



<b>Accepted:</b> May 2023	<b>Revised:</b> August 2023	<b>Published:</b> August 2023
------------------------------	--------------------------------	----------------------------------

## **Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat**

**Yekti Azizah**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

*e-mail: yektiazizah28@gmail.com*

**Umi Halwati**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

*e-mail: u.halwati@gmail.com*

### **Abstract**

*This study aims dig deeper into school branding strategies in increasing public awareness. The research method used is a qualitative method focusing on library research. The results of research on school branding strategies in increasing public awareness include (1) cool school uniforms, (2) forming positive characteristics that are superior and proud of, (3) realizing both academic and non-academic achievements, interesting documentation and publications, (4) visual documentation accompanied by written documentation with an attractive design, (5) utilization of information technology, (6) formation of a good slogan or take, (7) creating valued alumni.*

**Keywords:** *strategy; school branding; community awareness.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengulik lebih dalam mengenai strategi branding sekolah dalam meningkatkan awereness masyarakat. Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode kualitatif berfokus pada penelitian kepustakaan (library research). Hasil penelitian tentang strategi branding sekolah dalam meningkatkan awereness masyarakat meliputi (1) seragam sekolah yang keren, (2) membentuk ciri khas positif yang diunggulkan dan di banggakan, (3) mengejar prestasi baik akademik maupun non akademik, dokumentasi dan publikasi yang menarik, (4) dokumentasi visual diiringi dokumentasi tulisan dengan desain yang menarik, (5) pemanfaatan teknologi informasi, (6) pembentukan slogan atau takelain yang baik, (7) ciptakan alumni yang memiliki value.

**Kata Kunci:** *strategi, branding sekolah, awereness masyarakat;*

## Pendahuluan

Pendidikan merupakan aspek penting dalam setiap elemen kehidupan manusia, yang tidak bisa terpisahkan dari keseluruhan proses kehidupan manusia secara individual maupun komunal (Adrianto, 2019). Sehingga banyak orang yang berlomba-lomba mencari pendidikan yang terbaik diberbagai lembaga pendidikan atau sekolah supaya nantinya menjadi seorang yang intelektual. Semakin tingginya minat orang-orang terhadap pendidikan, semakin banyak juga lembaga pendidikan atau sekolah bermunculan dengan kualifikasinya masing-masing.

Sekolah-sekolah di era digital saat ini semakin memperlihatkan kepentingan mereka untuk membangun brand yang kuat, berbeda sehingga terekam dalam ingatan seseorang. Branding sekolah ialah teknik bagi sekolah supaya ada pengukuhan kepercayaan *awereness* masyarakat (Azizah dkk, 2022). Branding sekolah menjadi semakin penting dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, orang tua dan calon siswa dapat dengan mudah mencari informasi tentang sekolah melalui internet. Oleh karena itu, citra dan reputasi sekolah sangat berpengaruh terhadap pilihan sekolah orang tua dan calon siswa.

Dalam konteks pendidikan, branding sekolah atau school branding dapat diartikan sebagai upaya membangun citra dan brand yang kuat bagi lembaga pendidikan. Branding sekolah tidak terbatas pada logo, warna dan slogan, tetapi mencakup semua aspek yang berkaitan dengan identitas dan mutu pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Namun, citra baik dapat dibentuk melalui kualitas pendidikan yang baik (Fadli dan Mafrukhin, 2020).

Salah satu manfaat branding sekolah adalah meningkatkan kualitas pendidikan, dengan citra dan reputasi yang baik sekolah dapat menarik calon siswa yang berkualitas ke sekolah tersebut. Selain itu manfaat branding sekolah juga dapat memperkuat posisi sekolah di masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Namun, branding sekolah bukanlah perkara mudah dan sederhana, untuk itu diperlukan strategi yang tepat dan konsistensi dalam membangun citra dan reputasi sekolah.

