tidak hanya berperan sebagai manajer administratif, tetapi juga sebagai figur publik yang merepresentasikan visi, nilai, dan mutu lembaga pendidikan yang dipimpinnya. *Personal branding* pada dasarnya merujuk pada proses strategis yang dilakukan individu untuk membentuk, mengelola, dan mengomunikasikan identitas diri secara terencana guna membangun persepsi positif serta reputasi yang kredibel di mata publik sehingga menarik peminat.

Menurut Peter Montoya, *personal branding* merupakan suatu proses yang memungkinkan seseorang mengendalikan dan memengaruhi cara pandang orang lain terhadap dirinya melalui pengelolaan pesan dan persepsi secara sistematis³³.

Definisi ini menegaskan bahwa citra diri bukanlah sesuatu yang terbentuk secara spontan, melainkan hasil dari perencanaan komunikasi yang disusun secara sadar dan berorientasi pada tujuan tertentu.

Selanjutnya, Peter Montoya bersama Tim Vandehey dalam buku *The Brand Called You* menjelaskan bahwa *personal branding* merupakan identitas personal yang khas dan mampu membedakan individu dari orang lain, serta memberikan nilai tambah yang kuat dalam benak audiens³⁴. Identitas tersebut mencerminkan kompetensi,

³³ Peter Montoya, "*The Personal branding Phenomenon*" (*Personal branding Press*, 2002)

³⁴ Peter Montoya & Tim Vandehey, "*The Brand Called You*", (McGraw-Hill, 2003).

karakter, integritas, dan keunikan yang secara konsisten ditampilkan dalam berbagai situasi sosial maupun profesional.

Sementara itu, William Arruda memandang *personal branding* sebagai upaya sistematis untuk membangun reputasi yang autentik, relevan, dan konsisten³⁵. Penekanan pada aspek autentisitas menunjukkan bahwa proses pembentukan citra diri harus berlandaskan pada nilai dan kepribadian yang nyata, bukan sekadar pencitraan semu. Relevansi mengacu pada kesesuaian antara identitas yang ditampilkan dengan kebutuhan serta ekspektasi audiens, sedangkan konsistensi berkaitan dengan kesinambungan pesan dan perilaku dalam jangka panjang.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat dikatakan bahwa *personal branding* merupakan strategi komunikasi diri yang dilakukan secara sadar, terstruktur, dan berkelanjutan untuk membangun citra serta reputasi tertentu dalam lingkungan sosial dan profesional. Dalam konteks kepemimpinan pendidikan, *personal branding* kepala sekolah tidak hanya berkaitan dengan bagaimana ia dipersepsikan sebagai individu, tetapi juga bagaimana ia merepresentasikan visi, budaya, serta kualitas institusi pendidikan yang dipimpinnya³⁶.

2. Tujuan *Personal branding*

Dalam konteks kepemimpinan pendidikan, *personal branding* tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi diri semata, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang memungkinkan kepala sekolah

³⁵ William Arruda, *Career Distinction: "Stand Out by Building Your Brand"* (Wiley, 2007)

³⁶ Peter Montoya & Tim Vandehey, *"The Brand Called You"*, (McGraw-Hill, 2003).

membangun citra profesional yang kuat, kredibel, dan berbeda di mata publik, guru, peserta didik, orang tua, serta masyarakat luas³⁷. Tujuan dari *personal branding* dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

a. Membangun Diferensiasi

Salah satu tujuan utama *personal branding* adalah menciptakan diferensiasi yang jelas antara individu dengan pihak lain yang memiliki peran atau bidang sejenis³⁸. Melalui identifikasi keunggulan unik (*unique value proposition*), kepala sekolah dapat menonjolkan kompetensi, karakter, gaya kepemimpinan, dan nilai-nilai pribadi yang membedakan dirinya dari kepala sekolah lain. Diferensiasi ini bukan sekadar penampilan eksternal, tetapi mencakup kemampuan untuk mengkomunikasikan visi, prinsip, dan inovasi yang konsisten sehingga menimbulkan citra yang mudah dikenali dan diingat oleh publik.

b. Meningkatkan Kredibilitas dan Kepercayaan

Tujuan lain dari *personal branding* adalah membangun reputasi profesional yang kredibel. Dengan konsistensi dalam menyampaikan nilai, kompetensi, dan tindakan yang sesuai dengan prinsip etika, kepala sekolah dapat memperoleh kepercayaan dari guru, siswa, orang tua, dan pemangku kepentingan lain. Kredibilitas ini tidak hanya berperan dalam

³⁷Peter Montoya,” *The Personal branding Phenomenon*”,(Personal branding Press,2002).

³⁸ Peter Montoya & Tim Vandehey,” *The Brand Called You*”,(McGraw-Hill, 2003).

penguatan posisi individu sebagai pemimpin, tetapi juga memengaruhi persepsi positif terhadap institusi pendidikan yang dipimpinnya³⁹

c. Memperluas Jaringan dan Peluang Profesional

Personal branding yang efektif membuka kesempatan bagi individu untuk memperluas jaringan sosial dan profesional. Kepala sekolah yang memiliki citra yang positif dan reputasi yang jelas akan lebih mudah terhubung dengan rekan sejawat, lembaga pendidikan lain, organisasi profesional, maupun pihak eksternal yang relevan. kolaborasi pengembangan kapasitas profesional, maupun peningkatan kualitas sekolah secara berkelanjutan⁴⁰.

d. Mengontrol Persepsi Publik

Melalui *personal branding*, kepala sekolah memiliki kemampuan untuk mengelola bagaimana dirinya dipersepsikan oleh publik. Dengan strategi komunikasi yang terencana, narasi yang konsisten, dan representasi diri yang autentik, persepsi publik terhadap individu tersebut dapat diarahkan agar mencerminkan nilai-nilai profesional, kompetensi, dan integritas yang ingin ditonjolkan. Dengan demikian, opini

³⁹ William Arruda, Career Distinction: "Stand Out by Building Your Brand", (Wiley, 2007).

⁴⁰ Peter Montoya & Tim Vandehey, "The Brand Called You", (McGraw-Hill, 2003).

eksternal tidak sepenuhnya menentukan citra diri, melainkan dapat dikomunikasikan secara proaktif oleh individu⁴¹.

e. Meningkatkan Nilai Jual Diri (*Self-Value*)

Dalam dunia profesional, *personal branding* berfungsi sebagai strategi positioning yang memperjelas keahlian, spesialisasi, dan keunggulan kompetitif seseorang. Kepala sekolah yang memiliki *personal branding* yang kuat tidak hanya dikenal karena kapasitas manajerialnya, tetapi juga karena keunikannya dalam kepemimpinan, inovasi pendidikan, dan kemampuan memengaruhi pemangku kepentingan. Hal ini meningkatkan nilai jual individu di lingkungan professional sekaligus memperkuat posisi institusi yang dipimpinnya di mata masyarakat⁴².

Secara keseluruhan, tujuan *personal branding* bagi kepala sekolah adalah membangun identitas profesional yang berbeda, kredibel, dan berdaya pengaruh, sehingga dapat meningkatkan efektivitas kepemimpinan, memperluas peluang, dan memperkuat reputasi institusi pendidikan secara berkelanjutan.

f. Unsur *Personal branding*

Unsur-unsur *personal branding* merupakan elemen-elemen penting yang saling berkaitan dalam proses pembentukan identitas diri yang dapat dikenal dan dihargai oleh publik. Konsep ini tidak hanya melibatkan sekadar pencitraan

⁴¹William Arruda, *Career Distinction: "Stand Out by Building Your Brand"*, (Wiley, 2007)

⁴²Peter Montoya & Tim Vandehey, *"The Brand Called You"*, (McGraw-Hill, 2003).

permukaan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai inti dan konsistensi perilaku individu dalam jangka panjang untuk menciptakan citra *personal branding*.

Pertama, spesialisasi merujuk pada kemampuan atau kompetensi khusus yang menjadi ciri pembeda individu dari orang lain di tengah persaingan yang ketat. Spesialisasi bukan hanya sekedar keterampilan umum, tetapi merupakan fokus utama yang menempatkan seseorang dalam ruang profesional tertentu sehingga mudah dikenali audiensnya⁴³.

Kedua, kepemimpinan berkaitan dengan kemampuan individu untuk menunjukkan kredibilitas, integritas, serta kemampuan mempengaruhi dan mengarahkan orang lain. Dalam konteks *personal branding*, aspek ini tidak terbatas pada posisi formal, tetapi mencakup kualitas kepemimpinan yang tercermin melalui perilaku dan komunikasi pribadi yang diapresiasi oleh publik⁴⁴.

Ketiga, kepribadian mencakup karakteristik psikologis dan gaya komunikasi yang unik yang membentuk cara individu berinteraksi dengan lingkungannya. Kepribadian yang autentik membantu membangun keterikatan emosional dengan audiens, sehingga *personal branding* menjadi lebih kuat dan berkesan⁴⁵.

⁴³ Farco Siswiyanto Raharjo, "*The Master Book of Personal branding*";: *Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara* (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

⁴⁴ Dr. H. Hamid Noor Yasin, "*Personal branding*", (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).

⁴⁵ Farco Siswiyanto Raharjo, "*The Master Book of Personal branding*";: *Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara* (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

Keempat, keunikan adalah atribut yang membedakan individu dari orang lain dalam hal nilai, pengalaman, prestasi, atau perilaku. Keunikan meningkatkan daya tarik *personal branding* karena dapat memberikan identitas yang khas sehingga publik mudah mengingatnya⁴⁶.

Keenam, visibilitas adalah kemampuan individu untuk menampilkan dirinya secara aktif kepada audiens yang relevan. Visibilitas tidak hanya sekedar kehadiran, tetapi juga kualitas konten atau komunikasi yang disampaikan sehingga audiens memberi respons positif dan mengenal lebih luas identitas *personal*⁴⁷.

Terakhir, reputasi merupakan hasil kumulatif dari semua unsur di atas yang terwujud melalui penilaian publik atas karakter, kompetensi, dan kontribusi individu. Reputasi yang positif akan memperkuat *personal branding* karena menjadi landasan keyakinan dan loyalitas audiens terhadap individu tersebut⁴⁸. Dengan memahami dan mengintegrasikan ketujuh unsur ini secara sistematis, *personal branding* dapat dibangun secara autentik dan berkelanjutan.

⁴⁶ Dr. H. Hamid Noor Yasin, *Personal branding* (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).

⁴⁷ Dr. H. Hamid Noor Yasin, *Personal branding* (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).

⁴⁸ Farco Siswiyanto Raharjo, "*The Master Book of Personal branding*";: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

D. Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal branding*

Peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* merupakan aspek penting dalam manajemen pendidikan kontemporer, karena *personal branding* tidak hanya berkaitan dengan citra pribadi kepala sekolah, tetapi juga berdampak pada reputasi dan daya tarik lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Secara konseptual, *personal branding* kepala sekolah mencerminkan bagaimana pemimpin sekolah mempersepsikan dirinya, mengomunikasikan nilai-nilai profesional, dan menginternalisasi standar etika kepada seluruh pemangku kepentingan sebagai strategi untuk memperkuat legitimasi, kredibilitas, dan kepercayaan publik terhadap sekolah yang dipimpinnya.

Hal ini sejalan dengan pandangan Santoso bahwa kepemimpinan sekolah modern menuntut kepala sekolah untuk tidak hanya berfokus pada aspek administratif, tetapi juga aktif membangun citra diri yang positif yang mampu memengaruhi persepsi stakeholder terhadap kualitas sekolah dan kinerjanya (*brand image*)⁴⁹.

1. Kepala Sekolah sebagai Pemimpin Teladan

Peran utama kepala sekolah dalam *personal branding* adalah bertindak sebagai role model bagi seluruh elemen dalam komunitas sekolah, termasuk guru, tenaga kependidikan, siswa, dan masyarakat luas. Kepala sekolah yang konsisten menunjukkan sikap integritas, etika profesional, disiplin, dan tanggung jawab akan menciptakan citra diri yang kuat dan positif. Sikap kepemimpinan yang ditunjukkan dalam perilaku

⁴⁹ Santoso, B. (2020). "Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan", Jakarta: Pustaka Pendidikan.

sehari-hari berfungsi sebagai referensi sosial yang memengaruhi norma dan budaya organisasi, sehingga reputasi positif kepala sekolah juga turut membentuk persepsi publik terhadap sekolah secara keseluruhan⁵⁰.

2. Komunikator Strategis dalam Pembangunan *Personal branding*

Selain sebagai teladan, kepala sekolah berperan sebagai komunikator strategis yang bertanggung jawab menyampaikan visi, misi, tujuan, dan nilai-nilai sekolah secara efektif kepada seluruh pemangku kepentingan. Peran ini mencakup kemampuan untuk berbicara di depan publik, menyusun narasi tertulis, serta memanfaatkan media konvensional dan digital seperti media sosial untuk memperluas jangkauan pesan. Komunikasi yang jelas, autentik, dan konsisten berkontribusi terhadap penguatan *personal branding* kepala sekolah sekaligus memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang memiliki arah, tujuan, dan budaya yang kuat⁵¹.

3. Kepala Sekolah sebagai Inovator dan Agen Perubahan

Kepala sekolah yang efektif dalam membangun *personal branding* juga berperan sebagai inovator dan penggerak perubahan, karena inovasi mencerminkan kemampuan adaptif terhadap dinamika pendidikan dan kebutuhan pemangku kepentingan. Melalui inisiatif program akademik, inovasi manajerial, dan pengembangan kompetensi guru, kepala sekolah menunjukkan kompetensi profesional dan diferensiasi dirinya dari pemimpin lain. Pendekatan inovatif semacam ini merupakan bagian

⁵⁰ Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). *Authentic leadership development: "Getting to the root of positive forms of leadership"*. *The Leadership Quarterly*, 16(3), hlm 315–338.

⁵¹ Santoso, B. (2020). *"Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan"*. Jakarta: Pustaka Pendidikan.

integral dari strategi *personal branding* yang memperkuat persepsi publik terhadap kepemimpinan yang progresif dan kredibel⁵².

4. Pembangun Jejaring dan Relasi

Peran kepala sekolah dalam membangun jaringan dan relasi juga merupakan aspek penting dalam *personal branding*, karena relasi yang kuat dengan berbagai pihak internal maupun eksternal mendukung visibilitas dan pengakuan publik terhadap sosok kepemimpinan. Jejaring yang aktif dengan guru, orang tua, pemerintah daerah, dunia usaha, dan komunitas memberikan ruang bagi kepala sekolah untuk menunjukkan kompetensinya dalam berbagai forum, yang pada akhirnya memperluas kesempatan kolaborasi dan dukungan terhadap program sekolah.

5. Kepala Sekolah sebagai Penentu Reputasi Sekolah

Sebagai wajah lembaga pendidikan, kepala sekolah memiliki peran sentral dalam menentukan reputasi sekolah di mata publik. Persepsi masyarakat terhadap kualitas pendidikan, suasana akademik, dan budaya sekolah seringkali diasosiasikan dengan citra kepala sekolah itu sendiri⁵³.

Oleh karena itu, kemampuan kepala sekolah membangun *personal branding* yang positif secara tidak langsung berkontribusi terhadap reputasi sekolah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, motivasi staf dan siswa, serta daya saing sekolah di lingkungan pendidikan.

⁵² Spillane, J. P., Halverson, R., & Diamond, J. B. (2004). *Towards a theory of leadership practice: A distributed perspective*. *Journal of Curriculum Studies*, 36(1), 3–34.

⁵³ Santoso, B. (2020). *“Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan”*. Jakarta: Pustaka Pendidikan.

E. Strategi Pembentukan Citra Positif Sekolah

1. Peningkatan Mutu Akademik sebagai Fondasi Citra Sekolah

Mutu akademik merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam memperoleh kepercayaan masyarakat. Kualitas akademik yang baik akan membentuk persepsi positif terhadap sekolah sehingga mampu meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dalam konteks manajemen pendidikan, mutu akademik tidak hanya diukur dari hasil belajar peserta didik, tetapi juga mencakup kualitas proses pembelajaran, kompetensi pendidik, kurikulum, serta sistem evaluasi yang diterapkan sekolah.

Menurut Edward Sallis menjelaskan bahwa mutu dalam pendidikan merupakan upaya berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan pendidikan melalui peningkatan kualitas layanan secara terus-menerus. Dalam perspektif pendidikan, pelanggan yang dimaksud meliputi peserta didik, orang tua, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya.⁵⁴

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat dikatakan bahwa mutu pendidikan merupakan kemampuan lembaga pendidikan dalam mengelola seluruh komponen pendidikan secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan lulusan yang sesuai dengan tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peningkatan mutu

⁵⁴ Sallis, Edward. (2015). *Total Quality Management in Education*. London: Routledge.

akademik menjadi fondasi penting dalam membangun citra sekolah yang unggul dan dipercaya masyarakat.

2. Pengembangan Program Unggulan Sekolah

Dalam era persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, sekolah dituntut untuk memiliki keunggulan tertentu yang dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan program unggulan sekolah.

Program unggulan merupakan program yang dirancang secara khusus berdasarkan kebutuhan peserta didik, potensi sekolah, serta tuntutan masyarakat sehingga menjadi karakteristik yang membedakan sekolah dengan lembaga pendidikan lainnya.

Keberadaan program unggulan memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing sekolah. Kotler dan Keller mengungkapkan setiap organisasi memerlukan diferensiasi sebagai strategi untuk memperoleh posisi yang kuat di tengah persaingan.⁵⁵

Diferensiasi tersebut merupakan upaya untuk menunjukkan keunikan yang tidak dimiliki oleh organisasi lain. Dalam konteks pendidikan, diferensiasi dapat diwujudkan melalui berbagai program unggulan yang menjadi ciri khas sekolah.

3. Penciptaan Budaya Sekolah yang Positif

Budaya sekolah merupakan salah satu unsur yang memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan penyelenggaraan pendidikan. Budaya sekolah yang positif ditandai dengan adanya hubungan yang

⁵⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

harmonis antara kepala sekolah, guru, peserta didik, dan tenaga kependidikan. Selain itu, budaya sekolah juga tercermin dalam berbagai kebiasaan positif yang dibangun secara konsisten, seperti budaya disiplin, budaya religius, budaya literasi, budaya bersih, budaya prestasi, dan budaya kerja sama.

