

Rebranding Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya

Yersi Lisma¹, Hanif Al Kadri², Hadiyanto³, Luthfiani⁴
^{1,2,3,4} Administrasi Pendidikan, Universitas Negeri Padang
e-mail: lismayersi@gmail.com

Abstrak

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih dipandang negatif oleh sebagian masyarakat dan sebagai sekolah yang belum mampu memberikan prestasi dalam bidang akademik, sehingga berpengaruh terhadap peminat SMK. Permasalahan tersebut juga dipengaruhi oleh kualitas layanan sekolah itu sendiri. Penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan informasi tentang masalah SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung sehingga mengalami penurunan pendaftar tiga tahun terakhir. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 72 guru dari SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung, penarikan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 72 orang. Hasil penelitian menunjukkan SMK N Pulau Punjung mendapatkan skor tertinggi dalam penggunaan teknologi dan terendah dalam promosi. Sehingga *rebranding* SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung dapat dilakukan dengan penyegaran identitas visual, menjalin mitra dengan media massa, mengintegrasikan survei kedalam kegiatan sekolah dan mengadakan pelatihan internal.

Kata kunci: *Rebranding, Manajemen Sekolah*

Abstract

Vocational High Schools (SMK) are still viewed negatively by some people and as schools that have not been able to provide achievements in the academic field, thus affecting SMK enthusiasts. These problems are also influenced by the quality of school services themselves. This study aims to obtain information about the problems of state vocational schools in Pulau Punjung sub-district that have decreased enrollment in the last three years. The research used a quantitative descriptive method. This study involved 72 teachers from public vocational schools in Pulau Punjung sub-district, the sample withdrawal used saturated sampling technique thus the number of samples in this study was 72 people. The results showed that SMK N Pulau Punjung got the highest score in the use of technology and the lowest in promotion. So that the rebranding of SMK Negeri in Pulau Punjung District can be done by refreshing the visual identity, establishing partnerships with mass media, integrating surveys into school activities and conducting internal training.

Keyword: *Rebrand, School Management*

PENDAHULUAN

Pendidikan sebagai wadah yang utama dalam mencerdaskan suatu bangsa. Pendidikan juga sebagai acuan dari pertumbuhan suatu negara, jika pendidikan suatu negara tinggi maka kemajuan suatu negara juga akan tinggi (Santika et al., 2023). Sebagaimana dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 ayat 1, menyatakan bahwa "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan iklim dalam sebuah pembelajaran agar siswa bisa secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kecerdasan, akhlak mulia, kepribadian serta keterampilan yang juga sangat diperlukan oleh dirinya, masyarakat, bangsa dan juga negara". Demi terwujudnya tujuan pendidikan yang terdapat dalam Undang-Undang Pendidikan Nasional di atas, pemerintah menjelaskan dalam program pengembangan sistem

pendidikan dasar, pendidikan tinggi (formal), pendidikan nonformal hingga pendidikan informal. Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan pendidikan yang bertujuan mempersiapkan siswa terutama dalam kemampuan untuk bersaing di era sekarang ini.

