YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v5i6.8247

MEMBANGUN REPUTASI ISLAMI YANG OTENTIK: BRANDING SD IT MADANI ISLAMIC SCHOOL PAYAKUMBUH SEBAGAI SEKOLAH BERBASIS FITRAH GENETIK

Building an Authentic Islamic Reputation: Branding SD IT Madani Islamic School Payakumbuh as a School Based on Genetic *Fitrah*

Oten Novita & Hamdi Abdul Karim
UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
otennovita21@gmail.com; hamdiabdulkarim@uinbukittinggi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Nov 1, 2025	Nov 22, 2025	Dec 4, 2025	Dec 9, 2025

Abstract

Although Islamic school branding has been the focus of several studies, research that specifically integrates value-based Islamic branding with a genetic *fitrah*-based educational approach at the elementary school level remains very limited. This study aims to analyze the process of constructing an authentic Islamic reputation at SD IT Madani Islamic School Payakumbuh through value habituation, teacher role modeling, personalized learning, humanistic public communication, and a child-friendly religious school culture. A qualitative approach with a descriptive case study design was employed. Participants consisted of the principal, six teachers, twelve students, and eight parents selected using purposive sampling. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation, and were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana model. The findings show that the school's Islamic reputation is built through consistent habituation of *ibadah*, reinforcement of *adab*, the development of *fitrah* portfolios as the basis for mapping students' potentials, and transparent, empathetic public communication; a safe, child-friendly school culture further strengthens the institution's image. These results

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

contribute to the expansion of the concept of practice-embedded Islamic branding and underscore the importance of value consistency in *fitrah*-based educational practice. The study recommends strengthening teachers' capacities and implementing long-term evaluation of *fitrah*-based education to ensure the sustainability of an authentic Islamic reputation.

Keywords: Islamic School Branding; Genetic *Fitrah*; School Culture; Public Communication; Institutional Reputation

Abstrak: Meskipun *branding* sekolah Islam telah menjadi fokus sejumlah penelitian, kajian yang secara khusus mengintegrasikan *value based Islamic branding* dengan pendekatan pendidikan berbasis fitrah genetik pada tingkat sekolah dasar masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses pembentukan reputasi Islami yang autentik di SD IT Madani Islamic School Payakumbuh melalui pembiasaan nilai, keteladanan guru, personalisasi pembelajaran, komunikasi publik yang humanis, dan budaya sekolah religius yang ramah anak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Partisipan terdiri atas kepala sekolah, enam guru, dua belas siswa, dan delapan orang tua yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi Islami sekolah dibangun melalui konsistensi pembiasaan ibadah, penguatan adab, penyusunan portofolio fitrah sebagai dasar pemetaan potensi siswa, serta komunikasi publik yang transparan dan empatik; budaya sekolah yang aman dan ramah anak turut memperkokoh citra lembaga. Temuan ini berkontribusi pada perluasan konsep *practice embedded Islamic branding* dan menegaskan pentingnya konsistensi nilai dalam praktik pendidikan berbasis fitrah. Rekomendasi penelitian diarahkan pada penguatan kapasitas guru dan pelaksanaan evaluasi jangka panjang terhadap implementasi pendidikan berbasis fitrah guna memastikan keberlanjutan reputasi Islami yang autentik.

Kata Kunci: Branding Sekolah Islam; Fitrah Genetik; Budaya Sekolah; Komunikasi Publik; Reputasi Lembaga

PENDAHULUAN

Perkembangan pendidikan Islam di Indonesia menghadapi dinamika baru dalam dua dekade terakhir, ditandai dengan meningkatnya kompetisi antar sekolah dalam memperebutkan kepercayaan publik. Masyarakat tidak lagi memilih sekolah Islam semata berdasarkan label keagamaan, tetapi mempertimbangkan kualitas layanan, efektivitas pembinaan karakter, reputasi kelembagaan, dan pengalaman belajar yang mampu mencerminkan nilai-nilai Islam yang autentik (Fitria, Chotimah, & Sulistyorini, 2024). Di tengah perubahan sosial yang cepat, sekolah Islam dituntut untuk menampilkan identitas yang kuat dan konsisten, baik melalui kurikulum, budaya sekolah, maupun komunikasi publik. Fenomena ini menjadikan branding sekolah sebagai salah satu strategi kunci dalam meningkatkan daya saing dan memperkuat keunggulan institusional (Hassan & Nor, 2021).

