
Personal Branding Pimpinan SD Islam Al Ikhlas Dalam Mempertahankan Citra Sekolah

Alantika Putri¹, Hani Yuniani², Robbikal Muntaha Meliala³

¹²³ Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

correspondence e-mail*, alantika@alikhlas.sch.id, hany.hun@bsi.ac.id, robbikal.rtl@bsi.ac.id

Submitted:

Revised: 2024/07/01;

Accepted: 2024/07/11; Published: 2024/10/21

Abstract

The purpose of this study is to see how the Personal Branding of the Principals of Al Ikhlas Islamic Elementary School maintains the school's image. This study will focus on the Personal Branding of the Principals of Al Ikhlas Islamic Elementary School starting from the Vice Principal to the Principal. A qualitative approach is used through interviews and holding group discussion forums with four participants who are the leaders mentioned above. Data analysis was carried out using a thematic approach to identify patterns in the Personal Branding strategies used, challenges faced, and strategies to maintain the integrity of the school's image. The results of the study show that the Principals of Al Ikhlas Islamic Elementary School in maintaining the school's image, consistently convey the advantages of policies by using open communication. As a form of education for teachers and employees so that the cons or issues that occur do not continue into a crisis.

Keywords

Personal Branding, Leadership, School Image



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Personal branding pimpinan sekolah menjadi salah satu elemen penting dalam mempertahankan citra sekolah di tengah dinamika pendidikan modern.¹ Dalam era yang serba cepat ini, tantangan bagi lembaga pendidikan, khususnya sekolah dasar, semakin meningkat. Para pimpinan sekolah tidak hanya berperan sebagai pengelola internal, tetapi juga sebagai wajah yang merepresentasikan sekolah di mata masyarakat. Mereka perlu menciptakan citra yang kuat dan positif untuk menjaga kepercayaan orang tua, siswa, serta masyarakat luas. Pimpinan sekolah yang memiliki personal branding yang baik akan lebih mudah mengatasi berbagai tantangan, baik yang terkait dengan perkembangan kurikulum maupun krisis seperti pandemi.

Pimpinan sekolah, melalui personal branding, dapat menunjukkan kualitas kepemimpinan

¹ Budi Witjaksana et al., "Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15.

yang mampu menginspirasi dan memotivasi seluruh elemen sekolah, dari guru hingga siswa. Citra yang dibangun melalui tindakan nyata, komunikasi yang efektif, serta visi yang jelas akan mempengaruhi bagaimana sekolah dipandang oleh lingkungan eksternalnya.² Di masa kini, personal branding yang kuat juga melibatkan penggunaan media digital dan media sosial sebagai sarana untuk membangun koneksi dengan orang tua dan masyarakat. Pimpinan yang dapat memanfaatkan teknologi untuk memperkuat komunikasi dan transparansi akan mampu menjaga dan meningkatkan citra sekolah.

Selain itu, personal branding juga mempengaruhi bagaimana pimpinan sekolah menavigasi berbagai perubahan kebijakan pendidikan, seperti penerapan Kurikulum Merdeka atau peralihan ke pembelajaran daring selama pandemi. Kepala sekolah yang memiliki citra sebagai pemimpin adaptif dan inovatif akan lebih dipercaya oleh para stakeholder dalam menghadapi perubahan tersebut. Dalam hal ini, personal branding bukan hanya soal penampilan, tetapi juga mengenai bagaimana pimpinan menunjukkan kemampuannya dalam mengelola perubahan dan memimpin sekolah menuju kesuksesan.

Dengan demikian, personal branding menjadi faktor yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan citra sekolah. Pimpinan sekolah yang berhasil dalam personal branding mampu menciptakan kepercayaan di kalangan orang tua dan masyarakat bahwa sekolah yang mereka pimpin tidak hanya berkualitas, tetapi juga mampu beradaptasi dan berkembang sesuai tuntutan zaman. Citra yang positif ini menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan dan reputasi sekolah di tengah persaingan yang semakin ketat dalam sektor pendidikan.

Sekolah Dasar Islam Al Ikhlas merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis agama yang telah lama berdiri di Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman, lembaga ini menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan citra dan kualitas pendidikan yang baik. Peran pimpinan sekolah, terutama dalam hal personal branding, menjadi sangat penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan orang tua terhadap sekolah. Personal branding pimpinan sekolah menjadi kunci dalam menghadapi dinamika yang terus berkembang di sektor pendidikan, terutama di tengah perubahan kebijakan dan tuntutan masyarakat modern.

