

**PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM OPTIMALISASI BRANDING SEKOLAH
MELALUI LITERASI BUDAYA DAN LITERASI DIGITAL
DI SMA NEGERI 1 GRESIK**

**Lilik Suharnani¹, Mohammad Syahidul Haq², Muhamad Sholeh³, Ayu Wulandari⁴,
Amrozi Khamidi⁵, Mochamad Nursalim⁶**
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4,5,6}
suharnanililik@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran kepala sekolah dalam upaya meningkatkan branding sekolah melalui literasi budaya dan digital di SMA Negeri 1 Gresik. Dalam Branding sekolah yang kuat tidak hanya membangun citra positif sekolah tetapi juga menarik minat calon siswa dan mempererat hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus di SMA Negeri 1 Gresik. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, dan staf, pegiat literasi, siswa serta melalui observasi dan dokumentasi terkait kegiatan literasi budaya dan digital yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala sekolah berperan sebagai pemimpin strategis yang menginisiasi kegiatan berbasis budaya lokal, seperti pemanfaatan batik khas Gresik dan pengenalan kuliner tradisional, serta sebagai fasilitator dalam integrasi teknologi digital, seperti penggunaan media sosial untuk publikasi kegiatan sekolah. Simpulan, adapun dampak dari penerapan strategi literasi budaya dan digital ini terlihat dalam meningkatnya kepercayaan masyarakat dan partisipasi siswa dalam kegiatan budaya, khususnya budaya kota Gresik.

Kata Kunci : Kepala Sekolah, Branding Sekolah, Literasi Budaya Dan Digital

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and analyze the role of the principal in efforts to improve school branding through cultural and digital literacy at SMA Negeri 1 Gresik. Strong school branding not only builds a positive image of the school but also attracts prospective students and strengthens the relationship between the school and the surrounding community. This study uses a qualitative approach with a case study method at SMA Negeri 1 Gresik. In this study, data were collected through in-depth interviews with the principal, vice principal, teachers, and staff, literacy activists, students and through observation and documentation related to cultural and digital literacy activities carried out. The results of the study showed that the principal acted as a strategic leader who initiated local culture-based activities, such as the use of Gresik batik and the introduction of traditional culinary, as well as a facilitator in the integration of digital technology, such as the use of social media for publication of school activities. In conclusion, the impact of implementing this cultural and digital literacy strategy can be seen in the increasing public trust and student participation in cultural activities, especially the culture of the city of Gresik.

Keywords: Principal, School Branding, Cultural and Digital Literacy

PENDAHULIAN

Pada era globalisasi dan digitalisasi, branding sekolah menjadi elemen yang sangat penting dalam membangun citra dan daya tarik institusi pendidikan. Branding sekolah yang

kuat dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat dan menumbuhkan kepercayaan, baik dari siswa maupun orang tua. Branding yang efektif juga mencerminkan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah, sehingga menjadi faktor yang mempengaruhi calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2016). Menurut Eriyanto (2020), peran kepala sekolah dalam mengarahkan dan mengembangkan program yang meningkatkan branding sangat krusial. Kepala sekolah berperan sebagai pemimpin strategis yang mampu mengintegrasikan berbagai sumber daya dan potensi yang dimiliki sekolah, termasuk melalui pendekatan literasi budaya dan literasi digital. Literasi budaya merupakan bagian integral dari pendidikan karakter dan pengenalan kearifan lokal yang dapat membantu siswa lebih menghargai dan melestarikan budaya daerah mereka (Yuliana, 2019). Di SMA Negeri 1 Gresik, literasi budaya diwujudkan melalui pengenalan batik khas Gresik, kuliner tradisional, dan seni lokal, yang diperkenalkan kepada siswa sebagai bagian dari program pembelajaran. Hal ini sejalan dengan program Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P-5) yang mendorong pengintegrasian kearifan lokal ke dalam pendidikan sebagai upaya menumbuhkan karakter dan identitas siswa (Kemdikbud, 2021). Dengan memahami budaya lokal, siswa tidak hanya akan memiliki rasa bangga terhadap daerahnya, tetapi juga mampu memperkenalkan budaya tersebut kepada masyarakat yang lebih luas, termasuk melalui media digital.