Namun, di tengah pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi akan berdampak sangat signifikan terhadap lembaga pendidikan seperti adanya persaingan pendidikan. Persaingan ini menuntut setiap lembaga pendidikan mampu berinovasi dan meningkatkan kualitas pendidikan. Akan tetapi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung masih dipandang negatif oleh sebagian masyarakat bahwa Sekolah Menengah Kejuruan hanya untuk anak-anak yang tidak mampu bersaing di Sekolah Menengah Atas (SMA). Siswa yang bersekolah di SMK seringkali diberi label anak nakal dan kurang berprestasi dalam bidang akademik. Selanjutnya, lulusan SMK hanya akan berpeluang bekerja di sektor rendah bahkan nantinya akan banyak menganggur, dan tidak memiliki masa depan cerah. Hal ini tentunya akan merugikan dan mempengaruhi peminat SMK. Fenomena tersebut masih terjadi di SMK N di Kecamatan Pulau Punjung, sehingga menyebabkan sekolah mengalami penurunan jumlah pendaftar secara signifikan tiga tahun terakhir. Hal tersebut juga terjadi dikarenakan sekolah belum mampu meningkatkan kualitas pendidikan sekolah itu sendiri seperti kegiatan promosi masih belum efektif dikarenakan tim Humas yang belum cukup kompeten untuk mengelola berbagai platform media sosial dan masih minimnya akses terhadap teknologi untuk melakukan promosi digital serta adanya strategi promosi yang kurang menarik dan relevan yang menyebabkan kurangnya keterlibatan dari audiens akhirnya akan mengalami penurunan jumlah pendaftar. Hal ini dapat dilihat dari pengelolaan Instagram, facebook, dan WhatsApp yang kurang menarik, bahkan promosi hanya dilakukan melalui WhatsApp orang ke orang yang mana tidak dapat membangkitkan emosi atau menciptakan koneksi dengan audiens. Dapat terlihat dari promosi yang belum menampilkan kegiatan-kegiatan terbaru di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri seperti lomba, seminar ataupun kunjungan industri. Selain itu, pengelolaan instagram dan website sekolah yang masih kurang menarik perhatian siswa dan menjangkau seluruh masyarakat. Selanjutnya dalam melakukan kerja dengan pihak industri sekolah belum mampu memenuhi harapan jumlah peserta didik yang diminta industri dikarenakan kekurangan murid serta dalam kegiatan tersebut ada beberapa siswa yang tidak mampu menyelesaikan kegiatan maganginya.

Pelaksanaan manajemen sekolah ditujukan agar mencapai keseimbangan antara prosedur sekolah, pemerintah daerah dan pemerintah pusat sehingga dalam pengelolaan akan berjalan dengan baik. Otoritas diberikan kepada sekolah untuk mengatur proses pelaksanaan pembelajaran. Tujuan dari penggunaan manajemen sekolah ialah memberikan perubahan kepada sekolah untuk menjadi lembaga otonom dan dapat memberdayakan sekolah melalui otoritas sekolah serta sekolah dapat membuat keputusan sendiri mengenai pilihan yang akan diambil. Daryanto (1998) mengatakan bahwa penyelenggaraan sekolah disesuaikan dengan tujuan khusus; pertama, adanya efektivitas produksi pada setiap jenjang pendidikan, lulusan diharapkan mampu melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi dan menerapkan ilmunya dengan baik. Kedua, efisiensi pemanfaatan dana dan sumber daya manusia sehingga tidak banyak memakan waktu, biaya dan tenaga. Ketiga, output dari pendidikan mampu beradaptasi dengan kehidupan masyarakat. Keempat, sumber daya manusia sekolah harus mempunyai kepuasan kerja (Mustari, 2015).

Selama ini, sekolah menengah kejuruan telah melaksanakan beberapa strategi manajemen sekolah untuk meningkatkan kualitas sekolah, diantaranya yaitu: Pengembangan kurikulum yang relevan terlihat pada SMK yang telah melaksanakan Kerjasama/kemitraan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI). Strategi diatas memiliki dampak pada perbaikan kurikulum agar mampu membawa peserta didik bersaing di dunia kerja, kerjasama dengan DUDI akan memperbaiki kualitas pembelajaran sesuai dengan kemajuan industri dan teknologi saat ini. Selanjutnya, dalam bidang manajemen peserta didik terkhusus pada saat PPDB, strategi manajemen Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya ialah berupa melakukan promosi menggunakan *digital marketing*. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya telah melakukan promosi melalui jaringan seperti menggunakan platform online, WhatsApp, Instagram,

Tiktok dan media lainnya. Hasil dari strategi manajemen ini masih belum mampu menarik calon peserta didik dengan skala yang besar.