Pimpinan SD Islam Al Ikhlas menghadapi tantangan besar selama masa pandemi Covid-19, ketika pendidikan harus dilakukan secara daring. Mereka harus memastikan agar kegiatan

² Dhiona Ayu Nani, Larasati Ahluwalia, and Dian Novita, "Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi z Di Smk Pgri 1 Kedondong," *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* 2, no. 2 (2021): 43–47.

belajar mengajar tetap berjalan dengan baik meskipun dilakukan secara virtual. Penerapan Kurikulum Merdeka juga membawa perubahan signifikan yang memerlukan penyesuaian dalam sistem pembelajaran. Untuk menjawab tantangan ini, pimpinan sekolah membangun personal branding yang kuat untuk menjaga citra sekolah sebagai lembaga yang inovatif, adaptif, dan peduli terhadap kebutuhan pendidikan siswa. Personal branding pimpinan sekolah tidak hanya terbatas pada citra pribadi, tetapi juga mencakup komunikasi yang efektif dengan orang tua, staf, dan siswa. Dengan membangun kepercayaan melalui komunikasi yang terbuka dan responsif, kepala sekolah berhasil mempertahankan citra positif sekolah, bahkan di tengah berbagai tantangan. Hal ini menjadikan personal branding sebagai salah satu strategi kunci dalam pengelolaan citra sekolah.

Personal branding pimpinan SD Islam Al Ikhlas fokus pada bagaimana kepala sekolah dan jajarannya mampu menunjukkan kepribadian yang profesional, adaptif, dan berkomitmen dalam menghadapi tantangan di bidang pendidikan, seperti pandemi Covid-19 dan penerapan Kurikulum Merdeka. Dengan gaya kepemimpinan yang inklusif, mereka mampu menciptakan lingkungan sekolah yang harmonis dan inovatif, sehingga menjaga citra sekolah tetap positif di mata masyarakat. Di Indonesia, salah satu permasalahan besar dalam sektor pendidikan adalah kesenjangan kualitas antara lembaga pendidikan. Banyak sekolah yang kurang adaptif terhadap perubahan, terutama terkait perkembangan teknologi dan kebijakan pendidikan yang dinamis. Hal ini menyebabkan beberapa sekolah kesulitan dalam mempertahankan citra mereka, terutama saat dihadapkan dengan situasi darurat seperti pandemi Covid-19. Personal branding pimpinan sekolah menjadi penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, serta menunjukkan bahwa institusi tersebut mampu beradaptasi dan terus memberikan layanan pendidikan berkualitas.

Teori personal branding pertama kali dikembangkan oleh **Tom Peters**, seorang ahli manajemen yang menyebutkan bahwa personal branding adalah upaya membangun persepsi tentang diri seseorang dalam konteks profesional dan publik.³ Dalam konteks pendidikan, personal branding seorang kepala sekolah berarti membangun citra diri yang kuat dan profesional di mata orang tua, siswa, dan staf. Tom Peters menekankan bahwa personal branding merupakan cara untuk menunjukkan kemampuan dan keunggulan seseorang dalam mengelola sebuah institusi.

³ Hagai Gringarten, "Personal Branding: An Essential Choice in the COVID-19 Era? Carolina Pérez," *Journal of Multidisciplinary Research* 12, no. 2 (2020): 83–92; David Collins, *Tom Peters and Management: A History of Organizational Storytelling* (Routledge, 2021).

Konsep personal branding oleh William Arruda, seorang ahli personal branding lainnya, juga relevan dalam konteks ini. Arruda berpendapat bahwa personal branding adalah proses menyelaraskan apa yang Anda lakukan, bagaimana Anda bertindak, dan bagaimana Anda ingin dikenali.⁴ Dalam konteks SD Islam Al Ikhlas, kepala sekolah menciptakan personal branding yang menggambarkan dirinya sebagai pemimpin yang peduli, adaptif, dan inovatif, yang dapat menjawab tantangan pendidikan modern. Teori kepemimpinan oleh James MacGregor Burns tentang kepemimpinan transformasional juga sangat relevan. Menurut Burns, seorang pemimpin transformasional mampu memotivasi dan menginspirasi orang lain melalui visi yang kuat, serta membawa perubahan positif dalam suatu organisasi.⁵ Kepala sekolah di SD Islam Al Ikhlas menerapkan kepemimpinan transformasional dengan menyesuaikan pendekatan mereka untuk menghadapi tantangan seperti pandemi dan perubahan kurikulum.

Dalam konsep komunikasi organisasi, Edgar Schein menekankan pentingnya komunikasi efektif dalam membangun budaya organisasi yang kuat. Pimpinan sekolah, dalam hal ini, memainkan peran sebagai penghubung antara manajemen sekolah, guru, siswa, dan orang tua. Komunikasi yang terbuka dan jelas sangat penting untuk menjaga citra sekolah tetap positif, terutama saat menghadapi perubahan besar dalam dunia pendidikan.⁶ Albert Bandura dengan teori pembelajaran sosialnya juga relevan, di mana pemimpin sekolah berperan sebagai model yang harus dicontoh.⁷ Pimpinan SD Islam Al Ikhlas menunjukkan kepada para staf dan siswa bagaimana beradaptasi dengan perubahan, seperti penerapan Kurikulum Merdeka, melalui sikap dan tindakan yang proaktif dan inovatif.