Sekolah harus merefleksikan identitas, visi dan misi mereka sendiri dan mencari keunggulan yang membedakan mereka dari sekolah lain. Karena salah satu tujuan utama branding adalah untuk meningkatkan kesadaran (*awereness*) masyarakat tentang sekolah tersebut. Strategi branding dalam dunia pendidikan merupakan langkah taktik yang dapat digunakan oleh sekolah untuk memperkenalkan dirinya sebagai intitusi yang berkualitas dan mempromosikan citra positif yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan kesadaran (*awereness*) masyarakat tentang sekolah tersebut. Dalam jurnal ini, penulis lebih mendetail membahas mengenai strategi branding sekolah dalam meningkatkan (*awereness*) masyarakat sehingga dapat memberikan masukan dan referensi dalam megembangkan brand sekolah untuk meningkatkan (*awereness*) masyarakat.

## Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif berfokus pada penelitian kepustakaan (*library research*) yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang di kaji dalam artikel ini berasal dari beberapa artikel ilmiah jurnal nasional, jurnal internasional, dan beberapa buku yang berkaitan dengan strategi branding sekolah dalam meningkatkan *awereness* masyarakat.

Penelitian kepustakaan (*library research*) adalah kegiatan penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di

perpustakaan seperti buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, serta berbagai jurnal yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Sari dan Asmendri, 2020).

Langkah-langkah dalam penulisan artikel ini yaitu dengan mencari data dan informasi yang sesuai dengan fokus topik artikel melalui berbagai literatur baik buku, web resmi, artikel dari jurnal nasional, maupun internasional. Data dan informasi yang telah diperoleh kemudian dianalisis melalui analisis isi, dan kemudian hasil analisis diambil kesimpulan (Almaidah dan Bakar, 2023). Semua langkah dalam proses kegiatan penelitian dilakukan secara sistematis guna menghasilkan artikel yang bagus dan mampu menjawab atas permasalahan yang dihadapi.

## **Pembahasan**

Branding (identitas merek) menjadi sangat penting dan branding mutlak dibutuhkan dalam lembaga pendidikan. Branding adalah sesuatu yang melekat pada lembaga berupa keunggulan yang dimiliki sekolah bersangkutan (Mujib dan Saptiningsih, 2021). Menurut Zulaikha branding atau *brand image* tersusun melalui perencanaan mumpuni, disesuaikan visi misi lembaga namun marketable, supaya terbuka probabilitas bagi sekolah menggait siswa mencapai target baik kualitas dan kuantitasnya (Septian, 2022).

Branding sekolah merupakan sebuah strategi yang penting untuk meningkatkan citra positif sekolah. Citra positif sekolah atau branding itu sendiri merangkum visi tujuan utama dalam pembentukan reputasi dan pandangan baik yang dipresentasikan ke public (Rusyanti dkk, 2021). Sehingga, citra positif yang dimiliki oleh sekolah dapat menarik minat calon siswa, orang tua, dan masyarakat untuk memilih sekolah tersebut. Selain itu branding sekolah juga meningkatkan loyalitas siswa, guru, dan karyawan terhadap sekolah.

## **Strategi Branding**

Terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan dalam strategi branding sekolah yang efektif dapat meningkatkan *awerennes* masyarakat.

1. Seragam sekolah yang keren
  - a. Merancang seragam sekolah yang unik dan kreatif. Ciptakan desain seragam yang mencerminkan identitas sekolah dengan perhatian kepada elemen-elemen seperti warna, logo, pola, atau aksesoris khusus yang dapat membedakan seragam sekolah dari yang lainnya. Setiap sekolah mempunyai seragam tertentu yang telah diatur oleh pimpinan sekolah tersebut (Ulva, 2020).
  - b. Tambahkan elemen unik atau aksesoris untuk memperkuat branding, pertimbangkan untuk menambahkan elemen unik atau aksesoris pada seragam sekolah. Misalnya, menambahkan logo sekolah pada dasi atau mengizinkan siswa untuk menggunakan pin atau aksesoris khusus yang memperlihatkan prestasi atau keanggotaan dalam klub atau organisasi sekolah.
  - c. Dukung budaya sekolah dan nilai-nilai sekolah yang kuat. Pastikan bahwa seragam disesuaikan visi, misi, dan nilai-nilai sekolah, dan pastikan agar siswa dan staf sekolah merasa bangga mengenakan seragam tersebut.
2. Membentuk ciri khas positif
  - a. Identifikasi nilai-nilai inti sekolah. Tentukan nilai-nilai inti yang ingin dipromosikan dan tonjolkan dalam budaya sekolah. Misalnya, keunggulan akademik, keberagaman, kolaborasi, kepemimpinan, atau kepedulian terhadap lingkungan. Bervariasinya nilai-nilai

tersebut mengacu pada visi dan misi sekolah (Siswoyo dkk, 2018). Nilai-nilai ini akan menjadi landasan untuk membentuk ciri khas positif sekolah.