Strategi Manajemen Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung Dharmasraya dalam Meningkatkan Sarana dan Prasarana dalam mendukung promosi sekolah dalam menarik peserta didik baru yaitu melalui pemanfaatan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dan juga melakukan kerja sama dengan pihak luar (komite dan orang tua siswa) untuk menyediakan alat dan media pendukung dalam proses promosi. Namun, hasil dari strategi ini belum cukup optimal terbukti dilihat dari kurang komputer, perangkat teknologi, serta fasilitas internet yang kurang memadai. Selanjutnya, Sekolah menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya membuat strategi untuk mengembangkan keterampilan guru dalam mendukung promosi sekolah. Al Kadri (2021) menyatakan Sumber daya manusia sangat penting dan utama, sebab dengan tidak adanya karyawan/SDM yang profesional atau kompetitif, organisasi tidak dapat mencapai tujuan organisasi yang rencanakan. Kepala sekolah menerapkan strategi berupa menerapkan program pelatihan yang dilaksanakan untuk meningkatkan dan meningkatkan keterampilan profesional guru dengan memotivasi dan memberi ruang guru dalam webinar pengembangan keterampilan. Hal ini didukung oleh pendapat Yarham dan Al Kadri (2022) bahwa kualitas Sumber Daya Manusia (guru) berpengaruh terhadap mutu pendidikan. Contohnya, pengembangan keterampilan dalam teknologi sehingga akan membantu pada proses kegiatan promosi sekolah dalam memanfaatkan media promosi. Selain itu, Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung Dharmasraya mengadakan program magang untuk guru di industri. Namun, hasil dari strategi belum cukup baik dikarenakan kekurangan anggaran dana untuk program ini.

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung belum pernah melaksanakan strategi manajemen untuk *rebranding*, sehingga identitas dan citra yang dimilikinya tetap stagnan dan belum sepenuhnya mencerminkan perkembangan keahlian serta teknologi terbaru yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. *Rebranding* merupakan proses perubahan identitas baru termasuk perubahan pada nama suatu organisasi sebagai cerminan atas nilai keunikan sekaligus pembeda dari lainnya (Abadi & Maharani, 2021). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2023) menekankan bahwa *rebranding* madrasah akan dapat membantu membangun citra yang positif dan modern sehingga meningkatkan kualitas suatu sekolah. *Rebranding* dapat menyoroti program-program sekolah, seperti keunggulan SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung yang memiliki program unggulan yang beragam dan jurusan yang relevan dengan kebutuhan industri. *Rebranding* bukan hanya pergantian logo atau slogan sekolah, akan tetapi mampu membangun kembali identitas, citra dan reputasi sekolah.

Oleh karena itu, penting bagi sekolah untuk melakukan strategi manajemen untuk *rebranding* sekolah, dengan alasan sebagai berikut: (1) *Rebranding* akan membantu sekolah dalam melakukan perubahan pada identitas visual, berupa mengganti logo, memperbaharui desain website sekolah agar lebih menarik dan mudah di akses. (2) Proses *rebranding* akan dapat menyoroti program-program sekolah, seperti keunggulan SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung yang memiliki program unggulan yang beragam dan jurusan yang relevan dengan kebutuhan industri. (3) *Rebranding* juga mencakup perbaikan pada kualitas siswa yaitu berupa pengalaman dan pembelajaran. Hal ini dilakukan melalui peningkatan fasilitas sekolah, kurikulum dan metode pembelajaran yang menarik. (4) *Rebranding* akan memberikan kesempatan sekolah untuk memperbaiki cara berkomunikasi sekolah dengan orang tua

Hasil penelitian yang membahas mengenai *rebranding*, penelitian terdahulu tersebut diantaranya: *Pertama*, Abadi & Maharani (2021) yang berjudul Manajemen Humas *Rebranding* Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) 'Aisyiyah Yogyakarta menjadi Universitas 'Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Sekolah Tinggi Kesehatan 'Aisyiyah Yogyakarta mampu menerapkan *rebranding* dengan sukses. Humas melaksanakan tugas dan fungsinya mulai melibatkan pemimpin, semua yang berkepentingan, mengelola informasi dan komunikasi, serta mengatur program kerja kehumasan demi tercapainya tujuan. *Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Nasharah & Setiawan (2021) yang berjudul *Rebranding* Yayasan Pendidikan Salman Al Faris Bandung. Hasil penelitian tersebut yaitu adanya pergantian logo yang mampu meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat dikenali oleh

masyarakat luas dan seluruh orang dalam Yayasan secara keseluruhan. Selain itu, penyampaian makna, nilai-nilai dari logo akan tetap konsisten sehingga akan berpengaruh kepada pandangan dan pola pikir di lingkungan masyarakat. *Ketiga*, penelitian yang dilakukan yang hampir serupa oleh Santosa & Aji (2022) yang berjudul “Strategi *Rebranding* Trimurti Senior High School dalam Meningkatkan Citra Sekolah Modern”. Adapun hasil dari penelitian ini ialah SMA Trimurti Surabaya telah berhasil melaksanakan perubahan berupa *Repositioning* melalui *5D Learning Method* dan kelas internasional ASUPD (*Arizona State University Prep Digital*).