Menurut Mulyasa, kepala sekolah memiliki peran sentral dalam membangun budaya sekolah melalui keteladanan, pembinaan, pengawasan, dan pembiasaan nilai-nilai positif. Kepala sekolah tidak hanya bertugas sebagai administrator pendidikan, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu membentuk karakter dan budaya organisasi sekolah.⁵⁶

Budaya sekolah yang positif akan memberikan pengalaman yang baik bagi peserta didik maupun masyarakat. Ketika masyarakat melihat bahwa sekolah memiliki lingkungan yang tertib, religius, disiplin, dan berorientasi pada prestasi, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap sekolah tersebut. Dengan demikian, budaya sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam pembentukan citra dan reputasi sekolah.

4. Peningkatan Prestasi Peserta Didik

Prestasi peserta didik merupakan indikator keberhasilan proses pendidikan yang dilaksanakan oleh sekolah. Prestasi tidak hanya mencakup aspek akademik, tetapi juga aspek nonakademik seperti olahraga, seni, keagamaan, dan keterampilan lainnya.

⁵⁶ Mulyasa, E. (2022). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhibbin Syah menyatakan bahwa keberhasilan peserta didik dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kualitas pembelajaran, lingkungan sekolah, dan dukungan keluarga.⁵⁷

Prestasi belajar merupakan hasil yang dicapai seseorang setelah melakukan proses pembelajaran yang ditunjukkan melalui perubahan pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Prestasi peserta didik menjadi bukti nyata kualitas layanan pendidikan yang diberikan sekolah. Semakin banyak prestasi yang diraih, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah tersebut.

5. Optimalisasi Media Informasi dan Publikasi Sekolah

Perkembangan teknologi informasi menuntut lembaga pendidikan untuk mampu memanfaatkan media komunikasi sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Publikasi sekolah berfungsi untuk memperkenalkan program, prestasi, dan berbagai kegiatan sekolah kepada publik.

Menurut Peter Montoya menjelaskan bahwa *branding* yang kuat dibangun melalui komunikasi yang konsisten, berkelanjutan, dan mampu menunjukkan keunggulan yang dimiliki. Oleh karena itu, publikasi yang dilakukan melalui media sosial, website sekolah, brosur, maupun media massa menjadi strategi penting dalam membangun citra sekolah.⁵⁸

komunikasi pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan organisasi untuk menyampaikan informasi dan membangun hubungan

⁵⁷ Syah, Muhibbin. (2017). Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya.

⁵⁸ Montoya, Peter. (2008). *The Brand Called You*. New York: McGraw-Hill.

dengan publik. Dalam konteks pendidikan, publikasi sekolah menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Optimalisasi media informasi memungkinkan sekolah menjangkau masyarakat secara lebih luas serta memperkuat identitas dan reputasi lembaga pendidikan.

6. Penguatan Kemitraan dengan Orang Tua dan Masyarakat

Kemitraan antara sekolah, orang tua, dan masyarakat merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan pendidikan. Hubungan yang harmonis antara ketiga unsur tersebut akan menciptakan sinergi yang berdampak positif terhadap perkembangan peserta didik dan kemajuan sekolah.

Menurut Mulyasa partisipasi masyarakat dalam pendidikan merupakan salah satu komponen penting dalam meningkatkan mutu sekolah. Keterlibatan orang tua dan masyarakat dapat memberikan dukungan moral, material, maupun sosial bagi penyelenggaraan pendidikan.⁵⁹

menjelaskan bahwa kerja sama yang efektif dapat terwujud melalui komunikasi yang baik, saling percaya, dan adanya tujuan bersama yang ingin dicapai. Dalam konteks sekolah, kemitraan yang kuat akan meningkatkan dukungan masyarakat terhadap berbagai program sekolah. Melalui kemitraan yang baik, sekolah dapat membangun citra yang positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat eksistensinya sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

⁵⁹ Mulyasa, E. (2022). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.

F. Tantangan Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding*

1. Rendahnya Partisipasi dan Komitmen sebagai Warga Sekolah

Partisipasi dan komitmen warga sekolah merupakan unsur penting dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan pendidikan. Warga sekolah yang terdiri atas kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, peserta didik, serta orang tua memiliki peran strategis dalam mencapai tujuan pendidikan. Rendahnya partisipasi dan komitmen warga sekolah dapat menjadi hambatan dalam pelaksanaan program sekolah karena berpengaruh terhadap efektivitas kerja sama, kualitas layanan pendidikan, dan pencapaian visi serta misi sekolah.

Komitmen organisasi dalam lingkungan sekolah dapat diartikan sebagai kesediaan individu untuk memberikan loyalitas, dedikasi, dan tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan lembaga pendidikan. Luthans menjelaskan, bahwa komitmen organisasi mencerminkan tingkat keterikatan seseorang terhadap organisasi yang ditunjukkan melalui kesediaan untuk berkontribusi secara optimal demi keberhasilan organisasi tersebut.⁶⁰

Rendahnya komitmen warga sekolah sering ditandai dengan kurangnya keterlibatan dalam kegiatan sekolah, rendahnya motivasi kerja, minimnya rasa tanggung jawab terhadap tugas, serta lemahnya kepedulian terhadap perkembangan sekolah. Kondisi tersebut dapat menghambat pelaksanaan program pengembangan sekolah dan menurunkan kualitas layanan pendidikan.

⁶⁰ Luthans, Fred. (2011). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill, hlm. 147.

Oleh karena itu, peningkatan partisipasi dan komitmen warga sekolah perlu dilakukan melalui komunikasi yang efektif, pemberian motivasi, pelibatan dalam pengambilan keputusan, serta penciptaan budaya organisasi yang mendukung keterlibatan seluruh warga sekolah.

2. Persaingan dengan Sekolah Lain

Perkembangan dunia pendidikan yang semakin dinamis menyebabkan terjadinya persaingan antar lembaga pendidikan. Persaingan tersebut muncul sebagai konsekuensi dari meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih sekolah yang mampu memberikan layanan pendidikan berkualitas. Kondisi ini menuntut setiap sekolah untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu menarik minat masyarakat.

Menurut David persaingan merupakan kondisi ketika organisasi berupaya memperoleh keunggulan melalui pemanfaatan sumber daya dan strategi yang dimiliki untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pendidikan, persaingan antar sekolah berkaitan dengan upaya memperoleh kepercayaan masyarakat melalui peningkatan mutu layanan pendidikan.⁶¹

Persaingan sekolah tidak hanya terjadi pada aspek akademik, tetapi juga mencakup kualitas sumber daya manusia, fasilitas pendidikan, program unggulan, prestasi peserta didik, serta citra sekolah di mata masyarakat. Selaras bahwa mutu pendidikan menjadi faktor utama

⁶¹ David, Fred R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. New York: Pearson, hlm. 54.

yang menentukan daya saing lembaga pendidikan. Sekolah yang mampu memberikan layanan pendidikan berkualitas akan memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat.

Dalam menghadapi persaingan, sekolah dituntut untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan. Inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan kurikulum, peningkatan kompetensi guru, pemanfaatan teknologi pembelajaran, serta penyelenggaraan program-program unggulan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Menyatukan Berbagai Gagasan dan Kepentingan Warga Sekolah

Sekolah merupakan organisasi yang terdiri atas individu dengan latar belakang, pengalaman, pandangan, dan kepentingan yang beragam. Keberagaman tersebut dapat menjadi kekuatan dalam pengembangan sekolah apabila dikelola dengan baik, namun juga dapat menjadi sumber konflik apabila tidak terdapat kesamaan visi dan tujuan.

Dalam konteks sekolah, perbedaan gagasan sering muncul dalam proses perencanaan program, pengambilan keputusan, maupun pelaksanaan kegiatan pendidikan. Setiap warga sekolah memiliki pandangan yang berbeda mengenai prioritas dan strategi pengembangan sekolah. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan kepemimpinan yang mampu mengintegrasikan berbagai aspirasi menjadi keputusan yang dapat diterima bersama.

Sudarwan Danim dan Suparno menjelaskan bahwa kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan harus mampu membangun komunikasi

yang efektif, menciptakan suasana kerja yang kondusif, serta mengembangkan budaya musyawarah dalam pengambilan keputusan. Kemampuan tersebut diperlukan untuk menciptakan keselarasan antara kepentingan individu dan tujuan organisasi.⁶²

Dengan demikian, upaya menyatukan berbagai gagasan dan kepentingan warga sekolah merupakan bagian penting dari manajemen sekolah yang efektif guna menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

4. Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan masyarakat merupakan modal sosial yang sangat penting bagi keberlangsungan lembaga pendidikan. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui pengalaman masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan, reputasi sekolah, serta kemampuan sekolah dalam memenuhi harapan para pemangku kepentingan.

Kepercayaan masyarakat tidak dapat diperoleh secara instan, melainkan dibangun melalui proses yang panjang dan konsisten. Mulyasa menegaskan bahwa sekolah yang mampu menunjukkan mutu pendidikan secara berkelanjutan akan memperoleh legitimasi dan kepercayaan dari masyarakat.⁶³

Dalam perspektif kepemimpinan pendidikan, kepala sekolah berperan sebagai representasi lembaga yang bertanggung jawab menjaga reputasi sekolah di mata masyarakat. Oleh karena itu, setiap

⁶² Danim, Sudarwan & Suparno. (2019). Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kekepalasekolahan. Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 72.

⁶³ Mulyasa, E. (2017). Menjadi Kepala Sekolah Profesional. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 178.

kebijakan dan program yang dijalankan perlu berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan dan kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan.

G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini dirancang untuk menjelaskan hubungan antara peran kepala sekolah dan *personal branding*. Dasar logikanya adalah sebagai berikut:

1. Kepala sekolah sebagai pemimpin strategis memiliki gaya kepemimpinan tertentu yang memengaruhi cara mereka menjalankan peran dalam organisasi sekolah.
2. Peran kepala sekolah (manajerial, pedagogik, inovatif, sosial) merupakan manifestasi konkret dari kepemimpinan.
3. Pelaksanaan peran yang efektif akan membentuk *personal branding* kepala sekolah, yakni citra, reputasi, dan persepsi publik terhadap kepala sekolah.
4. *Personal branding* yang kuat pada gilirannya dapat memperkuat citra sekolah, meningkatkan kepercayaan stakeholder, dan memperkuat legitimasi kepemimpinan.

Tabel 2.1
Kerangka Berfikir

Variabel	Indikator/aspek	Hubungan
Kepemimpinan Kepala Sekolah	-Gaya kepemimpinan (transformasional, situasional, manajerial) -Kemampuan komunikasi	Mempengaruhi cara kepala sekolah menjalankan peran dalam organisasi

	-Visi dan misi yang jelas -Integritas	
Peran Kepala Sekolah	- Peran manajerial (pengelolaan SDM, keuangan, sarana-prasarana) - Peran pedagogik (pengawasan pembelajaran, pengembangan kurikulum) - Peran inovatif (inovasi program, kebijakan baru) - Peran sosial (interaksi dengan masyarakat, orang tua)	Merupakan manifestasi nyata dari kepemimpinan; menjadi dasar pembangunan <i>personal branding</i>
<i>Personal branding</i> Kepala Sekolah	Citra diri (<i>self-image</i>) Nilai unik (<i>unique value</i>) - Reputasi profesional - Konsistensi tindakan dan komunikasi	Terbentuk dari peran dan kepemimpinan; memengaruhi persepsi publik terhadap kepala sekolah dan sekolah
Dampak / <i>Outcome</i>	- Peningkatan citra Sekolah	<i>Personal branding</i> yang kuat mendukung

	- Kepercayaan stakeholder (guru, siswa, orang tua, masyarakat) - Legitimasi dan pengaruh kepemimpinan	reputasi sekolah dan Efektivitas Kepemimpinan
--	--	--

Tabel 2.1 Tabel Kerangka Berpikir

H. Penelitian Relevan

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang yang diteliti maka diperlukan mengkaji penelitian yang relevan terhadap skripsi yang peneliti teliti. Penelitian relevan ini untuk mengetahui apakah objek yang kita teliti sudah pernah di teliti oleh orang lain sebelumnya. Jika ada yang pernah diteliti maka dengan ini kita bisa mengetahui perbedaan dan persamaan antara penelitian kita dengan penelitian kita dengan lainnya, baik itu yang berbentuk skripsi, tesis, disertai, jurnal, dan literatur lainnya.

Adapun yang peneliti temukan dari segi penelitian terkait *personal branding* kepala sekolah lebih mengarah ke citra sekolah melalui budaya sekolah dan lebih ke personal guru. Berbeda dengan apa yang peneliti bahas karena pembahasan yang peneliti lakukan adalah Peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah Kreatif SMP Aisyiyah . Sedangkan peneliti lain membahas dari sisi yang berbeda. Seperti :

1. Jurnal yang ditulis oleh Abidin, L.L. Abdul Muhyi; Muslim, Bukhori; Suryati, Desi yang berjudul Strategi Kepala MAN 1 Lombok Timur dalam Melakukan *Personal branding* “Madrasah Berprestasi” melalui Media

Sosial. Dalam jurnal yang ditulis lebih memfokuskan *personal branding* yang digunakan kepala sekolah untuk memperkuat citra madrasah di media sosial⁶⁴.

2. Jurnal yang ditulis, Niko Perdana & Mohammad Zakki Azzani yang berjudul *The Role of the Principal in Improving School Branding SMP Muhammadiyah 2 Kartasura* dalam jurnal lebih memfokuskan menunjukkan kepala sekolah berperan dalam memastikan akun media sosial sekolah berjalan aktif, menjaga komunikasi dengan orang tua, alumni, serta membangun citra positif sekolah⁶⁵.
3. Jurnal yang ditulis Putri, Alantika; Yuniani, Hani; Meliala, Robbikal M. yang berjudul *Personal branding Pimpinan SD Islam Al Ikhlas* dalam Mempertahankan Citra Sekolah lebih lanjut fokus pembahasan *Personal branding* pimpinan sekolah dalam mempertahankan citra lembaga⁶⁶.

⁶⁴ Abidin, L.L. Abdul Muhyi; Muslim, Bukhori; Suryati, Desi., *Strategi Kepala MAN 1 Lombok Timur dalam Melakukan Personal branding "Madrasah Berprestasi" melalui Media Sosial..*"(Jurnal Santiaji Pendidikan, vol 12 no.2 2022).

⁶⁵ Niko Perdana & Mohammad Zakki Azzani *The Role of the Principal in Improving School Branding SMP Muhammadiyah 2 Kartasura* (jurnal Manajemen Pendidikan Islam, vol 8 no.1 2025).

⁶⁶ Putri, Alantika; Yuniani, Hani; Meliala, Robbikal M., "*Personal branding Pimpinan SD Islam Al Ikhlas dalam Mempertahankan Citra Sekolah*"(Jurnal Al-miraj vol 3 no1 2024)

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif untuk mendapatkan data yang relevan tentang masalah penelitian ini. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan lainnya secara holistik dengan cara mendeskripsikannya pada suatu konteks kasus dengan memanfaatkan metode yang alamiah.

Metode penelitian kualitatif dapat digunakan dalam berbagai bidang ilmu, seperti sosiologi, antropologi, psikologi, pendidikan, dan sebagainya. Penelitian kualitatif memprioritaskan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Fokus pada makna dan konteks adalah komponen penting dari metode ini⁶⁷. Penelitian ini merupakan hal yang dapat dilakukan dalam ilmu-ilmu social, Dimana penelitian dilaksanakan dengan orisinal.⁶⁸

Metode deskripsi kualitatif adalah cara untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang sebenarnya terjadi. Dalam penelitian ini penulis berusaha menggambarkan data sebagaimana adanya yang sesuai dengan fenomena yang ada sekarang kemudian di deskripsikan

⁶⁷Amtai alasan et al, Penelitian Metode Kualitatif 2023, <https://osf.io/preprints/thesiscommons/smrh>.

⁶⁸ M.Yanto dan Irwan Fathurrocha, “Manajemen Kebijakan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan,” *Jurnal Konseling Dan Pendidikan* 7, no. 3 (2019), h.123-130. DOI :<https://doi.org/10.29210/138700>

sebagaimana adanya. Secara konseptual, penelitian deskriptif berfungsi untuk menjelaskan kondisi saat ini atau mendeskripsikan gejala, peristiwa, atau kejadian yang terjadi saat ini.

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk menjelaskan masalah sehingga orang dapat memperbaikinya jika diperlukan. Penelitian deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan kondisi saat ini tanpa mempengaruhi peneliti sehingga dapat dilakukan perubahan dan upaya untuk memecahkan masalah pendidikan yang nyata⁶⁹.

Untuk memberikan suatu gambaran mengenai kondisi dan keadaan yang sebenarnya secara terperinci dan lebih akurat serta aktual yang terkait dengan masalah penelitian yang dilakukan. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya sebagai peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui bagaimana peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif SMP Aisyiyah.

B. Subjek Penelitian

Subjek termasuk dalam objek yang akan dipelajari. Menurut Moleong menggambarkan subjek penelitian sebagai informan, yang berarti mereka yang memberikan informasi tentang keadaan, situasi, dan kondisi tempat penelitian⁷⁰. Sesuai dengan pemahaman ini, subjek atau informan adalah bagian dari objek penelitian secara keseluruhan.

⁶⁹ F Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah, "Cendikia Pendidikan," Cendikia Pendidikan 2, no. 5 (2023): 1020, <https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/769>.

⁷⁰ Dewi Mayang Sari, "Dewi Mayang Sari," 2022.

Penelitian ini melibatkan Kepala Sekolah, Waka Kurikulum dan guru sebagai subjek yang akan berkonsentrasi pada penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

C. Jenis Data

Jenis data segala sesuatu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan termasuk data primer dan data sekunder⁷¹.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber utama informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti selama proses penelitian.⁵⁵ Data primer dalam penelitian ini di pilih dengan menggunakan teknik *Snowball* sampling, metode pengambilan sampel non-probabilitas dalam penelitian kualitatif. Dimulai dengan jumlah responden yang lebih kecil, dan kemudian meningkat secara bertahap seperti bola salju menggelinding karena responden menyarankan orang lain untuk mengikuti kriteria penelitian⁷².

Menurut Sugiyono, *snowball* sampling adalah metode pengambilan sumber data yang dimulai dengan sampel kecil, kemudian meningkat karena data awal tidak memadai dan mencari informan lain melalui referensi yang ada⁷³. Pada penelitian ini informan awal adalah Kepala

⁷¹ Mochamad Nashrullah et al., Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data), Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data), 2023, <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>.

⁷² Meita Sekar Sari and Muhammad Zefri, "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura," *Jurnal Ekonomi* 21, no. 3 (2019): 311.