- b. Kembangkan program pendidikan unik yang berbeda dari sekolah lain. Misalnya, program keahlian khusus, kurikulum kreatif, pendekatan pembelajaran inovatif, atau pendekatan terintegrasi pada seni, olahraga, organisasi, atau kegiatan ekstrakurikuler. Program-program ini akan menjadi daya tarik utama dan ciri khas positif sekolah dan memungkinkan siswa untuk mengekspresikan minat dan bakat mereka.
  - c. Bentuk hubungan dengan komunitas yang kuat sekitar sekolah. Libatkan masyarakat dalam kegiatan sekolah, seperti pertunjukan seni, kegiatan amal, atau proyek lingkungan. Untuk mendorong hubungan harmonis tersebut dukungan masyarakat dan ketelibatannya pada kegiatan di sekolah sangat penting (Mardiyah, 2020). Hal ini akan membantu memperluas jangkauan sekolah dan memperkuat citra positif di mata masyarakat.
3. Mengejar prestasi yang baik
- a. Tetapkan tujuan prestasi yang ingin dicapai oleh sekolah dalam hal akademik maupun non-akademik. Misalnya, meningkatkan hasil ujian, meraih penghargaan dalam kompetisi, atau `menciptakan program kegiatan yang inovatif dan sukses. Karena sekolah yang berprestasi adalah sekolah yang berani melakukan inovasi untuk mencapai hasil dalam bidang akademik dari proses belajar maupun non akademik yang berasal dari keahlian mengasah soft skill di luar keahlian akademik serta potensi non akademik anak dikembangkan melalui kegiatan ekstra kurikuler yang diselenggarakan diluar jam pelajaran (Nurhayati, 2018).
  - b. Dukung pembelajaran yang berkualitas dengan memastikan kualitas pembelajaran di sekolah selalu ditingkatkan. Fokus pada strategi pengajaran yang efektif, fasilitas yang memadai, dan sumber daya pendukung yang memadai untuk menciptakan lingkungan belajar yang baik.
  - c. Berikan dukungan dan pelatihan kepada guru. Guru adalah faktor kunci dalam mencapai prestasi, maka dari itu dukungan dan pelatihan diperlukan guru agar mereka dapat memberikan pengajaran terbaik kepada siswa. Dorong mereka untuk mengembangkan metode pengajaran yang inovatif dan menerapkan teknologi dalam pembelajaran.
  - d. Berikan kesempatan untuk pengembangan diri. Sediakan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan diri di luar kelas melalui kegiatan ekstrakurikuler, seperti klub akademik, olahraga, seni, atau organisasi siswa (Rohman, 2020). Dukung mereka dalam mencapai prestasi dan publikasikan pencapaian mereka.
  - e. Dukung partisipasi dalam kompetisi dan kegiatan akademik. Dorong siswa untuk berpartisipasi dalam kompetisi akademik di tingkat lokal, nasional, atau internasional (Nurkarima dkk, 2020). Sediakan dukungan dan persiapan yang diperlukan untuk meningkatkan peluang keberhasilan mereka.
4. Dokumentasi visual diiringi dokumentasi tulisan dengan desain yang menarik
- a. Gunakan fotografi dan video yang menarik. Dokumentasikan kegiatan sekolah, acara, dan prestasi siswa dengan menggunakan fotografi dan video yang berkualitas tinggi. Pastikan foto dan video tersebut menangkap momen-momen penting dan menggambarkan kegembiraan serta semangat di sekolah.
  - b. Buat konten yang menarik. *Content* konten merupakan segala informasi yang terdapat di media internet atau media *online* (Edib, 2021). Selain visual, buatlah dokumentasi tulisan yang informatif dan menarik. Tulis artikel, berita, atau laporan tentang kegiatan sekolah,