Dari beberapa penelitian terdahulu, maka hubungan penelitian terdahulu dengan peneliti yang ingin diteliti penulis adalah mengharuskan sekolah untuk memperbaharui citranya, hal ini disebabkan oleh persaingan, identitas yang stagnan, komunikasi kurang efisien, pemanfaatan sumber daya yang kurang dan kurangnya fasilitas sekolah, dengan demikian peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. Selain itu minimnya penelitian *rebranding* di bidang pendidikan peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. penelitian ini memiliki perbedaan dan keterbaharuan yaitu berupa pendekatan yang belum di peneliti sebelumnya, seperti peneliti menggunakan metode kuantitatif pendekatan deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga memiliki objek dan lokasi penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini sangat penting untuk menjawab tantangan yang dihadapi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang mencoba menggambarkan tentang suatu variabel. Penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri se Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. Populasi penelitian ini adalah guru di SMK Negeri se Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya dengan jumlah 72 orang, mengingat jumlah populasi relatif kecil maka peneliti menggunakan teknik sampling jenuh dengan menjadikan seluruh populasi menjadi sampel sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 72 orang. Instrumen penelitian ini memakai angket dengan model skala likert dengan lima pilihan jawaban ialah: Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-Kadang (KD), Jarang (JR), Tidak Pernah (TP) dengan diberi centang. Berkenaan dengan bobot jawaban itu diberi skor 5,4,3,2, dan 1. Uji validitas dan reliabilitas ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 30. Sebelum instrumen penelitian ini disebarkan peneliti melakukan uji coba validitas dan reliabilitas sebanyak 20 orang di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri luar kecamatan Pulau Punjung. Dari hasil perhitungan yang dilakukan dari 40 butir angket maka diperoleh 37 item hasil lebih dari nilai $r_{tabel}=0,444$, dan 3 item hasil yang lain, dengan kata lain 37 item dikatakan valid dan 3 item dikatakan tidak valid. Uji reliabilitas mengungkapkan bahwa alat penelitian ini sangat reliabel. Uji reliabel menggunakan program SPSS versi 30 dengan hasil yang diperoleh yaitu nilai *Cronbach's Alpha*=0,947 bila dibandingkan r_{tabel} dengan N-20 yaitu 0,444. Karena *Cronbach's Alpha* > r_{tabel} yang artinya instrumen yang digunakan reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian tentang *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya yang dilihat dari 4 sudut pandang yaitu: 1) *brand Repositioning*, 2) promosi, 3) komunikasi, dan 4) penerapan teknologi dalam pembelajaran. Berikut dibawah ini adalah rekapitulasi data tentang *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya sebagai berikut

Tabel 1. Rekapitulasi Skor Rata-Rata *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya

No	Indikator	Skor Rata-Rata	Kategori
1	<i>Brand Repositioning</i>	3,75	Baik
2	Promosi	3,64	Baik
3	Komunikasi	3,88	Baik
4	Penerapan teknologi dalam pembelajaran	3,97	Baik
Rata-Rata		3,81	Baik