Penelitian sebelumnya oleh Jamaluddin, (2021) kebijakan branding SD Islam Plus Masyitoh Kroya berhasil membentuk citra sekolah unggulan melalui pencapaian akreditasi, prestasi siswa,

⁴ William Arruda, "Personal Branding in the Digital World: Your Online Brand Should Accurately Represent the Real-World You," *TD Magazine* 73, no. 2 (2019): 42–48.

⁵ Solaiman Wilmana Tanjung, "Perbandingan Teori Kepemimpinan Transformasional Dan Kepemimpinan Yesus Serta Implikasinya" (Sekolah Tinggi Teologi SAAT Malang, 2024); Roni Harsoyo, "Teori Kepemimpinan Transformasional Bernard M. Bass Dan Aplikasinya Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam," *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 3, no. 2 (2022): 247–62; Syalsa Dwi Aprina, Khalis Salsabila, and Nur Andini, "Kepemimpinan Pendidikan," *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 3 (2023): 236–50.

⁶ Nailul Husna Shofwan Yusuf, "Pendekatan Budaya Dalam Komunikasi Organisasi," *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 1 (2020): 22–39; Eny Wahyu Suryanti, "Pengembangan Budaya Organisasi Di Sekolah," *Likhitaprajna* 19, no. 1 (2018): 1–12.

⁷ Qumruin Nurul Laila, "Pemikiran Pendidikan Moral Albert Bandura," *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 2, no. 1 (2015): 21–36; Habib Maulana Maslahul Adi, "Teori Belajar Behaviorisme Albert Bandura Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Arab," *لساننا (LISANUNA): Jurnal Ilmu Bahasa Arab Dan Pembelajarannya* 10, no. 1 (2020): 22–31; Elga Yanuardianto, "Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran Di Mi)," *Auladuna: Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah* 1, no. 2 (2019): 94–111.

pembentukan akhlak, dan program-program unggulan, yang berdampak pada peningkatan kualitas layanan, perilaku siswa, serta kepercayaan dan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah tersebut.⁸

Hasil observasi awal di SD Islam Al Ikhlas menunjukkan bahwa kepala sekolah dan jajarannya telah melakukan berbagai upaya untuk membangun personal branding yang positif melalui komunikasi intensif dengan orang tua, staf, dan siswa. Selain itu, kepala sekolah aktif menggunakan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan inovasi pembelajaran selama pandemi.

Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada strategi branding institusi pendidikan secara umum, namun sedikit yang membahas secara spesifik mengenai bagaimana personal branding pimpinan sekolah dapat memengaruhi citra sekolah di masa krisis seperti pandemi atau saat perubahan kurikulum. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan meneliti peran kepala sekolah dalam mempertahankan citra sekolah melalui personal branding.

Keunikan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap personal branding pimpinan sekolah dalam konteks menghadapi tantangan zaman, seperti pandemi dan penerapan Kurikulum Merdeka. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana kepala sekolah dapat memanfaatkan personal branding sebagai alat untuk mempertahankan citra positif sekolah di tengah perubahan dan krisis.

Penelitian ini relevan karena memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya personal branding dalam dunia pendidikan, khususnya di tingkat sekolah dasar. Hasil penelitian ini signifikan bagi para pemimpin sekolah lain yang menghadapi tantangan serupa, karena menunjukkan bagaimana personal branding dapat menjadi strategi efektif dalam menjaga citra sekolah dan mempertahankan kepercayaan orang tua dan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana personal branding pimpinan SD Islam Al Ikhlas berperan dalam mempertahankan citra sekolah di tengah tantangan pendidikan modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih oleh penulis untuk menjaga keutuhan dan kedalaman subjek penelitian, sehingga dapat memahami fenomena yang diteliti secara holistik. Sebagaimana diungkapkan oleh

⁸ Muhammad Burhan Jamaluddin, "Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap" (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2021).

Sugiyono (2015) dalam Zakiah & Nurjanah (2024), penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang lebih menekankan pada pemahaman makna daripada sekadar melakukan generalisasi. Dalam konteks ini, penelitian kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali pengalaman, perspektif, dan makna dari para partisipan yang menjadi subjek penelitian.