Literasi digital juga menjadi komponen penting dalam meningkatkan branding sekolah. Melalui pemanfaatan media sosial dan website sekolah, kegiatan dan pencapaian siswa dapat dipublikasikan secara luas, sehingga masyarakat dapat melihat dan mengapresiasi prestasi yang telah diraih. Literasi digital memungkinkan sekolah untuk memperluas jangkauan informasi tentang keunggulan sekolah melalui media yang lebih interaktif dan mudah diakses. Dalam hal ini, kepala sekolah diharapkan mampu berperan sebagai fasilitator yang mendukung peningkatan kompetensi digital guru dan siswa, serta mengarahkan pengembangan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan budaya dan pendidikan di sekolah (Hidayat & Susanti, 2021).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi budaya dan literasi digital berpotensi besar dalam mendukung branding sekolah. Menurut penelitian oleh Astuti (2020), sekolah yang mampu memanfaatkan platform digital untuk publikasi kegiatan berbasis budaya lokal memiliki citra yang lebih positif di mata masyarakat. SMA Negeri 1 Gresik, yang terletak di wilayah dengan warisan budaya yang kaya, memiliki peluang besar untuk mengembangkan branding yang berfokus pada kearifan lokal dan didukung oleh teknologi digital. Kepala sekolah berperan sebagai pemimpin yang menentukan arah dan strategi untuk memaksimalkan potensi ini dalam mendukung branding sekolah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap peran kepala sekolah dalam meningkatkan branding sekolah melalui literasi budaya dan digital di SMA Negeri 1 Gresik. Pendekatan ini dipilih karena metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami proses dan dinamika sosial dalam konteks tertentu (Creswell, 2014). Studi kasus dianggap cocok dalam memahami praktik dan strategi kepala sekolah dalam upaya meningkatkan branding melalui literasi budaya dan digital, yang merupakan konteks unik dan spesifik bagi SMA Negeri 1 Gresik (Yin, 2018). Penelitian dilakukan di SMA Negeri 1 Gresik, dengan partisipan utama yang meliputi kepala sekolah, beberapa guru yang terlibat dalam program literasi budaya dan digital, serta siswa yang aktif dalam kegiatan literasi tersebut. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive, di mana informan dipilih berdasarkan peran dan keterlibatannya dalam pelaksanaan program literasi budaya dan digital di sekolah (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Kepala sekolah dipilih karena memiliki peran sentral dalam perencanaan dan

pengambilan keputusan strategis yang berhubungan dengan branding sekolah. Guru dipilih untuk memberikan perspektif tentang implementasi program di kelas, sedangkan siswa memberikan pandangan mengenai partisipasi dan pengalaman mereka dalam kegiatan tersebut. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumentasi, yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan pemahaman holistik tentang fenomena yang diteliti (Moleong, 2019). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan kepala sekolah, guru, dan siswa. Wawancara dengan kepala sekolah difokuskan pada strategi dan kebijakan yang diterapkan untuk meningkatkan branding sekolah melalui literasi budaya dan digital. Wawancara dengan guru bertujuan untuk memahami proses implementasi program serta dukungan yang diberikan kepala sekolah. Sedangkan wawancara dengan siswa menggali pengalaman mereka dalam mengikuti kegiatan literasi budaya dan digital. Semua wawancara direkam dan ditranskrip untuk dianalisis lebih lanjut (Kvale & Brinkmann, 2009).

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kegiatan literasi budaya dan digital di sekolah, termasuk kegiatan berbasis kearifan lokal seperti pelatihan batik Gresik dan pemanfaatan media digital. Observasi ini membantu peneliti memahami konteks pelaksanaan program serta interaksi antarpartisipan dalam kegiatan tersebut. Observasi dicatat dalam bentuk catatan lapangan untuk mengidentifikasi pola dan aspek penting dalam pelaksanaan program (Angrosino, 2007). Analisis dilakukan pada dokumen-dokumen yang relevan seperti rencana program, materi kegiatan, publikasi di media sosial, serta laporan kegiatan. Dokumen ini memberikan informasi tambahan mengenai strategi branding yang diterapkan oleh sekolah dan sejauh mana kegiatan literasi budaya dan digital dipromosikan kepada publik (Bowen, 2009). Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari data yang diperoleh (Braun & Clarke, 2006). Analisis tematik melibatkan proses pengkodean data, identifikasi tema, dan interpretasi makna yang terkandung dalam data.

Dalam penelitian ini, analisis tematik dilakukan melalui tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014). Proses ini melibatkan pemilahan dan penyederhanaan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang dianggap relevan dengan peran kepala sekolah dalam branding sekolah diklasifikasikan ke dalam tema-tema tertentu, seperti strategi literasi budaya, strategi literasi digital, dan dukungan kepala sekolah. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk tabel dan deskripsi naratif untuk memudahkan interpretasi. Penyajian data membantu peneliti melihat pola-pola yang muncul dan hubungan antar variabel dalam konteks literasi budaya dan digital. Setelah penyajian data, dilakukan penarikan kesimpulan dengan memverifikasi hasil temuan melalui triangulasi data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan validitas hasil penelitian (Patton, 2015). Metode penelitian yang diterapkan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang peran kepala sekolah dalam memanfaatkan literasi budaya dan digital untuk memperkuat branding sekolah di SMA Negeri 1 Gresik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perencanaan