Pada indikator pertama, *brand repositioning* memperoleh capaian rata-rata 3,75. Skor item tertinggi dari aspek Sekolah berkolaborasi dengan dunia industri untuk memperkuat posisi di tengah persaingan dengan skor rata-rata 4,56 berada pada kategori baik dan skor terendah terdapat pada “Sekolah memperbaharui identitas visual sekolah (seperti logo, warna, slogan) untuk mencerminkan citra baru sekolah” dengan skor rata-rata 3,20 berada pada kategori Cukup Baik. Hal ini menggambarkan sekolah telah berupaya memperkuat *branding* melalui kerjasama eksternal, tetapi masih memerlukan perbaikan pada aspek visual dan simbolik. Menurut Zielfita Munzier (2024) identitas visual organisasi ialah komponen utama dalam membentuk citra merek. Identitas visual yang tidak diperbaharui dapat memberikan kesan bahwa sekolah tidak peduli terhadap reputasinya dan berdampak pada persepsi publik serta kepercayaan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Selain itu, tanpa melakukan pembaharuan identitas visual, sekolah akan kesulitan unggul dari sekolah pesaing. Identitas visual memiliki peran krusial dalam membentuk *brand image*, yaitu reputasi yang terbangun di pikiran/hati konsumen berkaitan dengan merek. Menurut Rustan (2008) elemen-elemen yang dapat dijabarkan dari identitas visual yaitu nama, logo, tagline, warna, tipografi, layout. Menurut Landa (2010) identitas visual yang ideal yaitu dapat menginformasikan keunikan, kualitas, serta nilai dari *brand* atau organisasi yang dipresentasikan. Salah satu upaya dalam penelitian ini ialah pembaharuan elemen visual seperti logo, slogan atau warna yang berperan aktif dalam *brand repositioning*, terpenting jika sekolah bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat. Meskipun perubahan identitas visual tidak dilakukan setiap tahunnya, penyegaran visual secara sistematis dan konsisten perlu dilakukan untuk tetap mempertahankan relevansi maupun daya tarik sekolah di tengah perkembangan teknologi informasi. Pembaharuan identitas visual tidak hanya dengan mengganti seperti logo, slogan secara spontan dan menyeluruh akan tetapi melakukan modernisasi desain, penyesuaian warna, pembuatan slogan yang lebih relevan, pembuatan logo yang lebih adaptif dan mencerminkan nilai sekolah, serta konsistensi penerapan elemen visual di setiap media. Setelah itu, sekolah bisa membuat video profil sekolah versi reposisi yang mana hal ini bertujuan untuk menginformasikan kembali kepada masyarakat mengenai citra sekolah dengan memaparkan keunggulan sekolah, suasana pembelajaran terkini dan masih banyak hal lainnya. Kegiatan ini bisa menarik kembali perhatian dan merubah persepsi masyarakat terhadap Sekolah Menengah Kejuruan.

Pada indikator kedua adalah promosi dengan capaian skor rata-rata 3,64. Skor item tertinggi dari aspek sekolah menggunakan media cetak (brosur, spanduk, baliho) untuk menarik perhatian siswa dengan skor rata-rata 4,36 berada pada kategori baik dan skor terendah terdapat pada “Tim Humas Sekolah bekerja sama dengan media massa lokal untuk meningkatkan citra sekolah” dengan skor rata-rata 3,02 berada pada kategori Cukup Baik. Hal ini menggambarkan bahwa sekolah telah menerapkan promosi dalam bentuk media cetak sudah sangat baik. Namun demikian, kolaborasi dengan media massa lokal tergolong rendah dan belum maksimal, hal ini juga menggambarkan bahwa strategi promosi belum dilakukan secara luas sehingga belum mencakup audien yang banyak. Artinya sekolah mengalami minimnya eksposur publik yang berakibat masyarakat umum tidak mengetahui keunggulan atau pencapaian sekolah dan kesulitan dalam membangun *branding* sekolah. Menurut Sinaga (2023) tanpa kita sadari media massa menjadi sarana/fasilitas pendidikan era *society* 5.0. Dalam mempromosikan lembaga pendidikan, memerlukan peran warga sekolah dan masyarakat secara luas sebagai konsumen pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi antara pendidikan dan masyarakat, sehingga dalam hal ini

peran humas sangat diperlukan. Demi mencapai hal tersebut perlunya menjalin kerja sama dengan media massa, yang menjadikan hubungan yang saling menguntungkan dan tidak terpisahkan. Media massa adalah sarana dan saluran resmi yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada publik. Salah satu upaya dalam penelitian ini dikarenakan masih minimnya kerjasama dengan pihak eksternal maka penting bagi sekolah untuk membangun hubungan proaktif bersama media massa dengan mengadakan acara "Media Gathering" yang mana akan tertuju kepada media-media yang sudah ada di daerah sekolah. Mengundang secara personal para media, jurnalis, editor untuk hadir di sekolah sehingga sekolah bisa mempresentasikan rebranding sekolah, keunggulan sekolah, program sekolah dan memberikan kesempatan untuk berinteraksi dengan siswa. Dengan ini sekolah memiliki peluang untuk menampilkan identitas baru secara langsung kepada masyarakat dengan jangkauan yang luas.