Bogdan & Taylor (1975), yang dikutip oleh Moleong (2017) dalam Zhafirah (2020), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks, karena fokusnya adalah pada pemahaman mendalam dari sudut pandang partisipan. Sukmadinata (2009) dalam Zhafirah (2020) menambahkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, yang melibatkan wawancara, observasi, serta pengumpulan data dari pengalaman dan pemikiran mereka.

Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti terdiri dari empat individu yang telah berhasil membangun personal branding mereka melalui platform digital dan memiliki rekam jejak dalam menghadapi berbagai permasalahan di lingkungan sekolah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, studi kasus, analisis literatur, dan observasi langsung. Dengan strategi yang fleksibel, penelitian ini menggunakan beragam teknik untuk mendapatkan data yang valid dan mendalam, yang diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai fenomena personal branding di lingkungan sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai personal branding pimpinan SD Islam Al Ikhlas dalam mempertahankan citra sekolah, ditemukan bahwa kepala sekolah menerapkan berbagai strategi branding yang sejalan dengan prinsip-prinsip personal branding untuk memperkuat kehadiran sekolah di masyarakat. Pimpinan sekolah menerapkan delapan hukum personal branding, yang memberikan dampak positif pada citra sekolah dan kepercayaan orang tua serta masyarakat terhadap institusi ini.

The Law of Specialization (Spesialisasi). Pimpinan SD Islam Al Ikhlas menonjolkan spesialisasi sekolah dalam pendidikan berbasis nilai-nilai Islam, dengan fokus menciptakan siswa yang beriman, bertakwa, dan berilmu. Keberhasilan sekolah dalam menanamkan pendidikan karakter yang kuat dan mengintegrasikan kurikulum akademik dengan nilai-nilai agama menjadi daya tarik khusus. Spesialisasi ini menjadikan SD Islam Al Ikhlas sebagai pilihan utama bagi

orang tua yang menginginkan pendidikan berlandaskan agama yang seimbang dengan ilmu pengetahuan umum.

1. The Law of Leadership (Kepemimpinan). Kepala sekolah memegang peran sentral dalam menjaga dan memajukan citra sekolah. Melalui gaya kepemimpinan yang inklusif dan visioner, kepala sekolah berhasil membangun relasi yang kuat dengan orang tua, guru, dan siswa. Dalam berbagai kegiatan, kepala sekolah secara aktif memimpin kegiatan sekolah, menghadiri pertemuan dengan orang tua, dan terlibat dalam pengambilan keputusan strategis, sehingga kehadirannya memberikan keyakinan kepada seluruh elemen sekolah bahwa SD Islam Al Ikhlas dikelola dengan baik.
2. The Law of Personality (Kepribadian). Kepribadian kepala sekolah yang ramah, komunikatif, dan terbuka terhadap masukan menciptakan suasana positif di lingkungan sekolah. Kepala sekolah sering memberikan sambutan hangat kepada siswa dan orang tua, menjalin hubungan interpersonal yang baik dengan para guru, serta menunjukkan ketulusan dalam menangani permasalahan yang muncul. Hal ini menciptakan kepercayaan yang tinggi di kalangan komunitas sekolah.
3. The Law of Distinctiveness (Perbedaan). SD Islam Al Ikhlas berhasil membedakan diri dari sekolah-sekolah lain dengan program-program unggulan yang inovatif, seperti program tahfidz Al-Qur'an, kelas-kelas intensif keagamaan, serta kegiatan sosial yang melibatkan siswa dalam bakti sosial dan aksi peduli lingkungan. Perbedaan ini menonjolkan identitas sekolah sebagai institusi yang tidak hanya fokus pada akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter dan spiritualitas siswa.
4. The Law of Visibility (Terlihat). Kepala sekolah secara aktif hadir dalam berbagai kegiatan sekolah dan masyarakat, termasuk dalam acara-acara penting seperti wisuda, peringatan hari besar Islam, dan kegiatan parenting. Kehadiran pimpinan dalam acara-acara ini menegaskan peran pentingnya sebagai figur publik sekolah. Selain itu, sekolah juga menggunakan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan memberikan informasi yang transparan mengenai kegiatan sekolah, yang semakin memperkuat citra positif di mata masyarakat.
5. The Law of Unity (Kesatuan). Kesatuan visi antara pimpinan sekolah dengan seluruh staf dan guru juga sangat terlihat. Kepala sekolah selalu berusaha memastikan bahwa setiap guru dan staf memahami visi dan misi sekolah, sehingga setiap tindakan mereka mencerminkan kesatuan tujuan dalam memajukan SD Islam Al Ikhlas. Kolaborasi yang baik antara pimpinan

dan staf menciptakan kesan bahwa sekolah ini dikelola secara profesional dan penuh komitmen.