⁷³ Suprayogo, Imam, and Tobroni, "Metodelogi Penelitian Agama," *Metodologi Penelitian*, 2014, 102.

Sekolah di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong (Bapak Indra Rahmtululah.S.Pd.,S.Si.,Gr Kemudian kepala sekolah menyarankan pertanyaan juga di tanyakan ke wakakurikulum (Ibuk Yuliana. S.Hut., M.Pd) dan guru pengajar di sekolah kreatif smp aisyiyah Rejang Lebong. (Bapak Ezaylansyah.S.Pd.,Gr)

Wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi responden pertama yang mudah diakses dan memenuhi kriteria. Kemudian, wawancara dilanjutkan untuk meminta referensi dari 2-5 orang lain yang terkait dengan topik tersebut. Setiap responden baru diwawancarai dan diminta referensi serupa hingga saturasi data selesai. Varian linear (satu referensi per responden), eksponensial nondiskriminatif (banyak referensi tanpa filter ketat), dan eksponensial diskriminatif adalah varian teknik ini⁷⁴.

2. Data Sukender

Data sekunder merupakan data yang penting untuk melengkapi data primer, agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Data sekunder ini dapat di ambil dari literatur (bahan keperpustakaan), internet, buku dan lain- lain.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data ada tiga tahapan yaitu, sebagai berikut:

1. Observasi

⁷⁴ Nurdiani, d. (2014). Teknik *Snowball* Sampling. Yogyakarta: Penerbit *Deepublish*, hlm. 45-47. Diakses 15 Desember 2025.

Observasi adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti melihat langsung fenomena, perilaku, atau objek di lapangan tanpa intervensi peneliti. Ini memungkinkan peneliti mencatat secara sistematis dan akurat apa yang mereka lihat di dunia nyata⁷⁵.

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa observasi adalah peninjauan menyeluruh terhadap keadaan, objek, atau peristiwa yang diteliti, dengan hasilnya ditulis secara menyeluruh dalam laporan⁷⁶. Peneliti dalam penelitian ini melakukan pengamatan dan pengumpulan data secara langsung dari lapangan. Saat berada di lapangan, peneliti membuat "catatan", dan setelah kembali ke rumah, mereka membuat "catatan lapangan".

Observasi ditunjukan kepada subjek yang diteliti dengan mengamati secara langsung peram kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp Aisyiyah.

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara sering digunakan untuk mendapatkan data yang lebih subjektif dan detail, seperti pandangan, pengalaman, dan perasaan responden. Metode wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden dan memungkinkan peneliti untuk mengajukan

⁷⁵ Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, hlm. 124. Diakses 15 Desember 2025

⁷⁶ Ika Lenaini. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan *Snowball Sampling*. Palembang: Journal Ummat.ac.id, hlm. 5-7. Diakses 15 Desember 2025.

pertanyaan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang subjek yang diteliti⁷⁷. Stewart dan Cash (2000) menyatakan wawancara adalah bentuk komunikasi interaktif antara dua orang dengan tujuan tertentu, biasanya dengan pertanyaan dan jawaban. Kerlinger (1992) menyatakan bahwa wawancara dilakukan secara langsung dengan orang lain untuk mendapatkan jawaban atas masalah penelitian⁷⁸.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan atau proses sistematis untuk menyediakan, mencatat, mengkategorikan, dan menyebarkan berbagai dokumen yang berisi informasi dalam bentuk tulisan, foto, video, dan lain-lain. Dokumentasi berfungsi sebagai arsip yang dapat diakses oleh pengguna yang berkepentingan dan sebagai sumber bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber⁷⁹.

Paul Otlet menyatakan bahwa dokumentasi secara historis terdiri dari tindakan yang mencakup pengumpulan, penyusunan, penyimpanan, penemuan kembali, dan penyebaran dokumen dalam berbagai aspek aktivitas manusia. Sulistyono-Basuki juga mengembangkan definisi dokumentasi, membaginya menjadi definisi yang berkaitan dengan kepustakawanan dan yang tidak.

⁷⁷ Wawancara dan Kuesioner, "Teknik Pengumpulan Data" 3, no. 1 (n.d.): 39–47.

⁷⁸ Putri Adinda Pratiwi et al., "Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL," *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 1 (2024): 133–49.

⁷⁹ M Fairuzabadi, "Teknik Wawancara," <https://Fairuzelsaid.Upy.Ac.Id/Mpti/Teknik-Wawancara/>, 2021.

Definisi ini menekankan peran dokumentasi dalam pengadaan, pengolahan, penyusunan, penerbitan, dan penyebaran dokumen⁸⁰.

E. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain⁸¹.

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan .

2. Reduksi Data

Menurut Sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal -hal yang pokok yang penting, dicari tema polanya dan

⁸⁰ Amitha Shofiani Devi et al., “Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas,” *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2024): 66–78, <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387>.

⁸¹ Hajar Hasan, “Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri,” *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)* 2, no. 1 (2022): 23–29, <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.

membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan⁸².

3. Display Data

Menurut Amailes dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif. Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksi kedalam laporan secara sistematis⁸³. Data disajikan dalam bentuk narasi berupa peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp Aisyiyah.

4. Pengambilan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan huberman yang dikutip oleh Sugiyon adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal , tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah

⁸² Masfi Sya'fiatul Ummah, "Analisis Struktur Kovarians mengenai Indikator Terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada perasaan sehat Subjektif," Sustainability(Switzerland)11,no.1(2019):1–14,
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

⁸³ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif", dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).

dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilapangan⁸⁴.

F. Instrumen Penelitian

Metode utama pengumpulan data kualitatif adalah wawancara, yang memungkinkan peneliti dan informan untuk berbicara secara terstruktur untuk mendapatkan informasi lebih mendalam. Dengan melakukan wawancara dengan individu yang mewakili sebagian besar populasi, klarifikasi langsung atas pertanyaan yang ambigu dapat dicapai. Metode ini sering menggunakan panduan wawancara, atau panduan wawancara, bersama dengan alat bantu seperti dokumentasi untuk keakuratan sebuah penelitian.

Sugiyono mendefinisikan wawancara sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan penelitian melalui tanya jawab mendalam, ideal untuk studi kualitatif yang membutuhkan eksplorasi ide responden. Menurut Kerlinger, wawancara adalah situasi berhadapan muka di mana pewawancara mengajukan pertanyaan dirancang untuk jawaban relevan dengan masalah riset. Esterberg menyebutnya sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab, menekankan interaksi interpersonal⁸⁵.

⁸⁴ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).hlm 338.

⁸⁵ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).hlm 341

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Sekolah Kreatif SMP Aisiyah

SMP Kreatif ‘Aisiyah Rejang Lebong merupakan salah satu lembaga pendidikan tingkat menengah pertama yang berdiri di bawah naungan Pimpinan Daerah ‘Aisiyah Kabupaten Rejang Lebong, organisasi otonom perempuan Muhammadiyah yang bergerak dalam bidang dakwah, sosial, dan pendidikan. Pendirian sekolah ini berawal dari keinginan kuat ‘Aisiyah untuk menghadirkan lembaga pendidikan yang mampu memadukan nilai-nilai Islam dengan kreativitas dan inovasi dalam proses pembelajaran.

Pembangunan sekolah ini dimulai dengan menyiapkan sarana dan prasarana belajar yang memadai, meliputi ruang kelas, kantor guru, mushola, serta area kegiatan siswa. Sekolah ini beralamat di Jalan KH Ahmad Dahlan No. 71, Kelurahan Talang Rimbo Baru, Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, dengan lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta berada di lingkungan masyarakat yang religius dan mendukung kegiatan pendidikan Islam.

Lahan sekolah merupakan bagian dari amal usaha ‘Aisiyah yang dikelola secara langsung oleh jajaran pengurus daerah ‘Aisiyah Rejang Lebong. Sebagai sekolah berbasis Islam, SMP Kreatif ‘Aisiyah menanamkan nilai-nilai Ahlusunnah wal Jama’ah dengan

pendekatan pendidikan khas Muhammadiyah–‘Aisyiyah, yaitu menyeimbangkan antara kecerdasan intelektual, spiritual, dan sosial.

SMP Kreatif ‘Aisyiyah Rejang Lebong resmi berdiri pada tahun 2014, setelah terbitnya Surat Keputusan Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Rejang Lebong pada 21 April 2014, serta memperoleh izin operasional dari Dinas Pendidikan Kabupaten Rejang Lebong melalui SK No. 421.2/3033.I/DS/DISDIK/2014 tanggal 30 Agustus 2014. Sejak awal berdiri, sekolah ini telah menampung lebih dari dua ratus siswa dan terus mengalami perkembangan pesat hingga saat ini.

Tujuan utama pendirian SMP Kreatif ‘Aisyiyah Rejang Lebong adalah untuk membentuk generasi muda yang cerdas, mandiri, kreatif, dan berakhlakul karimah. Dengan program unggulan full day school, kegiatan pembinaan keislaman, serta pengembangan kreativitas dan kepemimpinan siswa, sekolah ini menjadikan visinya sebagai lembaga pendidikan Islam modern yang mampu mencetak generasi CENDIKIA (Cerdas, Mandiri, Kreatif, Islami ‘Aisyiyah) sebagai landasan utama dalam melahirkan peserta didik yang unggul dan berdaya saing tinggi di masa depan.

Berikut data riwayat pergantian kepala sekolah di SMP ‘Aisyiyah Kabupaten Rejang Lebong berdasarkan dokumen penelitian dan data sekolah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Data riwayat pergantian kepala sekolah

No	Nama Masa	Jabatan / Tahun
1	Hj. Elva Novianty, S.H, S.Pd, M.Pd	2014 – 2015
2	Roylawati, S.Pd	2015 – 2016
3	Hj. Elva Novianty, S.H, S.Pd, M.Pd	2016 – 2017
4	Khairani, S.Pd	2017 – 2020
5	Yuliana, S.Hut., M.Pd	2020 – 2024
6	Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd., S.i., Gr	2025 – sekarang

Saat ini, SMP 'Aisyiyah Rejang Lebong merupakan salah satu sekolah swasta yang aktif dalam meningkatkan mutu pendidikan melalui berbagai program pengembangan, baik akademik maupun non-akademik. Sekolah ini memiliki fokus pada pembentukan karakter, literasi, dan integrasi pendidikan berbasis nilai-nilai Islam yang dipadukan dengan kurikulum nasional. Lingkungan belajar yang kondusif, disiplin yang kuat, serta budaya religius menjadi ciri khas sekolah dalam menjalankan kegiatan pembelajaran sehari-hari.

Kepemimpinan sekolah terus mengalami peningkatan, dan pada periode terbaru, kepala sekolah bersama seluruh tenaga pendidik berupaya memperkuat manajemen sekolah, termasuk peningkatan kompetensi guru melalui pelatihan dan workshop. Sekolah juga aktif melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, seni, olahraga, tahfidz, dan program pengembangan kreativitas lainnya. Selain itu,

fasilitas belajar terus diperbarui untuk mendukung kegiatan pembelajaran sesuai tuntutan pendidikan modern.

Secara keseluruhan, kondisi SMP ‘Aisyiyah saat ini menunjukkan perkembangan positif baik dari segi kualitas pembelajaran, manajemen, maupun partisipasi masyarakat. Sekolah terus berupaya mempertahankan identitasnya sebagai lembaga pendidikan Islam yang kreatif, inovatif, dan berkomitmen mencetak generasi yang berakhlak mulia. Dengan dukungan guru, orang tua, dan masyarakat, SMP ‘Aisyiyah menjadi salah satu pilihan sekolah yang terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata bagi dunia pendidikan di Kabupaten Rejang Lebong.

2. Identitas Sekolah Kreatif SMP Aisyiah

1. Nama Sekolah : Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah
2. No. Statistik Sekolah / NPSN : 69856224
3. Tipe Sekolah : A
4. Alamat Sekolah :
 Kecamatan : Curup Tengah
 Kabupaten : Rejang Lebong
 Provinsi : Bengkulu
5. Telepon/HP/Fax : -
6. Email : sekolahkreatif89@gmail.com
7. Nama Kepala Sekolah : Indra Rahmatul’ula, S.Pd, Si, Gr
 Telp/HP : -
8. Kategori Sekolah : -

9. Status Sekolah : Swasta
10. Th. didirikan/Th. Beroperasi : 21 April 2014
11. Nilai Akreditasi Sekolah : A
12. Kepemilikan Tanah/Bangunan : Negara

3. Visi dan Misi Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah

a. Visi Sekolah

“Terwujudnya peserta didik yang CENDIKIA (Cerdas, Mandiri, Kreatif, dan Islami ‘Aisyiyah) yang berakhlakul karimah, berprestasi, serta mampu menghadapi tantangan zaman dengan berlandaskan nilai-nilai keislaman dan kemuhammadiyahannya.”

b. Misi Sekolah

Untuk mewujudkan visi tersebut, SMP Kreatif ‘Aisyiyah Rejang Lebong menetapkan beberapa misi utama sebagai berikut:

- 1) Menciptakan gerakan dakwah yang mencerahkan menuju generasi Islam berkemajuan.
- 2) Menciptakan profil pelajar Pancasila yang beriman, mandiri, bernalar kritis, kreatif, gotong royong dan kebhinekaan global.
- 3) Menciptakan pembelajaran yang menyenangkan dan berkarakter yang mampu memfasilitasi pelajar sesuai bakat dan minatnya.
- 4) Meningkatkan manajemen satuan pendidikan yang adaptif, berkarakter, dan menjamin mutu sekolah.

- 5) Menciptakan lingkungan sekolah sebagai sarana pengembangan intelektual, sosial, emosional, ketrampilan, dan pengembangan budaya lokal dalam kebhinekaan global.
- 6) Menjamin hak belajar yang sama setiap pelajar termasuk pelajar yang berkebutuhan khusus (inklusi) dalam proses pembelajaran yang menjunjung nilai profil pelajar pancasila.
- 7) Menciptakan partisipasi aktif orang tua dan masyarakat dalam keberagaman yang mewadahi dan memotivasi kreatifitas pelajar menuju jiwa kompetitif.
- 8) Menggali dan mengembangkan jiwa enterpreneur dengan program life skill (keahlian khusus) pelajar.
- 9) Melaksanakan dan membiasakan lingkungan belajar yang berbasis IT menuju pembelajaran di era 4.0

c. Tujuan Sekolah

Tujuan yang ingin dicapai SMP Aisyiyah sebagai bentuk untuk mewujudkan visi sekolah yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut :

- 1) Merancang pembelajaran yang mengedepankan ciri khas sekolah dan daerah dalam nuansa kebhinekaan global yang harmonis.
- 2) Membentuk peserta didik yang memiliki kemampuan daya saing, berkarakter, berprestasi dan memiliki pribadi yang beriman, serta saling menghargai perbedaan dan mencintai lingkungan dan bangsanya.

- 3) Menghasilkan lulusan yang mampu mengimplementasikan Profil Pelajar Pancasila dalam kehidupan nyata.
- 4) Menjadi pemimpin bagi diri dan temannya untuk menjadi pribadi yang bernalar kritis, tangguh, percaya diri dan bangga dalam kegotong - royongan.
- 5) Menguasai kecakapan dalam berkomunikasi sosial dan berjiwa kompetitif, kreatif dan mandiri yang tetap menjunjung budaya lokal.
- 6) Mempunyai life skill (keahlian khusus) yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.
- 7) Menjadikan sekolah sebagai tempat untuk mengembangkan proses perkembangan intelektual, emosional, sosial, ketrampilan dan tumbuh kembang peserta didik sesuai tingkat kemampuan dan kondisi masing masing peserta didik yang mengedepankan nilai gotong royong.
- 8) Menjadikan masyarakat dan orang tua sebagai mitra bersama dalam menjalankan penyelenggaraan pendidikan sekolah.

d. Keadaan Guru, Siswa dan Kepengurusan

Tabel 4.2

Data Guru Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah

NO	NAMA	NP	JABATAN
1	Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Si, Gr	042014012018020	Kepala Sekolah
2	Yuliana, S.Hut, M.Pd	042014082020023	Waka Kurikulum

3	Junaidi, S.Sos	042014072014001	Bendahara
4	Oktarina, M.Pd	042012072014005	Waka Kesiswaan
5	Rika Afriani, S.Pd	042014092014009	Waka Sarpras
6	Elia Okta Dianti, A.Md	042014012024031	Tata Usaha
7	Meisi Vusparia, A.Md	042014102019025	Tata Usaha
8	Reno Isfantomi, S.Pd, Gr	042014112022029	Wali Kelas
9	Elpi Maryani, S.Pd.I, Gr	042014082017019	Guru Mapel
10	Reta Chaseria, S.Pd, Gr	042014012019022	Wali Kelas
11	Moh Lukman Hakim, M.Pd	042014112022027	Wali Kelas
12	Yuli Latifah, M.Pd	042014072014004	Wali Kelas
13	Zaylansyah, S.Pd	042014112022028	Guru Mapel
14	Anggita Amade Salsa	-	Tenaga Kependidikan
15	Irmaning Rahayu, M.Pd	-	Guru Mapel
16	Riski Yadi, S.Ag	-	Wali Kelas
17	Andriyani, S.Pd	-	Wali Kelas
18	Nabila Aprialdasari, S.Pd,Gr	-	Guru Mapel
19	Kusnanto	-	Satpam
20	Nilawati	-	Cs

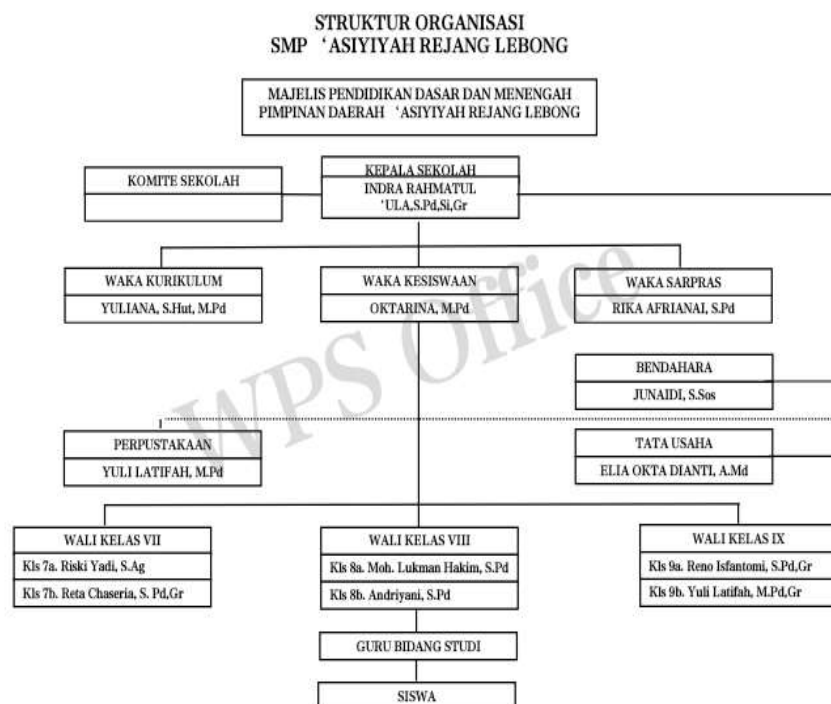
Sumber Data : Dokumentasi Guru Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Tahun 2026

Tabel 4.3
Data Siswa/Siswi SMP Aisyiyah Rejang Lebong

No	Kelas	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kelas VII A	15	-	15
2	Kelas VII B	-	29	29
3	Kelas VIII A	30	-	30
4	Kelas VIII B	-	20	20
5	Kelas IX A	30	-	30
6	Kelas IX B	-	22	22
Jumlah		146		

Sumber Data : Dokumentasi Siswa/Siswi Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Tahun 2026

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong



Sumber Data : Dokumentasi Struktur Organisasi Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Tahun 2026

e. Keadaan Sarana dan Prasarana Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah

Tabel 4.4**Sarana dan Prasarana Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong**

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Ruang Kelas	6
2.	Ruang Kepala Sekolah	1
3.	Ruang Guru	1
4.	Ruang TU	1
5.	Ruang BK	1
6.	Ruang OSIS	1
7.	Ruang UKS	1
8.	Ruang Perpustakaan	1
9.	Ruang Penjaga Sekolah/Post satpam	1
10.	Masjid/Musholla	1
11.	WC	7
12.	Gudang	2
13.	Laboratorium Komputer	1
14.	Komputer	9
15.	Chromebook	13
16.	Printer	4
17.	Alat Olahraga	1 set
18.	Lapangan Upacara	1
19.	Tempat Parkir	1
20.	Kantin	3

Sumber Data : Dokumentasi Saran dan Prasarna Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Tahun 2026

B. Hasil Penelitian

Pada Bab IV peneliti akan menguraikan hasil penelitian yang berupa informasi mengenai peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong. Dalam penelitian ini informan yang diambil sebanyak 3 orang. Keseluruhan informan yang di pilih adalah kepala sekolah, guru, dan waka kurikulum Sekolah kreatif SMP Aisyiyah. Berikut ini hasil wawancara peneliti dengan kepala sekolah, guru dan waka kurikulum.

1. Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong.

Dalam dunia pendidikan yang terus berkembang, kepala sekolah tidak lagi hanya dipandang sebagai pengelola administrasi sekolah, tetapi juga sebagai figur pemimpin yang mampu membangun citra dan identitas lembaga pendidikan secara positif di tengah masyarakat. *Personal branding* kepala sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepercayaan publik, meningkatkan kualitas sekolah, serta membangun budaya sekolah yang unggul dan berkarakter. Melalui kemampuan kepemimpinan, komunikasi, inovasi, dan keteladanan, kepala sekolah dapat membentuk identitas sekolah yang khas sehingga mampu menarik perhatian masyarakat dan menciptakan daya saing lembaga pendidikan.

Pada konteks Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong, peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* terlihat melalui berbagai strategi dan upaya yang dilakukan untuk

menampilkan citra sekolah yang kreatif, religius, dan inovatif. Kepala sekolah tidak hanya berperan sebagai pengambil kebijakan, tetapi juga sebagai *Edukator, Manager, Administrator, Supervisor, Leader, Innovator*, dan *Motivator*.

a. Kepala Sekolah sebagai *Educator* (Pendidik)

Sejalan dengan apa yang peneliti dapatkan dari hasil data yang di dapat di lokasi penelitian dengan salah satu informan bapak Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd., S.i., Gr selaku kepala sekolah mengungkapkan.

“Kepala sekolah berperan dalam meningkatkan kompetensi guru melalui berbagai upaya pengembangan profesional, seperti mengadakan pelatihan, *workshop*, dan seminar pendidikan, serta mendorong guru untuk aktif mengikuti program pengembangan kompetensi. Selain itu, kepala sekolah juga melaksanakan supervisi akademik guna membina, mengarahkan, dan meningkatkan kualitas proses pembelajaran yang dilakukan guru di sekolah”⁸⁶.

Hal ini senada dengan apa yang di sampaikan bapak Zaylansyah, S.Pd,Gr selaku guru informatika mengatakan.

“Kepala sekolah selalu memberikan dukungan kepada kami untuk meningkatkan kompetensi sebagai guru, seperti mengikutsertakan dalam pelatihan, *workshop*, dan seminar pendidikan. Selain itu, kepala sekolah juga rutin melakukan supervisi akademik sehingga kami mendapatkan arahan dan masukan untuk memperbaiki kualitas pembelajaran di kelas”.⁸⁷

Serta hal ini juga di dukung oleh ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd, selaku waka kurikulum menjelaskan.

“Kepala Sekolah mengadakan supervisi pembelajaran secara berkala tiap 2 kali per semester.mengharuskan

⁸⁶ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

⁸⁷ Wawancara, Guru Zaylansyah, S.Pd. Gr, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

bapak/ibu guru menyusun perangkat ajar yang inovatif kemudian melaksanakan praktik baik setiap hari jum'at".⁸⁸

Peran kepala sekolah dalam penyusunan program sekolah tidak dilakukan secara sepihak, melainkan melalui musyawarah dan analisis kebutuhan sekolah agar program yang dirancang sesuai dengan kondisi serta tujuan pendidikan yang ingin dicapai. Dipertegas dengan apa yang di katakan bapak kepala sekolah Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd., S.i., Gr.

"Melakukan analisis kebutuhan sekolah dengan wakil kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, serta komite sekolah. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan tujuan, menyusun program prioritas sekolah, menentukan jadwal pelaksanaan, merancang anggaran, serta target yang ingin dicapai sesuai visi dan misi sekolah tiap tahun."⁸⁹

Lebih lanjut kepala sekolah menjelaskan terkait peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah, kepala sekolah mengungkapkan.

"Peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah sangat penting karena kepala sekolah menjadi figur utama yang mencerminkan identitas, karakter, dan citra sekolah di mata masyarakat. *Personal branding* tidak hanya berkaitan dengan pencitraan semata, tetapi juga bagaimana kepala sekolah menunjukkan kualitas kepemimpinan, profesionalisme, kemampuan komunikasi, serta nilai-nilai positif yang mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah."⁹⁰

Hal senada disampaikan oleh ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd,

"Sebagai pemimpin pendidikan, kepala sekolah berperan dalam menciptakan identitas sekolah yang unggul melalui

⁸⁸Wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

⁸⁹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

⁹⁰ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

visi, misi, dan program-program sekolah yang khas. Kepala sekolah juga berfungsi sebagai motivator yang mampu membangun budaya sekolah yang disiplin, kreatif, inovatif, dan berprestasi sehingga sekolah memiliki ciri khas yang membedakannya dari sekolah lain.”⁹¹

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa kepala sekolah secara rutin melakukan supervisi akademik dan memberikan pembinaan kepada guru. Upaya tersebut berdampak pada peningkatan kualitas pembelajaran yang pada akhirnya memperkuat citra positif sekolah di masyarakat.

b. Peran Kepala Sekolah sebagai Manager dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

Dalam konteks manajemen pendidikan, kepala sekolah tidak hanya bertugas mengelola administrasi sekolah, tetapi juga bertanggung jawab dalam merancang strategi pengembangan sekolah yang berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan dan penguatan citra lembaga. Melalui fungsi manajerial yang dijalankan secara efektif, kepala sekolah mampu mengarahkan seluruh komponen sekolah untuk bekerja sama mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Hal ini menjadi salah satu upaya penting dalam membangun *personal branding* sekolah karena citra sekolah yang positif tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses pengelolaan yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, peneliti memperoleh informasi bahwa perencanaan program sekolah dilakukan

⁹¹ Wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

dengan melibatkan berbagai unsur yang ada di sekolah. Kepala sekolah mengungkapkan.

“Perencanaan program sekolah dilakukan melalui analisis kebutuhan bersama waka kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, dan komite sekolah. Program yang disusun disesuaikan dengan visi dan misi sekolah serta target yang ingin dicapai.”⁹²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kepala sekolah menerapkan prinsip manajemen partisipatif dalam proses perencanaan program sekolah. Keterlibatan berbagai pihak dalam penyusunan program menunjukkan adanya upaya untuk mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi seluruh warga sekolah. Dengan demikian, program yang dirancang tidak hanya berorientasi pada pencapaian target akademik, tetapi juga mendukung pengembangan karakter sekolah yang menjadi identitas dan keunggulan lembaga pendidikan.

. Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh salah satu guru untuk mendapatkan data yang lebih akurat guru tersebut menyampaikan.

“Kepala sekolah selalu melibatkan guru dalam proses perencanaan program sekolah. Sebelum program ditetapkan, kami biasanya mengikuti rapat bersama untuk memberikan masukan terkait kebutuhan peserta didik dan pengembangan sekolah. Dengan adanya keterlibatan tersebut, program yang dijalankan menjadi lebih terarah dan sesuai dengan kondisi sekolah. Program-program unggulan yang dibuat juga mampu meningkatkan citra positif sekolah di mata masyarakat.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa kepala sekolah telah menerapkan prinsip kolaboratif dalam menjalankan fungsi

⁹² Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

manajerialnya. Keterlibatan guru dalam proses perencanaan memberikan dampak positif terhadap tingkat partisipasi dan komitmen guru dalam melaksanakan program sekolah. Selain itu, keterbukaan kepala sekolah terhadap berbagai masukan juga mencerminkan kemampuan kepemimpinan yang demokratis dan partisipatif.

Lebih lanjut guru tersebut menambahkan.

“Program-program yang dirancang oleh kepala sekolah selalu memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Setiap kegiatan yang dilaksanakan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan prestasi siswa, tetapi juga untuk memperkenalkan keunggulan sekolah kepada masyarakat. Contohnya melalui program penguatan karakter, kegiatan literasi, berbagai lomba akademik maupun nonakademik, serta kegiatan keagamaan yang menjadi identitas sekolah. Program-program tersebut secara tidak langsung membentuk citra positif sekolah di mata masyarakat.”⁹³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa program sekolah yang dirancang oleh kepala sekolah tidak hanya berorientasi pada aspek internal sekolah, tetapi juga diarahkan untuk membangun persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Keberhasilan program-program tersebut menjadi salah satu instrumen penting dalam membentuk *personal branding* sekolah karena masyarakat dapat mengenali karakteristik dan keunggulan sekolah melalui berbagai kegiatan yang dilaksanakan.

Hal serupa juga diungkapkan oleh waka kurikulum ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd, menengaskan bahwa.

“Kepala sekolah memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola program sekolah. Setiap awal tahun pelajaran

⁹³ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

kami melakukan evaluasi terhadap program yang telah berjalan, kemudian menyusun program baru berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Kepala sekolah selalu mengarahkan agar setiap program yang dirancang memiliki keterkaitan dengan visi dan misi sekolah. Selain itu, beliau juga memastikan bahwa setiap program memiliki indikator keberhasilan yang jelas sehingga mudah dievaluasi.”⁹⁴

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya berbagai program unggulan yang menjadi identitas sekolah, seperti program wisuda tahfidz, program *fun learning*, manasik haji, *outdoor activity*, sketsa *lifeskill training*, sholat duha dan tahfidzul Qur'an, sketsa *real teaching*, dan sketsa berbagi.

Program-program tersebut secara konsisten dipublikasikan melalui berbagai media informasi sekolah sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas. Keberadaan program unggulan tersebut menjadi salah satu bentuk nyata dari keberhasilan kepala sekolah dalam mengelola dan memb. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran kepala sekolah sebagai manager memiliki kontribusi yang signifikan dalam membangun *personal branding* sekolah.

Melalui perencanaan yang matang, pengorganisasian yang efektif, pelaksanaan program yang terarah, serta evaluasi yang berkelanjutan, kepala sekolah mampu menciptakan berbagai program unggulan yang menjadi identitas sekolah. Program-program tersebut tidak hanya meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan kepada

⁹⁴ Wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

peserta didik, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.angun citra sekolah.

c. Peran Kepala Sekolah sebagai *Administrator* dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di sekolah kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong, ditemukan bahwa kepala sekolah telah menjalankan fungsi administrasi secara sistematis dan terencana. Berbagai dokumen administrasi sekolah disusun, dikelola, dan diperbaharui secara berkala sesuai dengan kebutuhan sekolah dan ketentuan yang berlaku.

Administrasi yang tertata dengan baik memberikan kemudahan dalam pelaksanaan program-program sekolah sekaligus menjadi bukti nyata profesionalisme lembaga pendidikan dalam memberikan layanan pendidikan kepada peserta didik.

Kepala sekolah menjelaskan bahwa pengelolaan administrasi yang baik merupakan fondasi utama dalam menjaga kualitas layanan pendidikan sekaligus mendukung pembentukan *personal branding* sekolah kepala sekolah mengungkapkan.

“Administrasi yang baik sangat penting karena menjadi bukti akuntabilitas sekolah serta mendukung publikasi berbagai kegiatan dan prestasi sekolah. Melalui administrasi yang tertata, setiap program yang dilaksanakan dapat terdokumentasi dengan baik sehingga memudahkan sekolah dalam melakukan evaluasi, pelaporan, maupun promosi kepada masyarakat. Dokumentasi tersebut juga menjadi bukti nyata bahwa sekolah memiliki berbagai kegiatan

unggulan dan prestasi yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.”⁹⁵

Pernyataan kepala sekolah tersebut menunjukkan bahwa administrasi tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pencatatan dan pengarsipan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membangun reputasi dan citra sekolah. Dengan adanya administrasi yang baik, sekolah dapat menunjukkan transparansi, profesionalisme, dan akuntabilitas kepada seluruh pemangku kepentingan.

Diperkuat dengan disampaikan oleh bapak Zaylansyah, S.Pd, Gr selaku guru informatika, menjelaskan bahwa.

“Kepala sekolah selalu menekankan pentingnya tertib administrasi dalam setiap kegiatan sekolah. Sebagai guru informatika, saya melihat bahwa dokumentasi kegiatan, data peserta didik, laporan program, hingga publikasi sekolah sudah dikelola dengan cukup baik menggunakan teknologi digital. Hal ini sangat membantu sekolah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Ketika masyarakat melihat dokumentasi kegiatan dan prestasi yang dipublikasikan secara konsisten, maka citra positif sekolah akan semakin terbentuk dan dikenal luas.”⁹⁶

Senada dengan hal tersebut, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut., M.Pd. mengatakan.

“Administrasi kurikulum yang dikelola secara baik memberikan dampak positif terhadap kualitas pembelajaran dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah”⁹⁷

⁹⁵ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

⁹⁶ Wawancara, Guru Zaylansyah, S.Pd. Gr, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

⁹⁷ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

Lebih lanjut ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd waka kurikulum menjelaskan.

“Dokumentasi berbagai kegiatan pembelajaran dan program unggulan sekolah juga menjadi bagian dari strategi untuk memperkenalkan identitas sekolah kepada masyarakat. Dengan adanya data dan dokumentasi yang lengkap, sekolah dapat menunjukkan berbagai keunggulan yang dimiliki sehingga masyarakat semakin yakin untuk mempercayakan pendidikan anak-anak mereka kepada sekolah ini.”⁹⁸

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepala sekolah telah menjalankan perannya sebagai administrator dengan baik melalui pengelolaan administrasi yang sistematis, pemanfaatan teknologi informasi, serta dokumentasi dan publikasi berbagai program dan prestasi sekolah.

d. Peran Kepala Sekolah sebagai Supervisor dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, diperoleh informasi bahwa kegiatan supervisi dilakukan secara berkala melalui kunjungan kelas, observasi proses pembelajaran, evaluasi perangkat ajar, serta pembinaan terhadap guru. Kepala sekolah menjelaskan:

“Supervisi dilakukan secara rutin untuk memastikan proses pembelajaran berlangsung sesuai dengan kurikulum dan tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Setelah melakukan observasi, saya memberikan masukan dan pembinaan kepada guru agar kualitas pembelajaran terus meningkat. Dengan pembelajaran yang berkualitas,

⁹⁸ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

kepercayaan masyarakat terhadap sekolah juga akan semakin baik.”⁹⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa supervisi yang dilakukan kepala sekolah tidak semata-mata berfungsi sebagai kegiatan pengawasan, melainkan sebagai upaya pembinaan profesional yang bertujuan meningkatkan kompetensi guru. Melalui supervisi yang efektif, guru memperoleh arahan dan dukungan dalam mengatasi berbagai permasalahan pembelajaran sehingga mampu memberikan layanan pendidikan yang lebih optimal.

Hal senada juga disampaikan oleh Waka Kurikulum ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd mengungkapkan.

“Kepala sekolah selalu berkoordinasi dengan bidang kurikulum dalam pelaksanaan supervisi akademik. Hasil supervisi dijadikan bahan evaluasi untuk mengetahui kebutuhan pengembangan guru dan perbaikan program pembelajaran. Melalui kegiatan tersebut, mutu pembelajaran dapat terus ditingkatkan sehingga berdampak pada peningkatan prestasi peserta didik dan citra sekolah di masyarakat.”

Selain supervisi akademik, kepala sekolah juga melaksanakan supervisi terhadap berbagai program sekolah yang menjadi identitas dan keunggulan sekolah. Evaluasi dilakukan terhadap pelaksanaan program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, serta berbagai kegiatan yang berhubungan dengan pembentukan karakter peserta didik. Melalui supervisi tersebut, kepala sekolah memastikan bahwa seluruh program

⁹⁹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

dapat berjalan secara efektif dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan reputasi sekolah.

e. Peran Kepala Sekolah sebagai Leader dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

Kepala sekolah memiliki peran yang sangat strategis sebagai leader dalam membangun *personal branding* sekolah. Peran kepemimpinan tersebut diwujudkan melalui kemampuan kepala sekolah dalam memberikan arah kebijakan, menetapkan visi yang jelas, membangun komitmen bersama, serta menggerakkan seluruh warga sekolah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil data yang di dapat dilokasi penelitian dengan salah satu informan ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd selaku kurikulum mengungkapkan bahwa.