Pada indikator ketiga adalah komunikasi dengan capaian rata-rata 3,88. skor item tertinggi dari aspek Sekolah menyediakan media komunikasi internal (grup whatsapp, email, rapat rutin) untuk memfasilitasi pertukaran informasi dengan skor rata-rata 4,36 berada pada kategori baik dan skor terendah terdapat pada "Sekolah secara rutin melakukan survei untuk mengetahui sejauh mana informasi terkait program, fasilitas, dan perubahan yang dilakukan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat dan siswa". Dengan skor rata-rata 3,30 berada pada kategori Cukup Baik. Hal ini menggambarkan bahwa sekolah telah menjalankan fungsi komunikasi internal dengan cukup baik yaitu menyediakan media komunikasi internal. Namun demikian, aspek evaluasi efektivitas komunikasi eksternal masih perlu ditingkatkan. Hal ini menggambarkan bahwa sekolah belum konsisten melakukan evaluasi terhadap aktivitas penyampaian informasi. Kurangnya survei dan umpan balik dapat mengakibatkan informasi tidak penting tersampaikan dengan jelas atau bahkan tidak sampai kepada seluruh pemangku kepentingan. Menurut Tanjung et al. (2019) kepuasan peserta didik dan masyarakat terhadap pelayanan pendidikan menjadi tujuan dalam pelayanan prima suatu organisasi. Survei kepuasan/kegembiraan masyarakat adalah pengukuran secara menyeluruh kegiatan mengenai tingkat kepuasan masyarakat/ pelanggan yang didapatkan dari analisis persepsi masyarakat/konsumen dalam mendapatkan pelayanan dari penyelenggaraan pelayanan publik. Berdasarkan item angket skor terendah yang menandakan sekolah belum konsisten melakukan survei untuk mengetahui sejauh mana informasi terkait program, fasilitas, dan perubahan yang dilakukan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat dan siswa, upaya sekolah untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah dengan sekolah mengintegrasikan survei kedalam kegiatan sekolah, hal ini bertujuan agar orang tua tidak beranggapan bahwa survei yang menyita waktu, melainkan antusias orang tua dalam memberikan pendapat. Kegiatan rutin ini bisa seperti rapat wali murid, masa pengenalan lingkungan sekolah (MPLS), penerimaan rapor, hingga class meeting yang dapat dimanfaatkan untuk mengadakan survei kepuasan masyarakat. Survei kepada masyarakat umum selain wali murid maka dapat dilakukan dengan mengadakan survei dalam bentuk terbuka seperti dalam kegiatan bazar, pelatihan, atau pertemuan RT/RW. Pelaksanaan survei dapat dilakukan dengan membagikan link survei atau bisa menyebarkannya lewat media sosial.

Pada indikator keempat adalah penerapan teknologi dalam pembelajaran dengan capaian skor 3,97. Skor item tertinggi dari aspek menggunakan media pembelajaran berbasis digital (seperti video, aplikasi, atau platform online) dengan skor rata-rata 4,15 berada pada kategori baik dan skor terendah terdapat pada "Sekolah memberikan pelatihan mengenai penggunaan perangkat lunak pembelajaran terbaru (seperti LMS atau e-learning)." Dengan skor rata-rata 3,65 berada pada kategori baik. Keadaan ini mencerminkan bahwa sekolah telah menerapkan teknologi dalam pembelajaran dengan memanfaatkan media pembelajaran seperti video, aplikasi atau yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan sudah dilakukan, namun belum terlaksana secara optimal dan merata. Mempunyai keterampilan menggunakan perangkat lunak dan komunikasi merupakan bagian dari tugas guru untuk mengembangkan potensinya. Pendidik yang masih menggunakan metode pembelajaran tradisional seperti guru berceramah, hal tersebut dirasakan masih adanya kekurangan. Menurut Hidayati (2017) faktor masih banyak guru yang masih belum mampu dalam penerapan perangkat lunak dikarenakan rendahnya kesadaran guru dan motivasi terhadap teknologi pendidikan, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam merancang materi