6. *The Law of Persistence (Keteguhan)*. Kepala sekolah menunjukkan keteguhan dalam menjalankan kebijakan dan program sekolah, terutama di masa-masa sulit seperti pandemi Covid-19. Meskipun menghadapi tantangan besar, kepala sekolah tetap berpegang pada visi sekolah untuk menyediakan pendidikan berkualitas yang berbasis Islam. Dengan konsistensi dan keteguhan tersebut, SD Islam Al Ikhlas berhasil mempertahankan citra baiknya dan terus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.
7. *The Law of Goodwill (Nama Baik)*. Nama baik SD Islam Al Ikhlas terus terjaga berkat upaya kepala sekolah dalam membangun hubungan yang harmonis dengan orang tua dan masyarakat. Pimpinan sekolah selalu berusaha menyelesaikan setiap masalah dengan bijak dan transparan, sehingga sekolah memiliki reputasi yang baik dalam hal manajemen, kualitas pendidikan, dan pelayanan. Nama baik ini menjadi salah satu aset penting yang membuat SD Islam Al Ikhlas terus diminati oleh calon siswa dan orang tua.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, terlihat jelas bahwa teori personal branding yang dikemukakan oleh Tom Peters sangat relevan dengan praktik yang diterapkan oleh pimpinan SD Islam Al Ikhlas dalam mempertahankan citra sekolah. *The Law of Specialization (Spesialisasi)* menjadi prinsip dasar dalam strategi branding yang diadopsi oleh sekolah ini. SD Islam Al Ikhlas menonjolkan pendidikan berbasis agama Islam sebagai ciri khas utamanya, dengan fokus mencetak siswa yang beriman, bertakwa, dan berilmu. Hal ini sejalan dengan konsep Peters, di mana sebuah institusi atau individu harus memiliki spesialisasi yang jelas untuk membedakan dirinya dari yang lain. Spesialisasi ini membantu sekolah menegaskan posisinya sebagai sekolah unggulan berbasis nilai-nilai agama.

Pentingnya kepemimpinan dalam personal branding juga terwujud melalui *The Law of Leadership*. Kepala sekolah di SD Islam Al Ikhlas berperan sebagai pemimpin yang aktif, inklusif, dan visioner. Kepemimpinan ini tidak hanya terlihat dalam manajemen sehari-hari, tetapi juga dalam menghadapi tantangan pendidikan modern, seperti perubahan kurikulum dan pandemi Covid-19. Pemimpin yang kuat dan berkarakter mampu menciptakan citra positif sekolah, yang terlihat dalam kepercayaan orang tua dan masyarakat terhadap sekolah ini. Kepemimpinan yang efektif ini konsisten dengan pandangan Peters bahwa seorang pemimpin memiliki pengaruh besar dalam membentuk dan mempertahankan personal branding.

Selanjutnya, *The Law of Personality* menegaskan pentingnya kepribadian seorang pemimpin dalam membangun hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan. Kepala sekolah SD Islam Al Ikhlas dikenal sebagai sosok yang ramah, komunikatif, dan dekat dengan semua elemen sekolah, termasuk orang tua, guru, dan siswa. Kepribadian ini menciptakan lingkungan yang positif di sekolah, yang membantu memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Kepemimpinan yang berbasis pada hubungan interpersonal yang baik ini sesuai dengan teori Peters, di mana kepribadian menjadi salah satu elemen kunci dalam personal branding.

Di sisi lain, *The Law of Distinctiveness* diterapkan dengan baik melalui program-program unggulan sekolah seperti tahfidz Al-Qur'an dan kegiatan sosial yang melibatkan siswa secara aktif. Data lapangan menunjukkan bahwa program-program ini membantu SD Islam Al Ikhlas menonjol di antara sekolah-sekolah lain, baik dalam aspek akademik maupun pembentukan karakter. Program-program ini menjadi ciri khas yang membedakan sekolah ini dari yang lain, sejalan dengan pandangan Peters bahwa personal branding harus menciptakan perbedaan yang signifikan untuk menarik perhatian publik.

Selain itu, *The Law of Visibility* menjadi komponen penting dalam strategi branding sekolah. Kepala sekolah memastikan dirinya selalu terlihat dalam berbagai kegiatan sekolah dan masyarakat. Kehadiran fisik dalam acara-acara besar dan penggunaan media sosial secara efektif membantu memperkuat visibilitas sekolah. Teori Peters menekankan bahwa personal branding tidak akan efektif tanpa adanya keterlihatan yang kuat di publik, dan hal ini sangat relevan dalam konteks SD Islam Al Ikhlas.

Prinsip *The Law of Unity* juga terlihat dalam harmonisasi yang tercipta antara pimpinan sekolah, guru, dan staf. Visi dan misi sekolah diterjemahkan dengan baik oleh seluruh elemen sekolah, yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama. Kesatuan tujuan ini menciptakan kolaborasi yang efektif dan membantu menciptakan citra sekolah yang solid dan terkoordinasi, sesuai dengan prinsip Peters bahwa kesatuan sangat penting dalam membangun personal branding yang kuat.