Dalam pandangan peneliti, branding sekolah Islam seharusnya berorientasi pada pendekatan *value based Islamic branding*, sebuah strategi yang menempatkan nilai-nilai inti agama sebagai dasar pembentukan identitas lembaga. Pendekatan ini tidak sekadar menonjolkan aspek visual atau slogan promosi, melainkan mengutamakan pengalaman nyata yang dialami siswa, guru, dan orang tua dalam lingkungan pendidikan (Muslich, 2019). Salah satu pendekatan yang sangat relevan dalam konteks sekolah Islam adalah fitrah genetik, yakni prinsip bahwa setiap anak memiliki potensi bawaan yang harus dikembangkan secara seimbang dan holistik. Pendidikan berbasis fitrah tidak hanya menekankan aspek akademik, tetapi juga aspek spiritual, moral, emosional, dan sosial sebagai bagian dari pertumbuhan kepribadian yang utuh (Zainuddin, 2021). Kombinasi antara branding berbasis nilai dan pendidikan berbasis fitrah memberikan fondasi kuat bagi lembaga pendidikan Islam untuk membangun citra yang autentik dan berkarakter.

Penelitian sebelumnya memberikan bukti kuat tentang pentingnya branding berbasis nilai dalam konteks sekolah Islam. Cahyanto et al. (2025) menegaskan bahwa branding yang menekankan nilai dan karakter mampu meningkatkan reputasi lembaga secara signifikan. Edy et al. (2024) menunjukkan bahwa integrasi budaya sekolah dan nilai-nilai Islami dalam proses branding menciptakan citra yang berkelanjutan dan dipercaya oleh publik. Aini et al. (2024) menemukan bahwa pesantren mampu mempertahankan identitas keislamannya melalui strategi branding berbasis nilai meskipun menghadapi tantangan digitalisasi. Temuan serupa diperkuat oleh Pratama et al. (2025) yang menjelaskan bahwa branding berbasis pesantren memiliki kekuatan tersendiri dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam. Selain itu, penelitian Azizah dan Halwati (2023) serta Ratna Sari (2024) menunjukkan bahwa komunikasi strategis dan integrasi nilai Islam dalam manajemen pendidikan merupakan faktor penting yang memperkuat citra sekolah Islam di mata publik.

Walaupun literatur menunjukkan perkembangan signifikan, terdapat beberapa kesenjangan penelitian *(research gap)* yang perlu mendapat perhatian. Pertama, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek teknis manajemen branding dan promosi, sementara kajian tentang bagaimana nilai Islami diinternalisasi dalam praktik pembelajaran sehari-hari masih terbatas. Kedua, penelitian mengenai integrasi branding sekolah dengan pendekatan pendidikan berbasis fitrah, khususnya pada tingkat sekolah dasar Islam, masih sangat jarang. Ketiga, terdapat kekurangan studi yang mengeksplorasi bagaimana pengalaman emosional dan spiritual orang tua serta siswa berkontribusi pada pembentukan reputasi sekolah padahal

aspek tersebut memiliki pengaruh besar dalam persepsi masyarakat terhadap kualitas lembaga pendidikan.

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan *(novelty)* melalui integrasi antara value based Islamic branding dengan pendekatan fitrah genetik. Pendekatan ini mengemukakan bahwa reputasi sekolah Islam dibentuk oleh tiga pilar utama: (1) internalisasi nilai-nilai Islam dalam budaya dan praktik pendidikan; (2) penerapan prinsip fitrah genetik dalam pembelajaran dan pembinaan karakter; dan (3) komunikasi publik yang jujur, humanis, dan mencerminkan identitas Islami secara konsisten. Model ini sejalan dengan temuan Rahmawati dan Aji (2025) yang menekankan pentingnya komunikasi publik berintegritas dalam menjaga reputasi sekolah Islam, serta konsisten dengan gagasan Rizal dan Wahyuni (2024) bahwa branding kreatif berdampak langsung pada transformasi manajemen sekolah.

Berdasarkan urgensi dan analisis teori di atas, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana sekolah Islam khususnya SD IT Madani Islamic School Payakumbuh membangun reputasi Islami yang autentik melalui branding berbasis nilai dan pendekatan fitrah genetik. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi branding sekolah, menganalisis integrasi nilai Islami dalam budaya sekolah, mengevaluasi implementasi fitrah dalam pembelajaran, serta memetakan pengalaman orang tua dan peserta didik sebagai dasar pembentukan citra lembaga. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan model branding sekolah Islam yang berkelanjutan dan berakar pada nilai-nilai keislaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus deskriptif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena branding sekolah Islam secara mendalam melalui makna dan interpretasi yang diberikan partisipan (Creswell & Poth, 2018). Studi kasus dipilih karena memungkinkan eksplorasi intensif terhadap fenomena yang terjadi dalam konteks nyata (Yin, 2018).