pembelajaran, kurangnya memadai TIK sekolah seperti ketersediaan komputer, akses internet dan proyektor yang tidak merata. Oleh karena itu perlunya pendukung/mekanisme tambahan yang digunakan dalam pembelajaran yaitu membuat media belajar yang didalamnya terdapat bahan ajar yang akan dipresentasikan. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya pelatihan guru yang akan mengajarkan dan mendampingi dalam membuat sistem pembelajaran tambahan berbasis web (*e-learning*) dengan menggunakan LMS (*Learning Management System*). Menurut Rusdianto et al (2022) LMS adalah alat sebagai kendaraan utama dalam proses pentransferan ilmu yang memanfaatkan perangkat lunak (*software*). Penggunaan LMS, sehingga memudahkan guru dalam menciptakan sistem yang yang tidak sulit diperbaharui atau dikembangkan. Pelatihan perangkat lunak ini biasanya menggunakan LMS Moodle yang berbasis *open source*. Maka dalam hal ini kepala sekolah perlu melakukan tindak lanjut yaitu menyusun rencana untuk membuat program pelatihan, pengadaan sarana dan prasarana dan menjalin kerjasama dengan pihak luas. Program pelatihan bisa berupa pelatihan internal bagi guru-guru, dimana membentuk guru-guru yang kompeten dalam menggunakan perangkat lunak pembelajaran (seperti LMS Moodle, Google Classroom, Canva for Education, Quizizz dan lainnya) melalui pelatihan terjadwal dan berkelanjutan. Pelatihan dilakukan dalam tiap bulan, tiap bulan berfokus kepada satu topik. Sebelumnya sudah ada beberapa guru yang dilatih oleh pihak luar sebagai penggerak. Guru yang mengikuti pelatihan akan menampilkan simulasi mengajar dengan teknologi didepan rekan guru, setelahnya guru dibuat untuk membuat sebuah produk digital seperti video pembelajaran, kuis online atau LMS kelas yang aktif digunakan.

Berdasarkan capaian rata-rata masing-masing indikator pada *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya bisa terlihat pada tabel di atas dengan capaian rata-rata indikator brand repositioning capaian rata-rata 3,75 yang mencangkup kategori baik. Indikator promosi capaian skor ialah 3,64 dengan kategori baik, sedangkan indikator komunikasi capaian skor rata-rata 3,88 dengan kategori baik. Untuk indikator penerapan teknologi dalam pendidikan capaian skor rata-rata 3,97 kategori baik. Capaian rata-rata indikator tertinggi adalah aspek penerapan teknologi dalam pembelajaran dengan capaian rata-rata 3,97 berada pada kategori baik. Sedangkan capaian rata-rata terendah adalah promosi dengan rata-rata 3,64 yang merupakan kategori baik. Seluruh capaian rata-rata *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya adalah 3,81 dengan kategori baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Rebranding* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri sebagai Strategi Manajemen Sekolah di Kecamatan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya maka terdapat beberapa saran yang menjadi pertimbangan yaitu: Untuk meningkatkan *brand repositioning* yang telah dilakukan sekolah terutama pada aspek sekolah memperbaharui identitas visual sekolah (seperti logo, warna, slogan) untuk mencerminkan citra baru Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kecamatan Pulau Punjung, peneliti menyarankan agar kepala sekolah untuk penyegaran identitas visual berupa modernisasi desain, penyesuaian warna, pembuatan logo yang adaptif dengan nilai sekolah, konsistensi penerapan elemen visual setiap media serta pembuatan video profil reposisi sekolah. Untuk meningkatkan promosi yang telah dilakukan SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung sebelumnya yaitu berupa tim humas sekolah bekerja sama dengan media massa lokal untuk meningkatkan citra sekolah. Peneliti menyarankan untuk mengadakan kegiatan berupa "Media Gathering" yaitu mengundang media, jurnalis dan lainnya untuk menjalin mitra. Untuk meningkatkan komunikasi yang telah dilakukan SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung terutama pada aspek sekolah melakukan survei untuk mengetahui sejauh mana informasi terkait program, fasilitas, dan perubahan yang dilakukan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat dan siswa. Peningkatan survei ini peneliti menyarankan agar sekolah dapat melaksanakan survei dengan menintegrasikan survei dalam kegiatan sekolah tanpa masyarakat merasa terbebani. Untuk meningkatkan penerapan teknologi dalam pembelajaran SMK Negeri di Kecamatan Pulau Punjung yang telah dilaksanakan sebelumnya terutama pada aspek sekolah memberikan pelatihan mengenai penggunaan perangkat lunak pembelajaran terbaru (seperti LMS