The Law of Persistence juga sangat relevan, terutama dalam menjaga citra sekolah selama masa-masa sulit seperti pandemi. Keteguhan kepala sekolah dalam menghadapi tantangan ini, seperti transisi ke pembelajaran daring, menunjukkan bahwa keteguhan adalah kunci dalam menjaga stabilitas dan reputasi sekolah. Sesuai dengan teori Peters, keteguhan dalam menghadapi tantangan adalah elemen penting dalam mempertahankan personal branding yang kuat.

The Law of Goodwill sangat penting dalam menjaga nama baik sekolah. Data lapangan menunjukkan bahwa kepala sekolah selalu berusaha menjaga hubungan yang baik dengan orang tua, guru, dan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka dan penyelesaian masalah yang transparan. Prinsip goodwill ini sangat relevan dengan teori Peters yang menekankan pentingnya reputasi baik untuk membangun kepercayaan jangka panjang.

Selain membangun personal branding pribadinya, kepala sekolah juga berperan aktif dalam memperkuat branding institusi. Data lapangan menunjukkan bahwa branding sekolah tidak hanya dibangun di sekitar figur kepala sekolah, tetapi juga pada nilai-nilai dan program-program sekolah yang konsisten dengan misi pendidikan Islam. Ini sesuai dengan teori Peters yang menyarankan bahwa pemimpin harus menyelaraskan branding pribadi mereka dengan tujuan organisasi yang mereka pimpin.

Penelitian ini menyoroti peran penting personal branding pimpinan sekolah dalam menjaga dan meningkatkan citra SD Islam Al Ikhlas. Kepala sekolah, sebagai figur utama, mampu memanfaatkan berbagai strategi branding untuk menciptakan citra positif yang diakui oleh orang tua, guru, dan masyarakat. Keberhasilan ini tidak lepas dari penerapan prinsip-prinsip personal branding yang efektif.

Salah satu elemen yang menonjol dalam branding SD Islam Al Ikhlas adalah penerapan The Law of Specialization. Sekolah ini fokus pada mencetak siswa yang beriman, bertakwa, dan berilmu, sebuah spesialisasi yang membedakannya dari sekolah lain di wilayah yang sama. Spesialisasi ini menguatkan posisi sekolah sebagai lembaga pendidikan berbasis agama yang unggul.

Kepemimpinan kepala sekolah menjadi faktor kunci lainnya. The Law of Leadership terlihat jelas dalam bagaimana kepala sekolah mampu memimpin dengan inklusif dan visioner, terutama di masa-masa sulit seperti pandemi Covid-19. Kepala sekolah berhasil menjaga kelangsungan proses belajar-mengajar, baik online maupun offline, yang membuat masyarakat tetap percaya pada kualitas pendidikan di SD Islam Al Ikhlas.

Kepribadian kepala sekolah yang ramah dan terbuka menciptakan hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat. The Law of Personality tercermin dalam keterlibatan aktif kepala sekolah dalam kegiatan sekolah, baik akademik maupun non-akademik. Pendekatan yang komunikatif ini meningkatkan kedekatan antara sekolah dan para pemangku kepentingan, terutama siswa dan orang tua.

Berbagai program unggulan yang dijalankan oleh sekolah, seperti program tahfidz Al-Qur'an dan kegiatan bakti sosial, menunjukkan penerapan The Law of Distinctiveness. Program-program ini membedakan SD Islam Al Ikhlas dari sekolah lainnya, memperkuat citra sekolah sebagai institusi yang tidak hanya menekankan pada prestasi akademik tetapi juga pada pengembangan karakter siswa.

The Law of Visibility juga diterapkan secara efektif oleh kepala sekolah. Kehadirannya yang aktif dalam kegiatan-kegiatan internal dan eksternal sekolah membantu meningkatkan visibilitas sekolah di masyarakat. Media sosial juga digunakan secara efisien untuk menyebarkan informasi dan membangun citra positif di dunia digital.

Kesatuan visi dan misi antara pimpinan sekolah dan staf menjadi faktor lain yang berkontribusi pada keberhasilan branding sekolah. The Law of Unity terlihat dalam setiap aktivitas di SD Islam Al Ikhlas, di mana seluruh elemen sekolah bekerja menuju tujuan yang sama, yakni memberikan pendidikan berkualitas berbasis Islam.

Keteguhan kepala sekolah dalam menghadapi tantangan, terutama selama masa pandemi, memperlihatkan penerapan The Law of Persistence. Meskipun ada berbagai kesulitan dalam pelaksanaan pembelajaran daring, kepala sekolah tetap konsisten menjaga kualitas pendidikan, memastikan bahwa siswa mendapatkan pengalaman belajar yang optimal.