“Kepala sekolah selalu memberikan arahan yang jelas dalam setiap program yang akan dilaksanakan. Beliau juga aktif memotivasi guru untuk terus meningkatkan kualitas pembelajaran dan berinovasi dalam kegiatan sekolah. Dukungan yang diberikan membuat kami lebih semangat dalam menjalankan tugas sehingga berbagai program sekolah dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap citra sekolah.”¹⁰⁰

Peran kepala sekolah sebagai leader dalam membangun *personal branding* sekolah diwujudkan melalui kemampuan memberikan visi dan arah yang jelas, menjadi teladan bagi warga sekolah, membangun komunikasi yang efektif, memberikan motivasi, serta menciptakan budaya

¹⁰⁰ Wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

kerja yang positif. Kepemimpinan yang demikian menjadi faktor penting dalam membentuk identitas dan citra sekolah yang kuat di tengah masyarakat.

f. Peran Kepala Sekolah sebagai *Innovator* dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

Peran kepala sekolah sebagai inovator merupakan salah satu aspek penting dalam membangun *personal branding* sekolah. Dalam kapasitasnya sebagai inovator, kepala sekolah bertanggung jawab menciptakan dan mengembangkan berbagai gagasan, kebijakan, serta program yang mampu mendorong peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Kemampuan kepala sekolah dalam melakukan inovasi menjadi faktor yang menentukan keberhasilan sekolah dalam membangun keunggulan kompetitif dan citra positif di lingkungan masyarakat.

Selain itu, kepala sekolah dituntut untuk memiliki sensitivitas terhadap perubahan sosial, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta kebutuhan *stakeholders* pendidikan. Dengan demikian, berbagai inovasi yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai upaya peningkatan mutu sekolah, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam memperkuat identitas dan *personal branding* sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas, progresif, dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Sesuai dengan data yang peneliti peroleh wawancara dengan kepala sekolah menegaskan.

“Dalam era persaingan pendidikan saat ini, sekolah tidak cukup hanya menjalankan program rutin. Sekolah harus mampu menghadirkan sesuatu yang berbeda dan memiliki nilai unggul. Oleh karena itu, kami terus berupaya menciptakan berbagai program inovatif yang dapat menjadi ciri khas sekolah sekaligus menjawab kebutuhan peserta didik dan harapan masyarakat.”¹⁰¹

Lebih lanjut kepala sekolah mengungkapkan.

“Setiap inovasi yang kami lakukan tidak muncul secara spontan, tetapi melalui proses perencanaan yang matang. Kami melakukan identifikasi kebutuhan sekolah, berdiskusi dengan guru dan tenaga kependidikan, kemudian merancang program yang dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan sekolah.”¹⁰²

Dapat dikatakan bahwa peran kepala sekolah sebagai innovator dalam membangun *personal branding* sekolah diwujudkan melalui penciptaan berbagai program unggulan, pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan kegiatan ekstrakurikuler, pembentukan budaya sekolah yang positif, serta pemberian dukungan terhadap kreativitas dan inovasi seluruh warga sekolah. Berbagai inovasi yang dilakukan tersebut menjadi nilai tambah yang memperkuat identitas sekolah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta membangun *personal branding* sekolah yang positif dan berkelanjutan.

g. Peran Kepala Sekolah sebagai *Motivator* dalam Membangun *Personal Branding* Sekolah

¹⁰¹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹⁰² Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Kepala sekolah memiliki peran yang sangat strategis sebagai motivator dalam membangun *personal branding* sekolah. Peran *motivator* tidak hanya diwujudkan melalui pemberian dorongan semangat kepada guru, tenaga kependidikan, dan peserta didik, tetapi juga melalui berbagai upaya yang mampu menumbuhkan komitmen, loyalitas, dan semangat kerja seluruh warga sekolah dalam mewujudkan visi dan misi sekolah. Motivasi yang diberikan kepala sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang pada akhirnya berdampak pada terbentuknya citra positif sekolah di mata masyarakat.

Peneliti mendapati data wawancara dengan kepala sekolah mengungkapkan bahwa.

“Saya selalu berusaha memberikan semangat kepada seluruh guru dan tenaga kependidikan agar mereka bekerja dengan penuh tanggung jawab dan dedikasi. Ketika guru merasa dihargai dan didukung, mereka akan lebih bersemangat dalam menjalankan tugasnya. Hal ini tentu akan berdampak pada kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada peserta didik.”¹⁰³

Serta hal ini juga di dukung oleh bapak Zaylansyah, S.Pd. Gr selaku guru informatika.

“Kepala sekolah selalu memberikan semangat dan apresiasi kepada guru yang berprestasi. Ketika ada guru yang berhasil membawa siswa meraih juara atau melaksanakan program dengan baik, beliau memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih. Hal tersebut membuat kami lebih termotivasi untuk bekerja secara maksimal.”¹⁰⁴

¹⁰³ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹⁰⁴ Wawancara, Guru Zaylansyah, S.Pd. Gr, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penghargaan dan apresiasi yang diberikan kepala sekolah mampu meningkatkan semangat kerja guru. Pengakuan terhadap prestasi yang dicapai menjadi salah satu faktor yang mendorong guru untuk terus meningkatkan kualitas kinerjanya. Dalam konteks *personal branding* sekolah, kinerja guru yang optimal akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan sehingga mampu memperkuat citra positif sekolah di masyarakat.

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian di atas didapatkan bahwa peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong. Sejalan dengan apa yang di kemukakan teori oleh Santoso bahwa secara teoritis peran kepala sekolah dapat dianalisis melalui model Emaslim (*Educator, Manager, Administrator, Supervisor, Leader, Innovator, Motivator*). Sebagai educator, kepala sekolah berperan dalam membina dan meningkatkan kompetensi guru serta menciptakan iklim pembelajaran yang kondusif. Sebagai manager dan administrator, kepala sekolah mampu mengelola sumber daya, menyusun program kerja, serta mengoordinasikan seluruh kegiatan sekolah secara efektif dan efisien.

Dalam perannya sebagai supervisor, kepala sekolah melakukan pembinaan dan evaluasi terhadap kinerja guru guna meningkatkan mutu pembelajaran. Sebagai *leader*, kepala sekolah mampu memberikan arah, membangun komitmen, dan menjadi teladan bagi seluruh warga sekolah. Selanjutnya, sebagai innovator, kepala sekolah menghadirkan berbagai

inovasi dan program unggulan yang menjadi identitas sekolah, sedangkan sebagai motivator, kepala sekolah mampu membangkitkan semangat, partisipasi, dan rasa memiliki seluruh warga sekolah terhadap pengembangan lembaga.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pembangunan personal branding di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong merupakan hasil implementasi peran kepala sekolah yang dilaksanakan secara terpadu melalui fungsi-fungsi kepemimpinan sebagaimana dijelaskan dalam model EMASLIM.

2. Strategi yang digunakan Kepala Sekolah Dalam Membentuk Citra Positif di Sekolah Kreatif Smp Aisyiyah Rejang Lebong

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa kepala sekolah menerapkan berbagai strategi dalam membentuk citra positif sekolah. Strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan kualitas pendidikan, tetapi juga diarahkan pada upaya membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Citra positif sekolah pada dasarnya terbentuk melalui persepsi masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan, prestasi yang dicapai, budaya sekolah, serta hubungan yang terjalin antara sekolah dengan berbagai pemangku kepentingan.

Oleh karena itu, kepala sekolah memegang peranan penting dalam mengelola seluruh aspek tersebut agar mampu menciptakan kesan yang baik dan berkelanjutan di lingkungan masyarakat.

a. Peningkatan Mutu Akademik sebagai Fondasi Citra Sekolah

Berdasarkan hasil data yang peneliti dapatkan dari kepala sekolah, diperoleh informasi bahwa peningkatan kualitas akademik menjadi prioritas utama dalam pengembangan sekolah. Kepala sekolah mengungkapkan.

“Masyarakat akan menilai sekolah dari kualitas pembelajaran dan prestasi peserta didiknya. Oleh karena itu, kami smp kreatif terus berupaya meningkatkan kompetensi guru dan kualitas proses pembelajaran agar hasil yang dicapai semakin baik.”¹⁰⁵

Pernyataan tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd menerakan bahwa.

“Kepala sekolah secara rutin melakukan supervisi dan memberikan masukan terhadap proses pembelajaran. Selain itu, guru juga diberikan kesempatan mengikuti pelatihan dan kegiatan pengembangan professional sebagai guru di smp kreatif ini.”¹⁰⁶

Data yang di dapatkan menunjukkan bahwa peningkatan mutu akademik tidak hanya dilakukan melalui pengawasan terhadap proses pembelajaran, tetapi juga melalui pengembangan kompetensi tenaga pendidik. Dengan kualitas pembelajaran yang baik, sekolah mampu menghasilkan lulusan yang berprestasi sehingga berdampak positif terhadap citra sekolah di mata masyarakat.

b. Pengembangan Program Unggulan Sekolah

Strategi berikutnya yang diterapkan kepala sekolah adalah mengembangkan program-program unggulan yang menjadi karakteristik

¹⁰⁵ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹⁰⁶ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

dan identitas sekolah. Program unggulan dipandang sebagai salah satu sarana untuk menunjukkan keunikan sekolah sekaligus menjadi daya tarik bagi masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala sekolah secara aktif mengidentifikasi potensi yang dimiliki sekolah untuk kemudian dikembangkan menjadi program unggulan. Program tersebut mencakup bidang akademik maupun nonakademik, seperti program unggul yang ada di smp kreatif meliputi wisuda tahfidz, program *fun learning*, manasik haji, *outdoor activity*, sketsa *lifeskill training*, sholat duha dan tahfidzul Al-Qur'an, sketsa *real teaching*, dan sketsa berbagi.

Lebih lanjut peneliti mendapatkan penegasan oleh kepala sekolah, bapak Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd mengatakan.

“Setiap sekolah harus memiliki keunggulan yang membedakannya dengan sekolah lain. Oleh karena itu, kami berupaya mengembangkan program-program yang sesuai dengan potensi sekolah dan kebutuhan peserta didik”¹⁰⁷

Hal ini juga di sampaikan oleh ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd.

“Program unggulan menjadi identitas sekolah. Melalui program tersebut masyarakat dapat melihat kelebihan dan kekhasan yang dimiliki sekolah.”¹⁰⁸

Berdasarkan temuan peneliti dapat dipahami bahwa program unggulan tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengembangan peserta

¹⁰⁷ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹⁰⁸ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

didik, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam memperkuat citra dan reputasi sekolah.

c. Penciptaan Budaya Sekolah yang Positif

Budaya sekolah merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh terhadap pembentukan citra sekolah. Budaya yang positif akan mencerminkan kualitas lingkungan pendidikan dan menjadi gambaran nyata mengenai nilai-nilai yang diterapkan dalam kehidupan sekolah sehari-hari.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kepala sekolah berupaya menanamkan berbagai nilai positif, seperti disiplin, tanggung jawab, kerja sama, integritas, dan sikap religius kepada seluruh warga sekolah. Penanaman nilai tersebut dilakukan melalui pembiasaan, keteladanan, serta berbagai kegiatan yang melibatkan seluruh warga sekolah.

Berdasarkan hasil data yang didapat di lokasi penelitian dengan informan kepala sekolah mengungkapkan.

“Citra sekolah tidak hanya dibangun melalui prestasi, tetapi juga melalui perilaku dan budaya yang ditunjukkan oleh seluruh warga sekolah. Oleh karena itu, pembentukan karakter menjadi perhatian penting dalam pengelolaan sekolah.”¹⁰⁹

¹⁰⁹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Hal ini juga senada dengan yang telah di ungkapkan oleh ibu Yuliana, S.Hut, M.Pd waka kurikulum.

“Kepala sekolah selalu memberikan contoh dalam hal kedisiplinan dan tanggung jawab. Hal tersebut menjadi motivasi bagi guru dan peserta didik untuk menerapkan nilai yang sama.”¹¹⁰

Temuan data tersebut menunjukkan bahwa budaya sekolah yang positif menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat citra sekolah karena masyarakat tidak hanya menilai hasil pendidikan, tetapi juga proses dan nilai-nilai yang berkembang di dalamnya.

d. Peningkatan Prestasi Peserta Didik

Pencapaian prestasi peserta didik menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kualitas penyelenggaraan pendidikan di sekolah. Prestasi yang diraih tidak hanya mencerminkan kemampuan dan kompetensi peserta didik, tetapi juga menunjukkan efektivitas program pendidikan, pembinaan, serta lingkungan belajar yang dikembangkan oleh sekolah.

Oleh sebab itu, kepala sekolah menempatkan peningkatan prestasi peserta didik sebagai salah satu fokus strategis dalam upaya memperkuat reputasi dan citra positif sekolah di tengah masyarakat.

Sebagaimana yang di ungkapkan oleh kepala sekolah.

“Prestasi peserta didik merupakan kebanggaan sekolah sekaligus menjadi bukti bahwa program yang dijalankan memberikan hasil yang nyata maka saya sangat mendukung

¹¹⁰ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

apapun perlombaan yang di ikuti oleh siswa baik tingkat sekolah sampai nasional.”¹¹¹

Hal senada juga di ungkapkan oleh bapak Zaylansyah, S.Pd. Gr, operator sekolah mengungkapkan.

“Sekolah selalu memberikan pendampingan kepada peserta didik yang mengikuti perlombaan agar mereka dapat menunjukkan kemampuan terbaiknya.”¹¹²

Berdasarkan temuan penelitian, kepala sekolah secara aktif mendorong pengembangan potensi peserta didik melalui berbagai program pembinaan akademik maupun nonakademik. Upaya tersebut dilakukan dengan memberikan kesempatan yang luas kepada peserta didik untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan kompetitif, baik di tingkat sekolah, daerah, maupun nasional.

Selain itu, sekolah juga menyediakan fasilitas pendukung yang memadai serta melakukan pendampingan secara berkelanjutan guna membantu peserta didik mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki. Tidak hanya itu, kepala sekolah senantiasa memberikan motivasi dan apresiasi kepada peserta didik yang menunjukkan prestasi, sehingga dapat meningkatkan semangat belajar dan mendorong peserta didik lainnya untuk berprestasi.

Melalui berbagai upaya tersebut, prestasi peserta didik tidak hanya menjadi kebanggaan sekolah, tetapi juga berkontribusi dalam membangun

¹¹¹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹¹² Wawancara, Guru Zaylansyah, S.Pd. Gr, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah

e. Optimalisasi Media Informasi dan Publikasi Sekolah

Berdasarkan hasil penelitian, optimalisasi media informasi dan publikasi sekolah merupakan salah satu strategi yang diterapkan kepala sekolah dalam membangun dan memperkuat citra positif sekolah di tengah masyarakat. Pada era digital saat ini, keberadaan media informasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap kualitas, kredibilitas, dan berbagai keunggulan yang dimiliki sekolah.

Kepala sekolah menyadari bahwa informasi mengenai program, kegiatan, prestasi, serta berbagai perkembangan sekolah perlu disampaikan secara terbuka dan berkelanjutan kepada masyarakat. Oleh karena itu, sekolah memanfaatkan berbagai media komunikasi, seperti website sekolah, media sosial, grup komunikasi orang tua, serta media publikasi lainnya sebagai sarana untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan.

Senada dengan ungkapan kepala sekolah menegaskan bahwa.

“Kami berupaya agar setiap program, kegiatan, dan prestasi sekolah dapat diketahui oleh masyarakat. Melalui publikasi yang dilakukan secara berkelanjutan, masyarakat dapat

melihat perkembangan sekolah dan berbagai upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.”¹¹³

Lebih lanjut kepala sekolah mengungkapkan.

“Setiap kegiatan sekolah selalu kami dokumentasikan dan dipublikasikan melalui media yang tersedia. Dokumentasi tersebut bertujuan agar informasi mengenai kegiatan dan capaian sekolah dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat dan orang tua peserta didik.”¹¹⁴

Dengan demikian, optimalisasi media informasi dan publikasi sekolah dapat dipahami sebagai strategi komunikasi yang penting dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Melalui pemanfaatan media informasi secara efektif, sekolah tidak hanya mampu meningkatkan keterbukaan dan akuntabilitas publik, tetapi juga memperkuat reputasi serta daya saing sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin dinamis.

f. Penguatan Kemitraan dengan Orang Tua dan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian, salah satu strategi yang diterapkan kepala sekolah dalam membentuk citra positif sekolah adalah memperkuat kemitraan dengan orang tua peserta didik dan masyarakat. Kemitraan tersebut dipandang sebagai perihal penting dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan pendidikan, karena sekolah tidak dapat menjalankan fungsinya secara optimal dengan adanya dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak yang berkepentingan.

¹¹³ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹¹⁴ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Kepala sekolah berupaya membangun hubungan yang sinergis melalui komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan dengan orang tua, komite sekolah, serta tokoh masyarakat. Bentuk implementasinya diwujudkan melalui pelibatan orang tua dalam berbagai kegiatan sekolah, pelaksanaan pertemuan rutin, koordinasi dengan komite sekolah, serta menjalin kerja sama dengan masyarakat dalam mendukung program-program pendidikan. Langkah tersebut bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan meningkatkan rasa tanggung jawab bersama terhadap kemajuan sekolah.

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan waka kurikulum Sekolah yang mengungkapkan

“Kepala sekolah selalu membuka ruang komunikasi dan melibatkan komite dalam berbagai kegiatan pengembangan sekolah.”¹¹⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kepala sekolah menerapkan pola kepemimpinan yang partisipatif dengan memberikan kesempatan kepada berbagai pemangku kepentingan untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan maupun pelaksanaan program sekolah. Keterbukaan komunikasi yang dibangun menjadi sarana untuk memperkuat kepercayaan, meningkatkan koordinasi, serta menciptakan hubungan kerja sama yang konstruktif antara sekolah dan masyarakat.

Dari temuan penelitian dapat dipahami bahwa penguatan kemitraan dengan orang tua dan masyarakat memiliki kontribusi yang signifikan

¹¹⁵ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

dalam pembentukan citra positif sekolah. Tingginya tingkat partisipasi dan dukungan masyarakat mencerminkan adanya kepercayaan terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan sekolah.