atau e-learning). Peneliti menyarankan agar sekolah mengadakan program pelatihan internal bagi guru-guru dengan terjadwal, mengadakan sarana dan prasarana penunjuang dan menjalin kerjasama dengan pihak luar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. T. D., & Maharani, S. (2021). Manajemen Humas Rebranding Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) 'Aisyiyah Yogyakarta Menjadi Universitas 'Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 83–98. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i1.10049>
- Al Kadri, H. (2021). Pentingnya Motivasi Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Sumber Daya Manusia. *Yoursay.Id*, 17(2), 478–488. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/15/130000/pentingnya-motivasi-kerja-dalam-meningkatkan-kinerja-sumber-daya-manusia>
- Daryanto. (1998). Administrasi Pendidikan. In *Padang: Universitas Negeri Padang* (Issue 20164711148). Rineka Cipta. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=kLPSEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=kep+emimpinan+problwm+benefit+penerapan+sistem+perencanaan&ots=2k4FfvxCml&sig=tTBgxad0_MCcNfQZaa-TrgaTVzY
- Hidayati, U. (2017). Upaya Peningkatan Kompetensi Guru. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 4(2), 422–428. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v4i2.177>
- Landa, R. (2010). *Advertising by design : generating and designing creative ideas across media*. Jhon Wiley & Son.
- Mustari, M. (2015). *Administrasi dan Manajemen Pendidikan Sekolah*. UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG.
- Nasharah, K. A., & Setiawan, E. (2021). *Rebranding Yayasan Pendidikan Salman Al Farisi Bandung*. 20, 217–224.
- Rusdianto, D. S., Arwan, A., Pradana, F., Astoto, T., Amalia, F., Kunci, K., Oriented, O., Lunak, R. P., & Negeri, S. M. K. (2022). *Pelatihan Pemodelan Kebutuhan Perangkat Lunak dengan Menggunakan Usecase*. 4(2), 600–609.
- Rustan, S. (2008). *Mendesain Logo*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santika, A., Simanjuntak, E. R., Amalia, R., & Kurniasari, S. R. (2023). Peran pendidikan sekolah menengah kejuruan dalam memposisikan lulusan siswanya mencari pekerjaan 1.2.3.4. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 14(1), 84–94.
- Santosa, N. I., & Aji, G. G. (2022). Strategi Rebranding Trimurti Senior High School Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Modern. *The Commercium*, 5(3), 79–88.
- Sinaga, J. H. (2023). Media Massa: Proses Sosialisasi, Kultur, Dan Pendidikan Indonesia. *Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan*, 29(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jpbp.v29i1.42274>
- Tanjung, R., Cecep, Sulaeman, D., Hanafiah, & Arifudin, O. (2019). Manajemen Pelayanan Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 234–242. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp234-242>
- Yarham, Y., Al Kadri, H., dkk. (2022). Manajemen Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang*, 11(2), 115–120. <https://doi.org/10.37304/jikt.v14i2.262>
- Yusuf, M. (2023). Rebranding Madrasah dalam Membangun Citra Positif dan Modern. In *Journal of Education Management Research* (Vol. 1, Issue 2). <https://journal.cahyaedu.com/index.php/jemr>
- Zielfita Munzier, D. (2024). Perubahan Identitas Visual: Kajian Makna dan Pesan dari Rebranding Logo Perusahaan Saudagar Property. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7, 7.