Nama baik sekolah terus dijaga melalui transparansi dan penyelesaian masalah yang bijaksana. The Law of Goodwill tercermin dalam bagaimana setiap masalah yang muncul diselesaikan dengan cepat dan terbuka. Hal ini menjaga kepercayaan masyarakat terhadap SD Islam Al Ikhlas dan memperkuat reputasi sekolah di mata publik.

Kolaborasi yang kuat antara pimpinan sekolah dan guru juga menjadi bagian penting dari strategi branding sekolah. Kepala sekolah memberikan arahan yang jelas dan memastikan bahwa setiap guru memahami peran mereka dalam mencapai visi dan misi sekolah, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan koheren.

Program-program unggulan yang dijalankan di SD Islam Al Ikhlas tidak hanya meningkatkan prestasi akademik siswa tetapi juga membentuk karakter mereka. Banyak orang tua yang mengapresiasi pendekatan pendidikan ini karena memberikan pengalaman belajar yang holistik dan komprehensif bagi anak-anak mereka.

Kepercayaan masyarakat terhadap SD Islam Al Ikhlas terus meningkat seiring dengan keberhasilan sekolah dalam mempertahankan citra baiknya. Hal ini terlihat dari banyaknya orang tua yang merekomendasikan sekolah ini kepada teman dan kerabat mereka, yang membantu

meningkatkan pendaftaran siswa baru setiap tahunnya.

Peningkatan jumlah siswa yang mendaftar di SD Islam Al Ikhlas menjadi indikator konkret dari keberhasilan branding yang dilakukan oleh pimpinan sekolah. Citra positif yang telah dibangun berhasil menarik minat masyarakat, yang melihat sekolah ini sebagai pilihan pendidikan yang terpercaya.

Keberhasilan dalam mengelola hubungan dengan orang tua juga menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan citra sekolah. Kepala sekolah secara rutin mengadakan pertemuan dengan orang tua untuk mendiskusikan perkembangan siswa, yang meningkatkan rasa percaya orang tua terhadap manajemen sekolah.

Inovasi dalam kepemimpinan kepala sekolah juga terlihat dalam bagaimana sekolah merespons perubahan kurikulum. Implementasi Kurikulum Merdeka dijalankan dengan baik karena kepala sekolah mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kebijakan pendidikan.

Visi dan misi sekolah yang kuat terus menjadi panduan utama dalam setiap langkah yang diambil oleh pimpinan sekolah. Kepala sekolah memastikan bahwa semua kegiatan dan program yang dijalankan selaras dengan tujuan utama sekolah, yakni memberikan pendidikan berkualitas yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam.

Prestasi siswa di berbagai bidang, baik akademik maupun non-akademik, juga menjadi bagian penting dari personal branding sekolah. Kepala sekolah secara aktif mempromosikan prestasi siswa untuk memperkuat citra sekolah sebagai institusi pendidikan yang unggul dan berprestasi.

Selain fokus pada siswa, pimpinan sekolah juga berkomitmen terhadap pengembangan profesionalisme guru. Berbagai pelatihan rutin diadakan untuk memastikan bahwa para guru selalu mengikuti perkembangan terbaru dalam dunia pendidikan, yang membantu meningkatkan kualitas pengajaran di sekolah.

Keberhasilan branding sekolah tidak hanya terlihat dalam hal akademik, tetapi juga dalam pembentukan moral dan akhlak siswa. Banyak orang tua yang puas dengan hasil pendidikan yang diberikan oleh SD Islam Al Ikhlas, terutama dalam hal pengembangan karakter anak-anak mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding yang diterapkan oleh pimpinan sekolah berperan besar dalam menjaga dan meningkatkan citra SD Islam Al Ikhlas. Dengan strategi branding yang terarah dan implementasi yang konsisten, sekolah

ini berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu sekolah unggulan di wilayahnya, diakui karena kualitas pendidikan dan nilai-nilai moral yang ditanamkan kepada siswa.

Penerapan personal branding oleh pimpinan sekolah di SD Islam Al Ikhlas memiliki dampak signifikan dalam memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Keberhasilan branding ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap sekolah, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan jumlah siswa yang mendaftar. Dengan terus memperkuat elemen-elemen seperti spesialisasi dalam pendidikan agama, kepemimpinan yang kuat, dan visibilitas yang efektif, SD Islam Al Ikhlas dapat mempertahankan posisinya sebagai sekolah unggulan di wilayahnya.