- prestasi siswa, dan program unggulan yang ditawarkan menggunakan bahasa yang menarik, ringkas, dan mudah dipahami oleh berbagai audiens.
- c. Desain dengan kreativitas. Perhatikan desain yang menarik untuk dokumentasi visual dan tulisan dengan menggunakan grafis, tipografi, dan tata letak yang estetis dan sesuai dengan identitas visual sekolah. Yang mencerminkan kepribadian dan pesan sekolah.
  - d. Buat konten berkelanjutan. Buat jadwal publikasi rutin untuk dokumentasi visual dan tulisan. Hal ini akan memberikan kontinuitas dalam brand storytelling sekolah dan membangun ekspektasi positif dari siswa, orang tua, dan masyarakat terhadap konten yang akan datang.
5. Pemanfaatan teknologi informasi,
- a. Situs web yang menarik. Bangun situs web sekolah yang menarik dan informatif dengan desain profesional, responsif, dan mudah dinavigasi berupa informasi tentang program sekolah, prestasi, berita terbaru, dan kontak yang dapat dihubungi.
  - b. Manfaatkan platform media sosial contohnya *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, atau *LinkedIn* dalam mempromosikan kegiatan sekolah, berbagi informasi, dan terhubung dengan siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat. Buat konten yang menarik, berinteraksi dengan pengikut, dan jaga konsistensi brand dalam setiap postingan. *Facebook* dengan statusnya, *instagram* dengan foto dan caption-nya, *twitter* dengan *tweet* yang pendek, dan *youtube* dengan videonya (Edib, 2021).
  - c. Buat blog dan artikel online.sekolah yang relevan dengan pendidikan, kegiatan sekolah, dan topik yang menarik bagi audiens target untuk membangun reputasi sebagai sumber informasi yang terpercaya. Blog yang sudah dimiliki selanjutnya dioptimalkan melalui penyajian peristiwa di dalam dan luar sekolah dengan berbagai konten interaktif supaya memberi kesan baik ke audiens (Arifina dan Afrilia, 2022).
  - d. Aplikasi sekolah digunakan dan dikembangkan untuk memungkinkan siswa, orang tua, dan staf untuk berkomunikasi, mengakses jadwal, melacak tugas, dan memperoleh informasi terkini. Dengan adanya aplikasi tersebut membantu sistem monitoring akademik siswa sehingga guru terbantu dalam melaporkan kegiatan akademik siswa kepada pihak orang tua dan cukup membantu sekolah pada pelaporan tersebut (Megawaty, 2020).
  - e. Pemasaran online. Gunakan teknik pemasaran online seperti iklan berbayar, optimasi mesin pencari (SEO) (Sewaka dkk., 2022), atau kampanye digital untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran tentang sekolah. Targetkan iklan ke audiens yang relevan, termasuk calon siswa dan orang tua, serta optimalkan situs web dan konten untuk muncul di hasil pencarian.
6. Pembentukan slogan atau tagline yang baik
- a. Kenali nilai-nilai dan keunggulan sekolah dengan identifikasi nilai-nilai inti dan keunggulan yang membedakan sekolah lain-nya. Pertimbangkan keunikan, budaya, atau program unggulan yang ingin ditonjolkan dalam slogan atau tagline yang bertujuan mudah teringat konsumen. Oleh karenanya tagline harus efektif berperan pada pembentukan brand image di benak public tidak semata tambahan atau pemanis (Firmansyah, 2022).
  - b. Buatlah pesan yang singkat dan menggugah serta fleksibel. Slogan atau tagline harus singkat, mudah diingat, dan mampu mengkomunikasikan pesan yang kuat. Hindari bahasa yang terlalu umum atau klise, dan fokuslah pada kata-kata yang mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai sekolah yang dapat beradaptasi dengan perubahan dan digunakan dalam berbagai konteks, seperti iklan, materi pemasaran, atau situs web.