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian di atas didapatkan bahwa strategi yang digunakan kepala sekolah dalam membentuk citra positif di sekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong diarahkan untuk menciptakan identitas lembaga yang memiliki karakteristik, keunggulan, dan nilai pembeda dibandingkan dengan sekolah lain. Melalui kepemimpinan yang efektif, kepala sekolah mampu mengarahkan seluruh sumber daya sekolah agar bekerja secara sinergis dalam mewujudkan visi dan misi sekolah, sehingga terbentuk persepsi positif dari masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan.

mulai dari meningkatkan mutu akademik dan nonakademik, mengembangkan program-program unggulan sekolah, membangun budaya sekolah yang positif, meningkatkan prestasi peserta didik, mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi, serta memperkuat kemitraan dengan orang tua dan masyarakat. Berbagai upaya tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan strategi yang di gunakan kepala sekolah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mempromosikan sekolah kepada masyarakat, tetapi juga oleh konsistensi kepala sekolah dalam menghadirkan kualitas layanan pendidikan yang nyata dan berkelanjutan.

3. Tantangan Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif Smp Aisyiyah Rejang Lebong

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa proses pembangunan *personal branding* sekolah tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi oleh kepala sekolah.

Tantangan tersebut muncul baik dari faktor internal maupun faktor eksternal sekolah. Sebagai pemimpin pendidikan, kepala sekolah dituntut untuk mampu membangun citra positif sekolah melalui kepemimpinan, inovasi, prestasi, serta hubungan yang harmonis dengan seluruh warga sekolah dan masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya terdapat berbagai kendala yang memerlukan strategi dan upaya khusus untuk mengatasinya.

Dari hasil penelitian yang di dapatkan menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi kepala sekolah dalam membangun *personal branding* sekolah meliputi keterbatasan sarana dan prasarana, rendahnya partisipasi sebagian warga sekolah, persaingan antar sekolah, perkembangan teknologi informasi, serta upaya mempertahankan kepercayaan masyarakat.

a. Rendahnya Partisipasi dan Komitmen Sebagian Warga Sekolah

Salah satu tantangan yang dihadapi kepala sekolah dalam membangun *personal branding* sekolah adalah belum optimalnya partisipasi dan komitmen sebagian warga sekolah dalam mendukung program-program yang telah dirancang untuk membangun citra positif sekolah.

Kepala sekolah mengungkapkan bahwa.

“Membangun nama baik sekolah tidak bisa dilakukan oleh kepala sekolah sendiri. Dibutuhkan kerja sama dari seluruh guru, tenaga kependidikan, peserta didik, dan orang tua. Terkadang masih ada pihak yang belum sepenuhnya terlibat dalam setiap program yang dilaksanakan.”¹¹⁶

Lebih lanjut kepala sekolah menjelaskan.

“Pada awal pelaksanaan program tertentu memang tidak semua warga sekolah langsung memahami tujuan yang ingin dicapai. Dibutuhkan sosialisasi dan pembinaan yang berkelanjutan agar semua pihak memiliki komitmen yang sama.”¹¹⁷

Berdasarkan hasil data wawancara peneliti mendapatkan bahwa kepala sekolah secara rutin melakukan rapat koordinasi, pembinaan, serta evaluasi program untuk meningkatkan keterlibatan seluruh warga sekolah. Upaya tersebut dilakukan agar setiap program dapat berjalan secara efektif dan memperoleh dukungan dari seluruh pihak.

Partisipasi warga sekolah merupakan faktor penting dalam pembentukan *personal branding* sekolah. Apabila seluruh warga sekolah memiliki visi dan komitmen yang sama, maka citra positif sekolah akan lebih mudah dibangun dan dipertahankan.

b. Persaingan dengan Sekolah Lain

¹¹⁶ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹¹⁷ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Persaingan antar lembaga pendidikan merupakan salah satu tantangan yang cukup kompleks dalam upaya membangun *personal branding* sekolah. Perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif menyebabkan masyarakat memiliki banyak alternatif pilihan dalam menentukan lembaga pendidikan yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Kondisi tersebut menuntut setiap sekolah untuk tidak hanya meningkatkan kualitas layanan pendidikan, tetapi juga membangun identitas dan karakteristik yang mampu membedakannya dari sekolah lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah mengungkapkan bahwa tingginya tingkat persaingan antar sekolah menjadi tantangan yang harus dihadapi secara strategis melalui berbagai inovasi dan pengembangan program sekolah. Kepala sekolah mengungkapkan.

“Saat ini persaingan antar sekolah cukup tinggi. Setiap sekolah berusaha menunjukkan keunggulannya masing-masing. Oleh karena itu, kami harus terus berinovasi agar sekolah memiliki ciri khas dan tetap dipercaya masyarakat.”¹¹⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dalam membangun *personal branding* sekolah tidak dapat dilepaskan dari kemampuan sekolah dalam menciptakan nilai tambah (*added value*) yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

¹¹⁸ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Inovasi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga mencakup pengembangan program unggulan, peningkatan kualitas pelayanan, serta pembentukan budaya sekolah yang positif dan berkelanjutan.

Data tersebut juga di perkuat oleh pernyataan waka kurikulum yang menegaskan bahwa keunggulan sekolah harus ditampilkan secara nyata melalui berbagai capaian dan kualitas layanan yang diberikan kepada peserta didik. Waka kurikulum menjelaskan.

“Kami harus mampu menampilkan keunggulan sekolah secara nyata melalui prestasi peserta didik, program unggulan, dan kualitas pelayanan pendidikan.”¹¹⁹

Dalam konteks pembangunan *personal branding*, persaingan antar sekolah menjadi tantangan karena persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh reputasi, prestasi, serta kualitas layanan yang ditawarkan. Masyarakat cenderung memilih sekolah yang dinilai mampu memberikan jaminan mutu pendidikan dan peluang pengembangan potensi peserta didik secara optimal.

c. Menyatukan Berbagai Gagasan dan Kepentingan Warga Sekolah

Salah satu tantangan yang dihadapi kepala sekolah dalam membangun *personal branding* sekolah adalah menyatukan berbagai gagasan, pandangan, dan kepentingan yang berkembang di lingkungan

¹¹⁹ wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

sekolah. Setiap guru memiliki pengalaman, latar belakang, serta pemahaman yang berbeda mengenai program dan arah pengembangan sekolah. Perbedaan tersebut sering kali memunculkan beragam usulan yang tidak selalu sejalan dengan visi yang telah ditetapkan.

Hal ini sesuai dengan apa yang peneliti dapatkan dari wawancara kepala sekolah yang mengungkapkan.

"Setiap guru memiliki ide dan pandangan yang baik untuk kemajuan sekolah. Namun, terkadang terdapat perbedaan pendapat dalam menentukan prioritas program sehingga diperlukan komunikasi dan musyawarah agar tujuan sekolah dapat dicapai secara bersama."¹²⁰

Lebih lanjut kepala sekolah menjelaskan.

"Dalam rapat sering muncul berbagai usulan dari guru. Perbedaan pendapat merupakan hal yang wajar, tetapi perlu ada kesepakatan bersama agar program sekolah dapat berjalan dengan baik."¹²¹

Hal ini menunjukkan bahwa kepala sekolah berupaya mengakomodasi berbagai masukan dari guru melalui rapat koordinasi, diskusi, dan musyawarah sebelum mengambil keputusan. Langkah tersebut dilakukan untuk membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program sekolah sekaligus meminimalkan potensi konflik internal.

Dalam perspektif manajemen pendidikan, perbedaan gagasan merupakan sesuatu yang wajar dalam sebuah organisasi. Namun apabila

¹²⁰ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹²¹ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

tidak dikelola secara efektif, kondisi tersebut dapat menghambat pelaksanaan program sekolah dan memengaruhi konsistensi dalam membangun citra serta *personal branding* sekolah.

Oleh karena itu, kepala sekolah dituntut memiliki kemampuan kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen konflik agar seluruh warga sekolah memiliki visi yang sama dalam mendukung pengembangan sekolah.

d. Mempertahankan Kepercayaan Masyarakat

Tantangan terbesar dalam membangun *personal branding* sekolah adalah mempertahankan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan yang telah diperoleh harus dijaga melalui konsistensi kualitas layanan pendidikan dan berbagai program sekolah.

Hal ini juga di sampaikan oleh salah satu informan penelitian yakni kepala sekolah, bapak Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd mengatakan.

“Membangun kepercayaan masyarakat memang tidak mudah, tetapi mempertahankannya jauh lebih sulit. Sekolah harus terus menunjukkan kinerja yang baik agar masyarakat tetap percaya dan memberikan dukungan.”¹²²

Kemudian lebih lanjut kepala sekolah mengungkapkan

“Masyarakat akan terus memperhatikan perkembangan sekolah. Oleh karena itu, sekolah harus mampu menjaga kualitas pendidikan dan memberikan pelayanan yang terbaik.”¹²³

¹²² Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

¹²³ Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Oleh karena itu, sekolah perlu memastikan bahwa seluruh program yang telah direncanakan dapat dilaksanakan secara optimal serta memberikan manfaat nyata bagi peserta didik dan masyarakat.

Dalam konteks *personal branding* sekolah, kepercayaan masyarakat berperan sebagai modal sosial yang sangat menentukan keberhasilan sekolah dalam membangun citra positif. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat, maka semakin kuat pula reputasi dan daya tarik sekolah di lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan kepercayaan akibat ketidaksesuaian antara harapan masyarakat dengan kinerja sekolah, maka citra positif yang telah dibangun dapat mengalami penurunan.

Kepala sekolah dituntut untuk senantiasa menjaga transparansi dalam pengelolaan sekolah, meningkatkan akuntabilitas terhadap setiap program yang dilaksanakan, serta memastikan bahwa seluruh layanan pendidikan diberikan secara profesional dan berorientasi pada kebutuhan peserta didik.

Upaya tersebut menjadi bagian penting dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat sekaligus memperkuat *personal branding* sekolah secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan *personal branding*

tidak hanya ditentukan oleh kemampuan sekolah dalam membangun citra positif, tetapi juga oleh kemampuannya dalam menjaga dan mempertahankan kepercayaan masyarakat dalam jangka panjang.

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian di atas didapatkan bahwa tantangan yang ditemui kepala sekolah dalam membangun *personal branding* disekolah kreatif smp aisyiyah rejang lebong dihadapkan pada berbagai tantangan yang bersifat internal maupun eksternal.

Tantangan internal meliputi keterbatasan sarana dan prasarana yang belum sepenuhnya mampu mendukung pelaksanaan program-program unggulan sekolah secara optimal, serta masih rendahnya tingkat partisipasi dan komitmen sebagian warga sekolah dalam mendukung upaya pembentukan citra positif lembaga.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan *personal branding* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan kepala sekolah sebagai pemimpin, tetapi juga sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya serta keterlibatan aktif seluruh warga sekolah dalam mewujudkan visi dan misi lembaga.

Di sisi lain, tantangan eksternal yang dihadapi mencakup semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan dalam memperoleh kepercayaan masyarakat, perkembangan teknologi informasi yang berlangsung sangat cepat, serta tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan. Persaingan yang semakin kompetitif menuntut kepala sekolah untuk mampu menghadirkan inovasi,

mengembangkan keunggulan kompetitif sekolah, serta membangun identitas lembaga yang memiliki karakteristik dan nilai pembeda dibandingkan sekolah lain.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi mengharuskan kepala sekolah untuk mampu beradaptasi dengan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi, promosi, dan penyebaran informasi sekolah secara efektif sehingga citra positif sekolah dapat terbangun dan dipertahankan secara berkelanjutan.

C. Pembahasan

Setelah peneliti mengumpulkan data dari hasil penelitian yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisa data untuk menjelaskan lebih lanjut dari hasil penelitian. Sesuai dengan teknik analisa kualitatif deskriptif (pemaparan) dengan menganalisa data yang telah dikumpulkan selama peneliti mengadakan penelitian di sekolah kreatif smp aisyiyah. Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara maka peneliti memperoleh informasi sebagai berikut:

1. Peran Kepala Sekolah dalam Membangun *Personal Branding* di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala sekolah memiliki peran yang sentral dan strategis dalam membangun *personal branding* lembaga pendidikan. *Personal branding* kepala sekolah tidak semata-mata tercermin dari kapasitasnya dalam mengelola institusi secara manajerial, melainkan juga dari kemampuannya membangun citra,

kepercayaan, dan reputasi sekolah di hadapan masyarakat luas. Sebagai figur utama lembaga pendidikan, kepala sekolah menjadi representasi nyata dari nilai-nilai, budaya organisasi, dan standar kualitas yang dianut sekolah.

Berdasarkan temuan penelitian, peran kepala sekolah dalam membangun *personal branding* terwujud melalui empat dimensi utama. Pertama, pemberian keteladanan kepada seluruh warga sekolah. Kedua, penguatan dan internalisasi budaya sekolah. Ketiga, pengembangan program-program unggulan yang bercirikan kreativitas dan inovasi, serta pembinaan hubungan yang konstruktif dengan orang tua peserta didik dan masyarakat sekitar. Di samping itu, kepala sekolah menjalankan fungsinya sebagai komunikator kelembagaan yang secara aktif menyampaikan visi, misi, dan keunggulan sekolah melalui berbagai saluran komunikasi.

Temuan ini sejalan dengan konsepsi kepemimpinan pendidikan yang menempatkan kepala sekolah sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang bertanggung jawab dalam membangun identitas dan reputasi lembaga.¹²⁴ Melalui pola kepemimpinan yang efektif dan konsisten, kepala sekolah mampu menciptakan kepercayaan publik sehingga sekolah memperoleh citra yang positif sekaligus daya saing yang lebih tinggi di tengah persaingan antarlembaga pendidikan.

¹²⁴ E. Mulyasa, "Manajemen Kepala Sekolah", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm 45

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abidin dkk. mengenai Strategi Kepala MAN 1 Lombok Timur dalam Melakukan Personal Branding “Madrasah Berprestasi” melalui Media Sosial memiliki keterkaitan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas upaya kepala sekolah dalam membangun dan memperkuat identitas lembaga pendidikan melalui *personal branding*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepala sekolah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membangun citra madrasah yang unggul dan berprestasi.¹²⁵

Keterkaitannya dengan penelitian ini terletak pada aspek peran kepala sekolah sebagai aktor utama dalam membangun branding lembaga pendidikan. Selain itu, pembahasan mengenai strategi yang digunakan untuk membentuk persepsi positif masyarakat juga sejalan dengan fokus penelitian mengenai strategi kepala sekolah dalam membentuk citra positif sekolah.

Namun terdapat perbedaan mendasar. Penelitian Abidin dkk. lebih menitikberatkan pada penggunaan media sosial sebagai sarana personal branding, sedangkan penelitian ini tidak hanya mengkaji pemanfaatan media sosial, tetapi juga mengkaji secara lebih luas mengenai peran kepala sekolah, strategi pembentukan citra positif, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam membangun personal

¹²⁵ Abidin, L.L. Abdul Muhyi; Muslim, Bukhori; Suryati, Desi., *Strategi Kepala MAN 1 Lombok Timur dalam Melakukan Personal branding “Madrasah Berprestasi” melalui Media Sosial..*”(Jurnal Santiaji Pendidikan, vol 12 no.2 2022).

branding di lingkungan Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh kepala sekolah tidak hanya berdimensi individual dalam arti membangun reputasi dirinya sebagai pemimpin, tetapi lebih jauh berdampak secara institusional terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat atas kualitas penyelenggaraan pendidikan secara menyeluruh.

2. Strategi Kepala Sekolah dalam Membentuk Citra Positif di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kepala sekolah menerapkan sejumlah strategi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan dalam upaya membentuk citra positif sekolah. Strategi-strategi tersebut diorientasikan pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga.

Salah satu strategi yang ditemukan adalah peningkatan kualitas pendidikan melalui pengembangan prestasi akademik dan nonakademik peserta didik. Prestasi peserta didik menjadi indikator yang dapat menunjukkan keberhasilan proses pendidikan sekaligus menjadi sarana promosi tidak langsung bagi sekolah. Keberhasilan peserta didik dalam berbagai kompetisi mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah.

Temuan ini sesuai dengan teori *personal branding* yang dikemukakan oleh Montoya yang menegaskan bahwa kualitas (*quality*), kredibilitas (*credibility*), dan konsistensi merupakan elemen penting dalam membangun citra yang positif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, mutu pendidikan yang tinggi menjadi faktor strategis dalam membentuk kepercayaan masyarakat serta memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.¹²⁶

Selain itu, kepala sekolah juga memanfaatkan media informasi dan teknologi digital sebagai sarana publikasi sekolah. Publikasi dilakukan melalui media sosial, website sekolah, serta berbagai platform komunikasi lainnya untuk menyampaikan informasi mengenai program, kegiatan, dan prestasi sekolah kepada masyarakat. Strategi ini menunjukkan adanya adaptasi sekolah terhadap perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat.

Strategi lainnya adalah membangun kemitraan yang kuat dengan orang tua peserta didik, komite sekolah, dan masyarakat. Kemitraan tersebut diwujudkan melalui komunikasi yang intensif, pelibatan orang tua dalam berbagai kegiatan sekolah, serta kerja sama dengan berbagai pihak dalam mendukung program pendidikan.

Penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Niko Perdana dan Mohammad Zakki Azzani yang berjudul *The Role of the Principal in*

¹²⁶ Peter Montoya, "*The Personal branding Phenomenon*" (*Personal branding Press*, 2002)

Improving School Branding SMP Muhammadiyah 2 Kartasura memiliki relevansi yang sangat erat dengan penelitian ini karena sama-sama menempatkan kepala sekolah sebagai tokoh sentral dalam proses *branding* sekolah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepala sekolah berperan dalam mengelola media sosial sekolah, menjalin komunikasi dengan orang tua dan alumni, serta membangun citra positif sekolah di masyarakat.¹²⁷

Keterkaitan penelitian ini terlihat pada fokus kajian mengenai peran kepala sekolah dalam meningkatkan reputasi dan citra lembaga pendidikan. Temuan penelitian tersebut dapat menjadi landasan teoritis bahwa keberhasilan *branding* sekolah sangat dipengaruhi oleh kemampuan kepemimpinan kepala sekolah dalam mengelola komunikasi dan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan.

Perbedaannya, penelitian Niko dan Azzani lebih berfokus pada *school branding* secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji *personal branding* kepala sekolah sebagai bagian dari upaya membangun citra sekolah. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji tantangan-tantangan yang muncul selama proses pembangunan *personal branding*, yang belum menjadi fokus utama dalam penelitian terdahulu.

¹²⁷ Niko Perdana & Mohammad Zakki Azzani *The Role of the Principal in Improving School Branding SMP Muhammadiyah 2 Kartasura* (jurnal Manajemen Pendidikan Islam, vol 8 no.1 2025).

Dengan demikian, citra positif sekolah tidak hanya dibangun melalui promosi atau publikasi semata, tetapi juga melalui kualitas layanan pendidikan, prestasi peserta didik, serta hubungan yang baik dengan seluruh pemangku kepentingan pendidikan.