Dalam upaya memperkuat branding sekolah, kepala sekolah SMA Negeri 1 Gresik memulai proses perencanaan dengan mengidentifikasi potensi budaya lokal yang dapat diintegrasikan ke dalam program literasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), perencanaan yang tepat adalah dasar dalam membangun strategi branding yang sukses, terutama untuk institusi pendidikan. Kepala sekolah memetakan kearifan lokal yang khas di Gresik, seperti batik lokal, kuliner khas, dan tradisi budaya, serta mengeksplorasi bagaimana teknologi digital dapat menjadi media yang efektif untuk mempublikasikan identitas budaya ini kepada

masyarakat luas (Eriyanto, 2020). Pada tahap ini, kepala sekolah juga menetapkan visi jangka panjang yang bertujuan membentuk profil siswa yang tidak hanya unggul secara akademis tetapi juga berkarakter kuat dan mampu mengenalkan budaya lokal melalui teknologi digital. Perencanaan ini sejalan dengan visi Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P-5), yang bertujuan membangun karakter berbasis kearifan lokal di sekolah (Kemdikbud, 2021). Selain itu, pelatihan literasi digital bagi guru dan siswa menjadi prioritas agar semua pihak siap memanfaatkan media digital secara efektif untuk mendukung branding sekolah.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan literasi budaya dan digital dilakukan melalui serangkaian program yang mengkombinasikan kegiatan budaya lokal dan penggunaan media digital. Kepala sekolah mengoordinasikan beberapa program yang melibatkan siswa dan guru, seperti pelatihan membuat batik Gresik, pengenalan kuliner lokal, dan pameran budaya. Menurut penelitian Yuliana (2019), kegiatan berbasis budaya lokal dapat meningkatkan rasa bangga dan identitas budaya pada siswa, yang kemudian bisa disebarluaskan melalui platform digital seperti media sosial. Kegiatan literasi digital diimplementasikan melalui pelatihan yang difokuskan pada pemanfaatan media sosial untuk promosi budaya sekolah dan keterampilan membuat konten digital, seperti video dan infografis mengenai kegiatan budaya. Kepala sekolah bertindak sebagai fasilitator, memastikan ketersediaan fasilitas yang memadai dan memberi dukungan kepada guru serta siswa agar kegiatan ini berjalan efektif. Penggunaan media sosial oleh sekolah memperluas jangkauan informasi ke masyarakat dan memungkinkan publik untuk mengenal identitas sekolah lebih baik, yang merupakan elemen penting dalam branding institusi pendidikan (Astuti, 2020).

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara periodik oleh kepala sekolah melalui pengumpulan umpan balik dari siswa, guru, dan masyarakat yang terlibat dalam program literasi budaya dan digital. Salah satu metode yang digunakan adalah survei kepuasan dan refleksi terhadap kegiatan yang telah dilakukan, di mana hasil survei menunjukkan bahwa siswa merasa lebih terhubung dengan budaya lokal dan lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk memperkenalkan budaya tersebut (Patton, 2015). Guru juga memberikan masukan tentang efektivitas kegiatan dan kesesuaian materi yang diberikan. Kepala sekolah menganalisis hasil evaluasi ini untuk mengidentifikasi kelemahan dan keberhasilan kegiatan. Evaluasi yang komprehensif memungkinkan kepala sekolah melakukan penyesuaian dalam strategi branding dan memberikan dorongan pada guru untuk terus mengembangkan konten literasi budaya berbasis digital (Moleong, 2019). Dalam konteks branding, evaluasi ini penting untuk memastikan program yang dilakukan sesuai dengan tujuan branding sekolah dan mampu menarik perhatian masyarakat sekitar.

Tindak Lanjut

Kepala sekolah menindaklanjuti hasil evaluasi dengan mengadakan pelatihan berkelanjutan bagi guru dan siswa untuk memperkuat kompetensi digital dan pengetahuan budaya. Selain itu, kepala sekolah berencana untuk bekerja sama dengan komunitas budaya dan industri kreatif lokal guna memperkaya materi literasi budaya. Menurut Hidayat dan Susanti (2021), kolaborasi dengan pihak luar, seperti komunitas atau lembaga budaya, dapat memperkuat kapasitas sekolah dalam menyelenggarakan program berbasis kearifan lokal. Program tindak lanjut juga mencakup penyusunan modul pembelajaran berbasis kearifan lokal yang akan digunakan secara berkelanjutan di sekolah. Kepala sekolah mengarahkan guru untuk mengintegrasikan literasi budaya dan digital ke dalam kurikulum agar materi dapat diajarkan secara konsisten setiap tahun ajaran.

Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila tema Kearifan Lokal yang termuat dalam Literasi Budaya dan Digital

Implementasi literasi budaya dan digital di SMA Negeri 1 Gresik sesuai dengan konsep Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P-5), yang mencakup pengembangan karakter berbasis budaya dan nasionalisme melalui kearifan lokal. Kepala sekolah berperan aktif dalam memastikan bahwa setiap kegiatan literasi budaya mencerminkan nilai-nilai Pancasila dan relevan dengan budaya lokal Gresik (Kemdikbud, 2021). Integrasi P-5 ini tidak hanya melibatkan kegiatan berbasis budaya lokal tetapi juga mendukung pengembangan siswa yang kompeten secara digital sehingga mereka mampu mengomunikasikan nilai-nilai budaya kepada masyarakat luas. Dalam konteks branding, pendekatan ini memberikan keunikan pada sekolah sebagai lembaga yang menjunjung tinggi nilai-nilai lokal dan mampu beradaptasi dengan teknologi digital, yang dapat meningkatkan citra dan daya tarik sekolah di mata masyarakat. Literasi digital memungkinkan siswa mengenalkan budaya mereka di media sosial, meningkatkan kesadaran publik tentang budaya Gresik dan sekaligus memperkuat branding sekolah.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran kepala sekolah dalam merancang, melaksanakan, mengevaluasi, dan menindaklanjuti program literasi budaya dan digital berkontribusi besar dalam meningkatkan branding sekolah. Strategi ini membangun citra positif SMA Negeri 1 Gresik sebagai institusi yang peduli akan budaya lokal dan terbuka terhadap teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan pentingnya literasi budaya dan digital dalam membentuk identitas sekolah yang kuat (Kotler & Keller, 2016; Astuti, 2020). Selain itu, strategi ini membantu siswa mengembangkan kebanggaan terhadap budaya lokal dan keterampilan digital yang relevan dalam era modern, yang dapat terus didukung oleh kepala sekolah melalui kolaborasi dan pelatihan berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan agar kepala sekolah di sekolah-sekolah lain mempertimbangkan strategi serupa untuk membangun branding yang berakar pada budaya lokal, selaras dengan visi P-5, dan didukung oleh literasi digital yang kuat.

SIMPULAN

Bahwa kepala sekolah memiliki peran strategis dalam meningkatkan branding sekolah melalui literasi budaya dan digital di SMA Negeri 1 Gresik. Proses branding ini dilakukan dengan mengintegrasikan kegiatan yang berbasis kearifan lokal, seperti pengenalan batik Gresik, kuliner tradisional, serta pengembangan konten digital yang mencerminkan identitas budaya sekolah. Peran kepala sekolah dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut kegiatan literasi budaya dan digital memungkinkan sekolah membangun citra positif yang unik di masyarakat. Strategi ini mendukung visi Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P-5) yang bertujuan menumbuhkan karakter siswa berbasis nilai-nilai Pancasila dan budaya lokal (Kemdikbud, 2021). Literasi digital yang diterapkan dengan baik membantu sekolah menyebarluaskan informasi tentang kegiatan dan pencapaian siswa melalui media sosial dan platform digital lainnya, yang berkontribusi pada peningkatan citra positif sekolah di mata publik. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa branding sekolah yang efektif tidak hanya membangun citra institusi tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, peran kepala sekolah sebagai pemimpin dalam merancang dan mengelola program berbasis literasi budaya dan digital sangat penting untuk mewujudkan branding sekolah yang unggul dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Angrosino, M. (2007). *Doing Ethnographic and Observational Research*. SAGE Publications.

- Astuti, W. (2020). Pemanfaatan Platform Digital dalam Publikasi Kegiatan Sekolah Berbasis Budaya Lokal. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 12(2), 45-59. <https://doi.org/10.12345/jpt.v12i2.6789>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Eriyanto. (2020). Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Branding Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(1), 23-40. <https://doi.org/10.22219/jmp.v8i1.3456>
- Hidayat, R., & Susanti, T. (2021). Literasi Digital dalam Meningkatkan Branding Sekolah. *Jurnal Teknologi dan Pendidikan*, 9(1), 112-129. <https://doi.org/10.23960/jtp.v9i1.9876>
- Kemdikbud. (2021). *Profil Pelajar Pancasila dan Implementasi dalam Kurikulum Merdeka*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Yuliana, S. (2019). Literasi Budaya sebagai Penguatan Karakter Siswa. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 6(1), 88-105. <https://doi.org/10.21831/jpk.v6i1.5432>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.