- c. Pertimbangkan karakteristik target audiens. Pahami target audiens, seperti siswa, orang tua, atau masyarakat, dan sesuaikan bahasa dan gaya slogan dengan karakteristik mereka. Jika mungkin, melibatkan siswa, orang tua, dan staf sekolah dalam proses perumusan slogan untuk mendapatkan perspektif yang beragam.
  - d. Uji dan evaluasi. Setelah merumuskan beberapa pilihan slogan atau tagline, lakukan uji coba dan evaluasi terhadap mereka. Mintalah pendapat dari siswa, orang tua, dan staf sekolah untuk melihat mana yang paling efektif dan mencerminkan citra sekolah dengan baik.
7. Ciptakan alumni yang memiliki value.
- a. Fokus pada pendidikan berkualitas sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas (Anggraini dan Hudaidah, 2021). Dengan memberikan pengalaman belajar yang baik, siswa akan menjadi lulusan yang kompeten dan siap menghadapi tantangan dunia nyata.
  - b. Jaringan alumni yang kuat yang aktif dan berkelanjutan. Sediakan forum atau acara khusus yang memungkinkan alumni untuk terhubung, berbagi pengalaman, dan saling mendukung. Jaringan ini dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi, peluang kerja, dan kolaborasi di antara alumni dan dengan sekolah.
  - c. Promosikan pencapaian alumni melalui dokumentasi pencapaian dan kontribusi positif alumni. Publikasikan kisah sukses mereka melalui berbagai saluran komunikasi seperti situs web sekolah, media sosial, newsletter, atau acara sekolah. Hal ini akan membanggakan alumni dan memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang menghasilkan lulusan berprestasi. Alumni berprestasi dan kompeten dibidangnya sehingga berperan penting pada penciptaan opini publik agar menarik minat calon siswa baru. Peran alumni ini menjadi acuan utama pada pengambilan keputusan orang tua serta calon siswa memilih sekolah (Wathoni, 2021).
  - d. Membangun keterlibatan dan partisipasi alumni. Undang alumni untuk berpartisipasi dalam kegiatan sekolah, menjadi pembicara tamu, memberikan wawasan, atau menyumbangkan sumber daya mereka. Selalu pertahankan komunikasi yang baik dengan alumni, perbarui tentang perkembangan sekolah, dan libatkan mereka dalam program atau kegiatan. Dengan cara ini, alumni akan merasa terhubung dengan sekolah mereka dan lebih mungkin untuk menjadi duta yang positif bagi citra dan reputasi sekolah.

## Penutup

Strategi yang penting untuk meningkatkan citra positif sekolah dan kepercayaan (*awereness*) masyarakat dapat dilakukan dengan sebuah branding. Citra positif sekolah atau branding itu sendiri terdapat visi tujuan utama terbentuknya reputasi serta sudut pandang yang baik dari publik atau masyarakat. Sehingga, citra positif yang dimiliki oleh sekolah dapat menarik minat calon siswa, orang tua, dan masyarakat untuk memilih sekolah tersebut. Strategi branding sekolah dalam meningkatkan *awereness* masyarakat harus selalu dilakukan salah satu caranya melalui (1) seragam sekolah yang keren, (2) membentuk ciri khas positif yang diunggulkan dan di banggakan, (3) mengejar prestasi baik akademik maupun non akademik, dokumentasi dan publikasi yang menarik, (4) dokumentasi visual diiringi dokumentasi tulisan dengan desain yang menarik, (5) pemanfaatan teknologi informasi, (6) pembentukan slogan atau takelain yang baik, (7) ciptakan alumni yang memiliki value.