3. Tantangan Kepala Sekolah dalam Membangun *Personal Branding* di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kepala sekolah menghadapi berbagai tantangan dalam membangun *personal branding* sekolah. Tantangan tersebut berasal dari faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi efektivitas strategi yang telah direncanakan.

Dari aspek internal, salah satu tantangan yang ditemukan adalah adanya perbedaan pandangan dan beragam ide yang muncul dari para guru dalam pelaksanaan program sekolah. Keberagaman pemikiran tersebut merupakan hal yang wajar dalam sebuah organisasi pendidikan, namun apabila tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan perbedaan persepsi yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan bersama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman gagasan yang muncul di lingkungan sekolah dapat menjadi tantangan dalam proses pengambilan keputusan organisasi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Sudarman Danim yang menegaskan bahwa keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam

mengelola perbedaan kepentingan, membangun komunikasi yang efektif, serta menciptakan kerja sama yang harmonis antar anggota organisasi guna mencapai tujuan bersama.¹²⁸

Selain itu, keterbatasan sumber daya sekolah, baik dari segi sarana prasarana maupun pendanaan, juga menjadi tantangan dalam mengembangkan program-program yang mendukung pembentukan *personal branding* sekolah. Kondisi tersebut menuntut kepala sekolah untuk memiliki kemampuan manajerial dalam mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

Dari aspek eksternal, persaingan antar lembaga pendidikan menjadi tantangan yang cukup signifikan. Meningkatnya jumlah sekolah dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan menyebabkan masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menentukan lembaga pendidikan bagi anak-anak mereka. Oleh karena itu, sekolah dituntut untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan agar tetap memiliki daya saing.

Tantangan berikutnya adalah mempertahankan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan publik merupakan aset yang sangat penting dalam membangun citra dan reputasi sekolah. Kepercayaan yang telah terbentuk harus dijaga melalui konsistensi kualitas layanan pendidikan, transparansi pengelolaan sekolah, serta komitmen terhadap pelaksanaan program-program yang telah direncanakan.

¹²⁸ Sudarwan Danim, "Visi Baru Manajemen Sekolah", (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

Untuk pembahasan tantangan kepala sekolah dalam membangun *personal branding* dalam penelitian terdahulu belum dibahas secara spesifik oleh ketiga penelitian terdahulu, sehingga ini menjadi celah penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Ketiga penelitian terdahulu hanya menelaah satu aspek, yaitu strategi branding, peran kepala sekolah, atau pemeliharaan citra sekolah. Peneliti menawarkan pembaruan.

Pertama, mengintegrasikan peran, strategi, dan tantangan dalam satu kerangka analisis. Kedua, memfokuskan pada *personal branding* kepala sekolah, bukan sekadar *school branding*. dan ketiga dilakukan pada konteks Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong yang memiliki karakteristik kelembagaan berbeda dari MAN dan SMP Muhammadiyah pada penelitian sebelumnya.

Dengan demikian, tantangan dalam membangun *personal branding* sekolah tidak hanya berkaitan dengan upaya menciptakan citra positif, tetapi juga mempertahankan reputasi yang telah dibangun melalui kepemimpinan yang efektif, komunikasi yang baik, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan pendidikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian Mengenai Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun *Personal Branding* Di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran Kepala Sekolah dalam Membangun *Personal Branding* di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Kepala sekolah memegang peran krusial dalam membangun *personal branding* sekolah sebagai pemimpin, manajer, motivator, inovator, supervisor, dan wakil lembaga di masyarakat. Selain pengelolaan administrasi, kepala sekolah aktif membentuk identitas dan karakter sekolah, menjalin komunikasi dengan guru, peserta didik, orang tua, dan masyarakat,

2. Strategi yang Digunakan Kepala Sekolah dalam Membentuk Citra Positif di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Strategi yang diterapkan meliputi peningkatan kualitas layanan pendidikan; pengembangan kompetensi guru dan tenaga kependidikan; peningkatan prestasi peserta didik (akademik dan nonakademik); penguatan budaya religius dan kreatif; serta optimalisasi publikasi kegiatan melalui media sosial dan media lain.

3. Tantangan yang Ditemui Kepala Sekolah dalam Membangun *Personal Branding* di Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong

Tantangan meliputi persaingan antar sekolah, keterbatasan sumber daya, perbedaan pandangan dan ide di internal sekolah yang memerlukan penyesuaian, serta tuntutan inovasi berkelanjutan.

Mempertahankan kepercayaan masyarakat

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dari peneliti yang dilakukan di sekolah kreatif smp aisyiyah, peneliti dapat memberikan beberapa saran kepada berbagai pihak. Kepala sekolah, guru dan tenaga pendidikan, siswa, orang tua serta masyarakat, untuk dapat mengambil manfaat dan hasil penelitian ini. Adapun saran yang diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk kepala sekolah hendaknya konsisten mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai-nilai sekolah kepada seluruh warga sekolah dan pemangku kepentingan.
2. Untuk guru dan tenaga pendidik hendaknya mengikuti pelatihan peningkatan kompetensi dan menerapkan metode pembelajaran kreatif.
3. Untuk siswa hendaknya dilibatkan dalam kegiatan yang mendemonstrasikan karakter sekolah (kreativitas, religiusitas, prestasi) dan dilatih menjadi wakil positif sekolah dalam kegiatan eksternal.
4. Untuk orang tua dan masyarakat hendaknya didorong untuk terus berperan serta dalam program sekolah melalui komunikasi terbuka dan partisipasi dalam kegiatan akademik maupun nonakademik.
5. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya disarankan melakukan penelitian komparatif antar-sekolah untuk mengidentifikasi praktik terbaik *personal branding*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, L.L. Abdul Muhyi; Muslim, Bukhori; Suryati, Desi., *Strategi Kepala MAN 1 Lombok Timur dalam Melakukan Personal branding “Madrasah Berprestasi” melalui Media Sosial..*”(Jurnal Santiaji Pendidikan, vol 12 no.2 2022).
- Amitha Shofiani Devi et al., “Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas,” *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2024): 66–78, <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387>.
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). *Authentic leadership development: “Getting to the root of positive forms of leadership”. The Leadership Quarterly*, 16(3).
- Bernard M. Bass & Bruce J. Avolio, ” *Improving Organizational Effectiveness Through*.
- Danim, Sudarwan & Suparno. (2019). *Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kekepalasekolahan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, Fred R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. New York: Pearson.
- Dewi Mayang Sari, “Dewi Mayang Sari,” 2022.
- Dr. H. Hamid Noor Yasin, *Personal branding* (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).
- Dr. H. Hamid Noor Yasin, *Personal branding* (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).

Dr. H. Hamid Noor Yasin,” *Personal branding*”, (Yogyakarta: PT Insight Pustaka Nusa Utama, 2025).

E. Mulyasa, “Manajemen Kepala Sekolah”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).

Edgar H. Schein,” *Organizational Culture and Leadership*”, 4th ed. (San Francisco: Jossey-Bass, 2010), hlm 45.

E.Putra & M. Yanto (2025) Manajemen Kelas: Meningkatkan keberhasilan siswa-
Tinjauan Meta-Analisis Cogent Education, 12:1, 2458630, DOI

F Magdalena, I., Khofifah, A., & Auliyah,”Cendikia Pendidikan,” Cendekia Pendidikan2,no.5(2023):1020,<https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/769>.

F. Viktor Zebua, “Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Meningkatkan Mutu SMP Negeri 2 Alasa Kabupaten Nias Utara,”*Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*,No.3Juli2022:<https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>.

Farco Siswiyanto Raharjo, “*The Master Book of Personal branding*”,
Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara
(Yogyakarta: Quadrant, 2020).

Farco Siswiyanto Raharjo, “*The Master Book of Personal branding*”,
Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

Farco Siswiyanto Raharjo, “*The Master Book of Personal branding*”,; Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara (Yogyakarta: Quadrant, 2020).

George R. Terry, ” *Principles of Management*”, 8th ed. (Homewood: Irwin, 1998),hlm120.

Hajar Hasan, “Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri,” Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer) 2, no. 1 (2022): 23–29, <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.

Harold Koontz & Heinz Weihrich,” *Essentials of Management*”, 8th ed. (New York: McGraw-Hill, 2001),hlm 72

Hazairin Habe, Ahiruddin Ahiruddin,“Sistem Pendidikan Nasional ”*Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis*),No.2 Maret 2025: ,<https://doi.org/10.24967/ekombis.v2i1>.

Ika Lenaini. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan *Snowball* Sampling. Palembang: Journal Ummat.ac.id, hlm. 5-7. Diakses 15 Desember 2025.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016).

Kartini Kartono,” *Pemimpin dan Kepemimpinan*” (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016).

Luthans, Fred. (2011). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.

Martinis Yamin, “*Effect of Principal Leadership, Teaching Quality, and Student Motivation on Academic Performance in Senior High Schools*,” *Jurnal Ijmars* No.3 Juli 2025 <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i03.1919>

Masfi Sya’fiatul Ummah, “Analisis Struktur Kovarians mengenai Indikator Terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada perasaan sehat Subjektif,” *Sustainability (Switzerland)* 11, no.1 (2019): 1–14,
http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Meita Sekar Sari and Muhammad Zefri, “Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura,” *Jurnal Ekonomi* 21, no. 3 (2019): 311.

Miftah Thoha, “Kepemimpinan dalam Manajemen”, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015).

M.Yanto dan Irwan Fathurrocha, “*Manajemen Kebijakan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*,” *Jurnal Konseling Dan Pendidikan* 7, no. 3 (2019), h.123-130. DOI :<https://doi.org/10.29210/138700>

MNFairuzabadi, “Teknik Wawancara,” [https://Fairuzelsaid.Upy.Ac.Id/Mpti/Teknik- Wawancara/](https://Fairuzelsaid.Upy.Ac.Id/Mpti/Teknik-Wawancara/), 2021.

Mochamad Nashrullah et al., Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data), Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data), 2023, <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>.

Mulyasa, “Manajemen Kepala Sekolah”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

Mulyasa,” Manajemen Kepala Sekolah”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

Niko Perdana & Mohammad Zakki Azzani *The Role of the Principal in Improving School Branding SMP Muhammadiyah 2 Kartasura* (jurnal Manajemen Pendidikan Islam, vol 8 no.1 2025).

Nur Fatimah, “Pengembangan *Personal branding* dalam Pendidikan Islam di Indonesia”, Jurnal Pendidikan Islam 13 (1) (2022).

Nurdiani, d. (2014). Teknik *Snowball* Sampling. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.45-47. Diakses 15 Desember 2025.

Nurhalimah, “Strategi Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan *Brand Image* Sekolah Menuju Sekolah Unggul Di Mis Nurus Salam Deli Tua

Medan Sumatera Utara”, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2023.

Peter Montoya & Tim Vandehey, “The Brand Called You”,(McGraw-Hill, 2003).

Peter Montoya & Tim Vandehey,” *The Brand Called You*” , (McGraw-Hill, 2003).

Peter Montoya & Tim Vandehey,” *The Brand Called You*”, (McGraw-Hill, 2003).

Peter Montoya & Tim Vandehey,” *The Brand Called You*”,(McGraw-Hill, 2003).

Peter Montoya & Tim Vandehey,”*The Brand Called You*”, (McGraw-Hill, 2003).

Peter Montoya, “*The Personal branding Phenomenon*” (*Personal branding Press*,2002).

Peter Montoya, “*The Personal branding Phenomenon*” (*Personal branding Press*,2002)

Peter Montoya,” *The Personal branding Phenomenon*”,(*Personal branding Press*,2002).

Putri Adinda Pratiwi et al., “Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra- Pengajar EFL,” *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 1 (2024): 133–49.

Putri, Alantika; Yuniani, Hani; Meliala, Robbikal M., “*Personal branding Pimpinan SD Islam Al Ikhlas dalam Mempertahankan Citra Sekolah*”(Jurnal Al-miraj vol 3 no1 2024)

Putu Ayu Trisna Febrianty, SE.,MM. “*Personal branding dari Konsep menuju Praktik*”.PT Nilacakra Publishing House, IKAPI, Bali, 2025.

Rizki Fitriandy, “Pelatihan Membangun *Personal branding* dan Kepercayaan Diri pada Siswa SMP Negeri 2 Mempawah Timur”, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 5 No 1 2025

Sallis, Edward. (2015). Total *Quality Management in Education*. London: Routledge

Samsul Bahri. “*Dasar-dasar Pendidikan*”. Penerbit Adab, IKAPI, Jawa Barat, 2024.

Santoso, B. (2020). “*Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan*”. Jakarta: Pustaka Pendidikan.

Santoso, B. (2020). ”*Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan*”. Jakarta: Pustaka Pendidikan.

Santoso, B. (2020).” *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan*”. Jakarta: Pustaka Pendidikan.

Santoso, B. (2020).”*Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Perspektif Manajemen Pendidikan*”, Jakarta: Pustaka Pendidikan.

Spillane, J. P., Halverson, R., & Diamond, J. B. (2004). *Towards a theory of leadership practice: A distributed perspective. Journal of Curriculum Studies*, 36(1).

Sudarwan Danim, “Visi Baru Manajemen Sekolah”, : Dari Unit Birokrasi ke Lembaga Akademik (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).

Sudarwan Danim,” Visi Baru Manajemen Sekolah “,(Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

Sudarwan Danim,” Visi Baru Manajemen Sekolah “,(Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).

Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).

Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif”, dan R&D,(Bandung : Alfabeta,2010).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, hlm. 124. Diakses 15 Desember 2025.

Suprayogo, Imam, and Tobroni, “Metodelogi Penelitian Agama,” *Metodologi Penelitian*, 2014, 102.

Syah, Muhibbin. (2017). Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Transformational Leadership” (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994),

Veithzal Rivai,” *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*”, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014).

Wahjosumidjo, “*Manajemen Pendidikan*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001)

Wahjosumidjo,” *Manajemen Pendidikan*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001).

Wawancara dan Kuesioner, “Teknik Pengumpulan Data” 3, no. 1 (n.d.): 39–47.

Wawancara prapenelitian dengan Ibu Elia Okta Dianti, A. Md. Operator Sekolah, informan pra-penelitian, oleh Anes Fitria, 17 November 2025, Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah.

Wawancara prapenelitian dengan Mahdaleta . Wali Murid kelas VII, oleh Anes Fitria, 17 November 2025.

Wawancara, Guru Zaylansyah, S.Pd. Gr, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

Wawancara, Kepala Sekolah Indra Rahmatul ‘Ula, S.Pd, Si, Gr, Pada Tanggal 12 Mei 2026.

Wawancara, Waka Kurikulum Yuliana, S.Hut, M.Pd, Pada Tanggal 19 Mei 2026.

William Arruda, *Career Distinction: “Stand Out by Building Your Brand”* (Wiley,2007).

William Arruda, *Career Distinction: “Stand Out by Building Your Brand”*, (Wiley,2007) .

William Arruda, Career Distinction:” *Stand Out by Building Your Brand*
“(Wiley,2007).

Yanto M, “Sensitivitas Pendidikan Antara budaya Mahasiswa Manajemen
Sebagai Masa depan Tokoh Pendidikan di Indonesia”

RISE- Jurnal Internasional Sosiologi Pendidikan, Vol.11 No.3

Oktober 2022 263-290 DOI

L

A

M

P

I

R

A

N

PEDOMAN WAWANCARA

Peran kepala sekolah dalam membangun personal branding di sekolah kreatif smp Aisiyiah

Peneliti :

Hari, Tanggal :

Pedoman wawancara ini digunakan untuk

INFORMAN KEPALA SEKOLAH

No	SubFokus	Indikator	Pertanyaan wawancara
1.	Peran kepala sekolah	Educator (pendidik)	1. Bagaimana bapak membina dan meningkatkan kompetensi guru? 2. Program apa yang dilakukan untuk meningkatkan mutu pembelajaran? 3. Bagaimana peran bapak dalam pengembangan kurikulum?
		Managesr	1. Bagaimana bapak merencanakan program sekolah ? 2. Bagaimana pengelolaan guru dan staf di sekolah ini? 3. Bagaimana proses evaluasi program sekolah?
		Administrator	1. Bagaimana sistem administrasi yang diterapkan disekolah ? 2. Bagaimana memastikan administrasi berjalan efektif?
		Supervisor	1. Bagaimana pelaksanaan supervisi terhadap guru ? 2. Apa tindak lanjut setelah supervisi terhadap guru?
		Leader (pemimpin)	1. Gaya kepemimpinan apa yang bapak terapkan? 2. Bagaimana cara mengambil keputusan dalam situasi sulit?

		Innovator	1. Inovasi apa saja yang telah dilakukan di sekolah ? 2. Bagaimana menyesuaikan diri dengan pengembangan teknologi Media Digital?
		Motivator	1. Bagaimana cara memotivasi guru dan siswa? 2. Apa ada sistem reward di sekolah ini ?
2.	Personal branding	Self personal branding (citra diri)	1. Bagaimana bapak mendeskripsikan diri sebagai kepala sekolah? 2. Nilai apa yang ingin ditonjolkan dalam kepemimpinan ?
		Unique value(nilai unik)	1. Apa keunggulan atau ciri khas kepemimpinan bapak? 3. Program apa yang menjadi identitas sekolah?
		Kredibilitas& reputasi	1. Bagaimana membangun kepercayaan guru dan masyarakat? 2. Bagaimana menjaga konsistensi antara ucapan dan tindakan?
		Komunikasi &visibilitas	1. Bagaimana menyampaikan visi dan misi sekolah ? 2. Apakah memanfaatkan media sosial untuk membangun citra ?
		Jejaring & relasi	1. Bagaimana membangun relasi dengan pihak luar ?
		Autentitas	1. Seberapa penting autentitas dalam personal branding ?
		Dampak personal branding	1. Apakah ada perubahan citra sekolah sejak menjabat? 2. Bagaimana pengaruh personal branding terhadap kepercayaan masyarakat?
3.	Pertanyaan Penutup		1. Apakah tantangan terbesar dalam menjalankan peran sebagai kepala sekolah sekaligus membangun personal branding? 2. Apa harapan bapak terhadap perkembangan sekolah ke depan ?