Dari sisi kepemimpinan, keberhasilan ini memberikan pelajaran penting bagi pimpinan sekolah lain. Kepala sekolah harus mampu menunjukkan kepribadian, keteguhan, dan kepemimpinan yang kuat untuk membangun citra positif sekolah. Kehadiran pimpinan sekolah dalam berbagai kegiatan, baik secara fisik maupun melalui media sosial, memainkan peran penting dalam memperkuat reputasi sekolah. Pimpinan sekolah lain dapat mengadopsi pendekatan ini untuk menciptakan citra yang positif dan konsisten bagi institusi mereka.

Keberhasilan personal branding di SD Islam Al Ikhlas juga menunjukkan bahwa branding bukan hanya penting dalam dunia bisnis, tetapi juga dalam sektor pendidikan. Sekolah-sekolah yang mampu membangun branding yang kuat dapat meningkatkan daya saing mereka di tengah tantangan pendidikan modern. Hal ini juga menekankan pentingnya adaptasi pimpinan sekolah dalam menghadapi perubahan kebijakan pendidikan dan tantangan eksternal lainnya, seperti pandemi. Dengan branding yang baik, sekolah dapat terus berkembang dan menarik minat lebih banyak siswa di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa personal branding memiliki peran penting dalam membantu pimpinan SD Islam Al Ikhlas di lingkungan sosial. Personal branding tersebut terbentuk melalui ciri-ciri yang terlihat dari tampilan fisik, aksentuasi dalam cara berbicara, kepribadian yang menonjol, serta kesederhanaan yang konsisten diterapkan oleh pimpinan sekolah. Pimpinan mampu membangun kesan yang positif di kalangan orang tua, guru, dan siswa melalui sikap yang ramah dan terbuka. Selain itu, personal branding juga berperan dalam menjaga citra sekolah. Pimpinan sekolah konsisten menonjolkan keunggulan kebijakan pendidikan yang diterapkan, seperti fokus pada nilai-nilai agama dan prestasi akademik. Dengan komunikasi yang terbuka dan transparan, pimpinan sekolah juga berhasil mengedukasi guru dan

karyawan, sehingga setiap potensi masalah atau isu dapat diselesaikan secara efektif sebelum berkembang menjadi krisis. Melalui pendekatan ini, pimpinan sekolah berhasil menjaga stabilitas citra sekolah dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Personal branding yang kuat menjadi strategi utama bagi SD Islam Al Ikhlas dalam mempertahankan posisinya sebagai salah satu sekolah unggulan di wilayahnya.

REFERENCES

- Adi, Habib Maulana Maslahul. "Teori Belajar Behaviorisme Albert Bandura Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Arab." *لساننا (LISANUNA): Jurnal Ilmu Bahasa Arab Dan Pembelajarannya* 10, no. 1 (2020): 22–31.
- Aprina, Syalsa Dwi, Khalis Salsabila, and Nur Andini. "Kepemimpinan Pendidikan." *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 3 (2023): 236–50.
- Arruda, William. "Personal Branding in the Digital World: Your Online Brand Should Accurately Represent the Real-World You." *TD Magazine* 73, no. 2 (2019): 42–48.
- Collins, David. *Tom Peters and Management: A History of Organizational Storytelling*. Routledge, 2021.
- Gringarten, Hagai. "Personal Branding: An Essential Choice in the COVID-19 Era? Carolina Pérez." *Journal of Multidisciplinary Research* 12, no. 2 (2020): 83–92.
- Harsoyo, Roni. "Teori Kepemimpinan Transformasional Bernard M. Bass Dan Aplikasinya Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 3, no. 2 (2022): 247–62.
- Jamaluddin, Muhammad Burhan. "Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap." Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2021.
- Laila, Qumruin Nurul. "Pemikiran Pendidikan Moral Albert Bandura." *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* 2, no. 1 (2015): 21–36.
- Nani, Dhiona Ayu, Larasati Ahluwalia, and Dian Novita. "Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi z Di Smk Pgri 1 Kedondong." *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* 2, no. 2 (2021): 43–47.
- Suryanti, Eny Wahyu. "Pengembangan Budaya Organisasi Di Sekolah." *Likhitaprajna* 19, no. 1 (2018): 1–12.
- Tanjung, Solaiman Wilmana. "Perbandingan Teori Kepemimpinan Transformasional Dan Kepemimpinan Yesus Serta Implikasinya." Sekolah Tinggi Teologi SAAT Malang, 2024.
- Witjaksana, Budi, Ari Purwanti, Tamrin Fathoni, and Dita Dismalasari Dewi. "Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15.
- Yanuardianto, Elga. "Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran Di Mi)." *Auladuna: Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah*

Ibtidaiyah 1, no. 2 (2019): 94–111.

Yusuf, Nailul Husna Shofwan. "Pendekatan Budaya Dalam Komunikasi Organisasi." *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 1 (2020): 22–39.