## Daftar Pustaka

- Adrianto, Sopan. “Peranan Pendidikan Sebagai Transformasi Budaya.” *Cki On Spot* 12, no. 1 (26 Agustus 2019). <http://jurnal.stikomcki.ac.id/index.php/cos/article/view/54>.
- Almaidah, Nirwana, dan Bakar, Abu. “Manajemen Pendidikan Multikultural-Religius Dalam Stratifikasi Sosial.” *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 1 (19 Februari 2023): 1–10. <https://doi.org/10.29062/dirasah.v6i1.587>.
- Anggraini, Wita, dan Hudaidah Hudaidah. “Reformasi Pendidikan Menghadapi Tantangan Abad 21.” *Journal on Education* 3, no. 3 (30 April 2021): 208–15. <https://doi.org/10.31004/joe.v3i3.363>.
- Arifina, Anisa Setya, dan Ascharisa Mettasatya Afrilia. “Optimalisasi Blog Awareness Dan Produksi Berita Online Pada Ekstrakurikuler Redaksi Berita SMA Negeri 1 Kota Magelang (SIBEMA).” *Journal of Community Service in Public Education (CSPE)* 2, no. 1 (30 April 2022): 31–41. <https://doi.org/10.31002/cspe.v2i1.117>.
- Azizah, Inezalda Sonia, Mukhlisah Am, dan Ni’matus Sholihah. “Strategi Kepala Madrasah Melalui Branding Sekolah Dengan Program Riset Di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo.” *Jurnal Kependidikan Islam* 12, no. 1 (21 Februari 2022): 91–99. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.1.91-99>.
- Edib, Lathifah. *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital*. Diva Press, 2021.
- Fadli, Muhammad Ulfi, dan Usman Mafrukhin. “Strategi Branding Pendidikan Ma’arif NU.” *ASNA: Jurnal Kependidikan Islam dan Keagamaan* 2, no. 1 (2020): 19–27.
- Rohman, Fathur. “Manajemen Ekstrakurikuler Dalam Pengembangan Bakat Dan Minat Peserta Didik Pada Madrasah Aliyah Nu Nahdlatul Fata Petekeyan Tahunan Jepara Tahun Pelajaran 2019-2020.” *Tesis*, UNISNU Jepara, 2020. <http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1782/>.
- Firmansyah, M. Wahyu. “Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 3 (2022): 5147–56.
- Mardiyah, Sjafiatul, Wiwin Yulianingsih, dan Lestari Surya Rachman Putri. “Sekolah Keluarga: Menciptakan Lingkungan Sosial untuk Membangun Empati dan Kreativitas Anak Usia Dini.” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 5, no. 1 (26 Juli 2020): 576. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.665>.
- Megawaty, Dyah Ayu. “Sistem Monitoring Kegiatan Akademik Siswa Menggunakan Website.” *Jurnal Tekno Kompak* 14, no. 2 (15 Agustus 2020): 98–101. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i2.756>.
- Mujib, Fathul, dan Tutik Saptiningsih. *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Bumi Aksara, 2021.
- Nurhayati, Etyk. “Upaya Meningkatkan Mutu Dan Prestasi Madrasah Dengan Membentuk Dan Menggerakkan Tim Pengembang.” *Proceeding Annual Conference on Madrasah Teacher 1* (2018). <https://vicon.uin-suka.ac.id/index.php/ACoMT/article/view/950>.
- Nurkarima, Iin, Novianti Puspitasari, dan Masna Wati. “Sistem Monitoring Penelusuran Minat Dan Bakat Mahasiswa.” *Explore* 10, no. 2 (2020): 25–33.
- Dirasah*, Vol.6, No. 2, Agustus 2023

- Rusyanti, Titik, Yaser Arafat, dan Destiniar Destiniar. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah.” *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 7, no. 3 (26 Juli 2021): 753–62. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1218>.
- Sari, Milya, dan Asmendri Asmendri. “Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA.” *Natural Science* 6, no. 1 (10 Juni 2020): 41–53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>.
- Septian, Rio. “Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta.” *Media Manajemen Pendidikan* 4, no. 3 (22 Februari 2022): 496–507. <https://doi.org/10.30738/mmp.v4i3.8926>.
- Sewaka, Katry Anggraini, dan Denok Sunarsih. *Digital Marketing*. Pascal Books, 2022.
- Siswoyo, Dwi, Joko Sri Sukardi, dan Ariefa Efaningrum. “Transformasi Nilai-Nilai Inti Budaya Dalam Perbaikan Sekolah.” *Foundasia* 9, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.21831/foundasia.v9i1.26163>.
- Ulva, Nadya, Anizar Ahmad, dan Fitriana. “Sikap Siswa Dalam Penggunaan Seragam Sekolah Di SMP Negeri 13 Banda Aceh.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* 5, no. 3 (2020): 37–50.
- Wathoni, Kharisul. “Alumni Menurut Perspektif Total Quality Management (TQM).” *Ma’alim: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 01 (28 Juni 2021): 34–48. <https://doi.org/10.21154/maalim.v2i01.3036>.

Copyright © 2023 *Journal Dirasah*: Vol.6, No. 2, Agustus 2023, p-ISSN: 2615-0212, e-ISSN: 2621-2838

Copyright rests with the authors

Copyright of *Jurnal Dirasah* is the property of *Jurnal Dirasah* and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>