INFORMAN GURU

No	SubFokus	Indikator	Pertanyaan wawancara
1.	Pandangan Guru Mengenai Peran kepala sekolah	Educator (pendidik)	1. Bagaimana Pandangan bapak/Ibu Untuk Kepala Sekolah Saat ini Dalam membina dan meningkatkan kompetensi guru? 2. Program apa yang sudah dilakukan oleh Kepala Sekolah untuk meningkatkan mutu pembelajaran? 3. Bagaimana peran bapak Kepala Sekolah dalam pengembangan kurikulum?
		Managesr	1. Bagaimana bapak Kepala Sekolah Dalam merencanakan program sekolah ? 2. Bagaimana Kepala Sekolah pengelolaan guru dan staf di sekolah ini? 3. Bagaimana Kepala Sekolah Melakukan proses evaluasi program sekolah?
		Administrator	1. Bagaimana Kepala Sekolah Membuat sistem administrasi yang diterapkan disekolah ? 2. Bagaimana Kepala Sekolah memastikan administrasi berjalan efektif?
		Supervisor	1. Bagaimana pelaksanaan supervisi terhadap guru ? 2. Apa tindak lanjut setelah supervisi terhadap guru?
		Leader (pemimpin)	1. Gaya kepemimpinan apa yang bapak terapkan? 2. Bagaimana cara mengambil keputusan dalam situasi sulit?
		Innovator	1. Inovasi apa saja yang telah dilakukan di sekolah ? 2. Bagaimana menyesuaikan diri dengan pengembangan teknologi Media Digital?
		Motivator	1. Bagaimana cara memotivasi guru dan siswa? 2. Apa ada sistem reward di sekolah ini ?
2.	Personal branding	Self personal branding (citra diri)	1. Bagaimana bapak mendeskripsikan diri sebagai kepala sekolah? 2. Nilai apa yang ingin ditonjolkan dalam kepemimpinan ?
		Unique value(nilai unik)	1. Apa keunggulan atau ciri khas kepemimpinan bapak? 2. Program apa yang menjadi identitas sekolah?

		Kredibilitas & reputasi	1. Bagaimana membangun kepercayaan guru dan masyarakat? 2. Bagaimana menjaga konsistensi antara ucapan dan tindakan?
		Komunikasi & visibilitas	1. Bagaimana menyampaikan visi dan misi sekolah ? 2. Apakah memanfaatkan media sosial untuk membangun citra ?
		Jejaring & relasi	1. Bagaimana membangun relasi dengan pihak luar ?
		Autentitas	1. Seberapa penting autentitas dalam personal branding ?
		Dampak personal branding	1. Apakah ada perubahan citra sekolah sejak menjabat? 2. Bagaimana pengaruh personal branding terhadap kepercayaan masyarakat?
3.	Pertanyaan Penutup		1. Apakah tantangan terbesar dalam menjalankan peran sebagai kepala sekolah sekaligus membangun personal branding? 2. Apa harapan bapak terhadap perkembangan sekolah ke depan ?

INFORMAN WALI MURID SISWA

No	SubFokus	Indikator	Pertanyaan wawancara
1.	Pandangan Wali Murid Mengenai Peran kepala sekolah	Educator (pendidik)	1. Bagaimana bapak membina dan meningkatkan kompetensi guru? 2. Program apa yang dilakukan untuk meningkatkan mutu pembelajaran? 3. Bagaimana peran bapak dalam pengembangan kurikulum?
		Managesr	1. Bagaimana bapak merencanakan program sekolah ? 2. Bagaimana pengelolaan guru dan staf di sekolah ini? 3. Bagaimana proses evaluasi program sekolah?
		Administrator	1. Bagaimana sistem administrasi yang diterapkan disekolah ? 2. Bagaimana memastikan administrasi berjalan efektif?
		Supervisor	1. Bagaimana pelaksanaan supervisi terhadap guru ? 2. Apa tindak lanjut setelah supervisi terhadap guru?
		Leader (pemimpin)	1. Gaya kepemimpinan apa yang bapak terapkan? 2. Bagaimana cara mengambil keputusan dalam situasi sulit?
		Innovator	1. Inovasi apa saja yang telah dilakukan di sekolah ? 2. Bagaimana menyesuaikan diri dengan pengembangan teknologi Media Digital?
		Motivator	1. Bagaimana cara memotivasi guru dan siswa? 2. Apa ada sistem reward di sekolah ini ?
2.	Personal branding	Self personal branding (citra diri)	1. Bagaimana bapak mendeskripsikan diri sebagai kepala sekolah? 2. Nilai apa yang ingin ditonjolkan dalam kepemimpinan ?
		Unique value(nilai unik	1. Apa keunggulan atau ciri khas kepemimpinan bapak? 2. Program apa yang menjadi identitas sekolah?
		Kredibilitas& reputasi	1. Bagaimana membangun kepercayaan guru dan masyarakat? 2. Bagaimana menjaga konsistensi anantara ucapan dan tindakan?

		Komunikasi &visibilitas	1. Bagaimana menyampaikan visi dan misi sekolah ? 2. Apakah memanfaatkan media sosial untuk membangun citra ?
		Jejaring & relasi	1. Bagaimana membangun relasi dengan pihak luar ?
		Autentitas	1. Seberapa penting autentitas dalam personal branding ?
		Dampak personal branding	1. Apakah ada perubahan citra sekolah sejak menjabat? 2. Bagaimana pengaruh personal branding terhadap kepercayaan masyarakat?
3.	Pertanyaan Penutup		1. Apakah tantangan terbesar dalam menjalankan peran sebagai kepala sekolah sekaligus membangun personal branding? 2. Apa harapan bapak terhadap perkembangan sekolah ke depan ?

Lampiran Wawancara



**Wawancara Bersama Kepala Sekolah
Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong
Bapak Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd, Gr.**

Lampiran Wawancara



**Wawancara Bersama Waka Kurikulum
Sekolah Kreatif SMP Aisyiyah Rejang Lebong
Ibu Yuliana, S. Hut, M.Pd.**

Lampiran Wawancara



Wawancara Bersama Guru
Sekolah Kreatif SMP Aisiyyah Rejang Lebong
Bapak Zaylansyah, S.Pd. Gr.

Lampiran

Lokasi Penelitian



Lampiran
Kegiatan Kepala Sekolah







KEMENTERIAN PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH

DIREKTORAT JENDERAL GURU, TENAGA KEPENDIDIKAN, DAN PENDIDIKAN GURU
Kantor Guru dan Tenaga Kependidikan Provinsi Bengkulu

SERTIFIKAT

Nomor: 09/B7.29/GT.02.00/2025

diberikan kepada

INDRA RAHMATUL 'ULA

SMP 'AISYIYAH

telah mengikuti **Pelatihan Pembelajaran Mendalam bagi Kepala Sekolah** yang diselenggarakan oleh UPT, Direktorat Jenderal Guru, Tenaga Kependidikan, dan Pendidikan Guru pada tanggal 20 Juli s.d. 30 November 2025 di Bengkulu dengan predikat **== Amat Baik ==**

Jakarta, 30 November 2025

Direktur Jenderal Guru, Tenaga Kependidikan,
dan Pendidikan Guru,



Prof. Dr. Nunuk Suryani, M.Pd.
NIP. 196611081990032001



STRUKTUR PROGRAM

Pelatihan Pembelajaran Mendalam bagi Kepala Sekolah

Materi	Asinkron	In-1	On	In-2
Materi Umum				
1. Kebijakan Daerah		1		1
2. Orientasi Kegiatan		1		1
Materi Inti				
1. Pola Pikir Berhimpun (Growth Mindset) pada Pembelajaran Mendalam	2	3		
2. Kerangka Kerja Pembelajaran Mendalam	3	6		
3. Penyesuaian Visi, Misi, dan Tujuan Satuan Pendidikan dengan Pembelajaran Mendalam	2	4	120	28
4. Lingkungan Belajar dan Pemanfaatan Digital	2	18		
5. Penyusunan Rancangan dan Implementasi Inkuiri Kolaboratif	4	4		
Materi Penunjang				
1. Rencana Tindak Lanjut		1		1
2. Evaluasi Penyelenggaraan Kegiatan		1		
3. Refleksi Kegiatan		1		1
4. Tes Awal dan Tes Akhir		2		
Jumlah JP	13	40	120	32

Kepala KGTK Provinsi Bengkulu,



Dr. Nasyith Forefry, S.T., M.M.
NIP. 197606012005011002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

FAKULTAS TARBIYAH PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: Email: Kode Pos 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

PADA HARI INISenin.....JAMTANGGAL 15 Juli.... TAHUN 2025
TELAH DILAKSANAKAN SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA :

NAMA : Anes Fitria
NIM : 22561009
PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
SEMESTER : ENAM
JUDUL PROPOSAL : Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan
Kuantitas Siswa di Sekolah Islamik Smp Al-Furqan
Pajang Lintang

BERKENAAN DENGAN ITU, KAMI DARI CALON PEMBIMBING MENERANG-
KAN BAHWA :

1. PROPOSAL INI LAYAK DILANJUTKAN TANPA PERUBAHAN JUDUL
2. PROPOSAL INI LAYAK DILANJUTKAN DENGAN PERUBAHAN JUDUL
DAN BEBERAPA HAL YANG MENYANGKUT TENTANG :

a. Proposal ini layak dilanjutkan dengan perubahan judul

b.

c.

3. PROPOSAL INI TIDAK LAYAK DILANJUTKAN KECUALI
BERKONSULTASI KEMBALI DENGAN PENASEHAT AKADEMIK DAN
PRODI

DEMIKIAN BERITA ACARA INI KAMI BUAT, AGAR DAPAT DIGUNAKAN
SEBAGAIMANA SEMESTINYA.

CALON PEMBIMBING I

(Dr. Sumarto Wicakusuma, M.Pd.)

CURUP, JULI 2025

CALON PEMBIMBING II

(Anes Fitria, S.Pd.)

MODERATOR,

(Dwiita Aprilia)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBIYAH**

Alamat : Jalan DR. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010
(0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : admin@iaincurup.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH

Nomor : 14 Tahun 2025

- Tentang
**PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN 2 DALAM PENULISAN SKRIPSI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**
- Menimbang** :
- Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa, perlu ditunjuk dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
 - Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing I dan II;
- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup;
 - Peraturan Menteri Agama RI Nomor : 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
 - Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022 - 2026;
 - Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor : 3514 Tahun 2016 Tanggal 21 oktober 2016 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana STAJN Curup;
 - Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0317 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Memperhatikan** :
- Berita Acara Seminar Proposal Pada Hari Senin, 14 Juli 2025
- M E M U T U S K A N :**
- Menetapkan**
- Pertama** :
- Dr. Jumira Warlisasusi M.Pd** NIP. 19660925 199502 2 001
 - Agus Ryun Oktori, M.Pd.I** NIP. 19910818 201903 1 008
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N A M A : **Anes Fitria**
- N I M : **22561007**
- JUDUL SKRIPSI : **"Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun Personal Branding di Sekolah Kreatif SMP Alauyiyah"**
- Kedua** : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 12 kali pembimbing I dan 12 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga** : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan koreksi skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan ;
- Keempat** : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku ;
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya ;
- Keenam** : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan ;
- Kesepuluh** : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku ;

Ditetapkan di Curup,

Pada tanggal 13 November 2025



- Tersusun :
- Rektor
 - Dendatara IAIN Curup,
 - Kelag, Akademik, kemahasiswaan dan kerja sama,
 - Mahasiswa yang bersangkutan,



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBIYAH

Jln. Dr. AK Gani No.01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax.21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

Nomor : 134/In.34/PT/PP.00.9/03/2026
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Hal : Permohonan Izin Penelitian

10 Maret 2026

Kepada Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu 1 Pintu Kabupaten Rejang
Lebong

Assalamualaikum Wr, Wb

Dalam rangka penyusunan skripsi S.1 pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Anes Fitria
NIM : 22561007
Fakultas/Prodi : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul Skripsi : "Peran Kepala Sekolah Dalam Membangun Personal Kreatif SMP
AISYIYAH
Waktu Penelitian : 10 Maret 2026 s.d 10 Juni 2026
Tempat Penelitian : SMP AISYIYAH

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada Mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.



Tembusan : disampaikan Yth ;
1. Rektor
2. Wakil I
3. Ka. Biro AUAK



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Basuki Rahmat No.10 ■ Telp. (0732) 24622 Curup

SURAT IZIN

Nomor : 503 / 104 / IP / DPMPTSP / III / 2026

TENTANG PENELITIAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP KABUPATEN REJANG LEBONG

- Dasar : 1. Keputusan Bupati Rejang Lebong Nomor 14 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
2. Surat dari Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah IAIN Curup Nomor : 274/In.34/FT/PP.00.9/03/2026 tanggal 10 Maret 2026 Hal Izin Penelitian

Dengan ini mengizinkan, melaksanakan Penelitian kepada :

Nama / TTL	: Anes Fitria
NIM	: 22561007
Pekerjaan	: Mahasiswa
Program Studi/Fakultas	: Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam
Judul Proposal Penelitian	: "Peran Kepala Sekolah dalam Membangun Personal Kreatif SMP AISYIYAH"
Lokasi Penelitian	: SMP AISYIYAH Rejang Lebong
Waktu Penelitian	: 10 Maret 2026 s.d 10 Juni 2026
Penanggung Jawab	: Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah IAIN Curup

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Harus mentaati semua ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku.
- Selesai melakukan penelitian agar melaporkan/menyampaikan hasil penelitian kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong.
- Apabila masa berlaku izin ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai perpanjangan izin Penelitian harus diajukan kembali kepada instansi pemohon.
- Izin ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak menaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut di atas.

Demikian Izin ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Curup

Pada Tanggal : 11 Maret 2026



An. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Kabupaten Rejang Lebong
 Sekretaris,
ACHMAD FAIZAL ADRYAN, S.Sos
 NIP. 19811017 200212 1 004

Tembusan:

- Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah IAIN Curup
- Kepala Sekolah SMP AISYIYAH Rejang Lebong
- Yang bersangkutan
- Arif



**MAJELIS PENDIDIKAN ANAK USIA DINI, DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN DAERAH 'AISYIYAH REJANG LEBONG
SMP 'AISYIYAH**

Alamat : Jl KHA. Dahlan No. 71 RT 9 Kel. Talang Rimbo Baru Curup

NSS : 202260205002

NPSN : 69856224

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 61/PDA/D/SMP/KET/V/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd.,Si.,Gr**
NP : **0420140102018020**
Jabatan : **Kepala SMP 'AISYIYAH Rejang Lebong**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Anes Fitria**
NIM : **22561007**
Prodi : **Manajemen Pendidikan Islam**

Telah menyelesaikan penelitian dari tanggal 10 Maret 2026 sampai dengan 10 Juni 2026 dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul " **Peran Kepala Sekolah dalam Membangun Personal Kreatif SMP AISYIYAH** "

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 5 Mei 2026
Kepala Sekolah

Indra Rahmatul 'Ula, S.Pd.Si.Gr
NP.042014012018020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.laincurup.ac.id> Email: admin@laincurup.ac.id Kode Pos 39119

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: Anes Fitria
NIM	: 22541007
PROGRAM STUDI	: Manajemen Pendidikan Islam
FAKULTAS	: Tarbiyah
DOSEN PEMBIMBING I	: Dr. Sumira Warizatuss M. Pd
DOSEN PEMBIMBING II	: Agus Riza Oktari, M. Pd. I
JUDUL SKRIPSI	: Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Personal branding Disekolah kreatif SMP Aisyiah
MULAI BIMBINGAN	: 02 Maret 2026
AKHIR BIMBINGAN	: 06 Juli 2026

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING I
1.	02/03-2026	Pengantar Bab I dan II , alasan keberuntungan judul	[Signature]
2.	12/03-2026	Buat Peta Konsep tentang konsep penelitian dan strategi penelitian Buat Pedoman Wawancara di buku dan formal	[Signature]
3.	22/03-2026	Ace untuk peneliti	[Signature]
4.	27/04-2026	- Buat pedoman wawancara berdasarkan bab II	[Signature]
5.	4/09-2026	Rubrik pedoman wawancara, sesuai bab II	[Signature]
6.	11/05-2026	Buat rubrik pedoman difotokopi/ditulis	[Signature]
7.	18/06-2026	Laporan penelitian I yang sudah dilaksanakan & penelitian tindakan	[Signature]
8.	1/7-2026	Buat rangkuman berdasarkan hasil penelitian	[Signature]
9.	6/7-2026	Ace Ujian Skripsi	[Signature]
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH
DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I.

NIP. 196609251995022001

CURUP, 06 | Juli 2026

PEMBIMBING II

NIP. 199108182019031008

- Lembar **Depan** Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar **Belakang** Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: Anes Fitria
NIM	: 22561007
PROGRAM STUDI	: Manajemen Pendidikan Islam
FAKULTAS	: Tarbiyah
PEMBIMBING I	: Dr. Jumira Waritatussusi, M. Pd
PEMBIMBING II	: Anas Riyen Oktari, M. Pd. I
JUDUL SKRIPSI	: Peran kepala sekolah dalam Membangun Peningkatan branding di sekolah kreatif SMP Al-Furqan
MULAI BIMBINGAN	: 12 Januari 2026
AKHIR BIMBINGAN	: 29 Juni 2026

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING II
1.	12/01/2026	Bimbingan Bab I - III	
2.	29/01/2026	Revisi Bab I	
3.	04/03/2026	Bimbingan Bab I - III, Lanjut Pedoman & Instrumen wawancara	
4.	10/03/2026	Acc Bab I - III, Lanjut SK Penelitian	
5.	01/04/2026	Acc Penelitian	
6.	08/06/2026	Menengkapi Bab I - V, serta melengkapi lampiran	
7.	10/06/2026	Revisi Bab V menjadi 2 halaman	
8.	15/06/2026	Perbaikan Abstrak	
9.	18/06/2026	Menengkapi bagian kata pengantar	
10.	22/06/2026	Memperbaiki typo dalam penulisan	
11.	24/06/2026	Perambatan teori pada penulisan	
12.	25/06/2026	Menengkapi dan menambahkan lampiran	
13.	29/06/2026	ACC sidang Munaqasah	
14.			
15.			
16.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
SUDDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
CURUP

CURUP, 29 Juni 2026

PEMBIMBING I,

NIP. 196609251995022001

PEMBIMBING II,

NIP. 199108182019031008

Hasil Turnitin

ANES FITRIA Cek Turnitin

ORIGINALITY REPORT

35% SIMILARITY INDEX	32% INTERNET SOURCES	16% PUBLICATIONS	12% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source
3	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source
6	repository.stkippacitan.ac.id Internet Source
7	repository.umsu.ac.id Internet Source
8	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper
9	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source
10	yph-annihayah.com Internet Source
11	ejournal.insuriponorogo.ac.id Internet Source
12	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source
13	journal.unpas.ac.id Internet Source
14	repository.uac.ac.id Internet Source