Desain studi kasus deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran komprehensif terkait strategi branding berbasis nilai dan penerapan fitrah genetik di SD IT Madani Islamic School Payakumbuh. Studi kasus memungkinkan analisis mendalam terhadap proses, praktik pendidikan, dan dinamika budaya sekolah melalui berbagai sumber data (Yin, 2018; Creswell

& Creswell, 2018). Desain ini sesuai dengan tujuan penelitian yang membutuhkan pemahaman kontekstual yang luas terhadap fenomena pendidikan Islam.

Partisipan penelitian terdiri dari kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua yang terlibat langsung dalam aktivitas pembelajaran dan pembinaan karakter. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kompetensi dan pengetahuan mereka terhadap topik penelitian (Patton, 2015). Komposisi partisipan meliputi 1 kepala sekolah, 6 guru kelas, 12 siswa, dan 8 orang tua. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh benar-benar relevan dan kaya informasi, sesuai karakteristik penelitian kualitatif.

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti sendiri, karena peneliti berperan sebagai pengumpul, penganalisis, dan penafsir data secara langsung di lapangan (Creswell & Creswell, 2018). Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan pedoman wawancara, lembar observasi, dan studi dokumentasi. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: (1) observasi partisipatif dilakukan untuk mencatat perilaku, interaksi, dan dinamika pembelajaran secara alami (Angrosino, 2016); (2) wawancara mendalam dilakukan dengan kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua untuk memperoleh pemahaman yang lebih reflektif mengenai pengalaman mereka terkait branding sekolah Islam dan pendidikan berbasis fitrah (Kvale & Brinkmann, 2015); dan (3) dokumentasi digunakan untuk menelaah kurikulum, program sekolah, foto kegiatan, dan publikasi resmi sebagai bahan triangulasi dan penguat kredibilitas data (Bowen, 2009). Ketiga teknik ini saling melengkapi sehingga memberikan gambaran data yang komprehensif dan valid.

Analisis data dilakukan mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data agar fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan melalui narasi tematik yang memudahkan peneliti mengenali pola dan hubungan antarkategori. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan pola dan makna yang muncul secara konsisten, kemudian diverifikasi melalui triangulasi untuk menjaga akurasi. Proses analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data, sebagaimana dianjurkan dalam penelitian kualitatif, sehingga interpretasi dapat dilakukan secara mendalam dan kontekstual (Creswell & Poth, 2018).

HASIL

Berdasarkan hasil analisis data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan yang menggambarkan secara utuh bagaimana proses pembentukan branding sekolah berbasis nilai Islami dan penerapan konsep fitrah genetik berlangsung dalam praktik sehari-hari. Temuan penelitian terdiri dari empat tema: (1) penguatan identitas islami melalui pembiasaan dan keteladanan, (2) implementasi fitrah genetik melalui pemetaan potensi dan pembelajaran personal, (3) komunikasi publik humanis sebagai penguat kepercayaan orang tua, dan (4) budaya sekolah religius, aman, dan aamah anak.

Penguatan identitas islami melalui pembiasaan dan keteladanan

Hasil observasi menunjukkan bahwa sekolah menanamkan identitas Islami terutama melalui pembiasaan ibadah, adab, dan perilaku keteladanan. Setiap pagi siswa dibiasakan salam, doa pembuka, murojaah, antre sebelum masuk kelas, menjaga kebersihan, serta menunjukkan adab dalam berbicara. Guru tampak konsisten menggunakan bahasa yang santun, menyapa siswa dengan senyum, serta menegur dengan lembut ketika terjadi pelanggaran.

Wawancara dengan guru mengonfirmasi bahwa strategi utama pembentukan reputasi sekolah dilakukan melalui keteladanan yang dapat dilihat langsung oleh siswa dan orang tua. Guru G03 (perempuan, 35 tahun) menyampaikan: "Branding kami berasal dari perilaku yang dilihat orang tua setiap hari. Kalau gurunya menjaga adab, itu yang diingat masyarakat."

Dokumentasi foto dan video menunjukkan kegiatan religius yang berjalan rutin seperti pembacaan Asmaul Husna, doa harian, serta pembiasaan berjamaah. Konsistensi pelaksanaan kegiatan ini memperkuat identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkarakter religius.

Implementasi fitrah genetik melalui pemetaan potensi dan pembelajaran personal

Data menunjukkan bahwa guru mengidentifikasi kecenderungan minat, bakat, dan karakter setiap siswa melalui portofolio. Portofolio tersebut berisi catatan perkembangan mingguan, hasil observasi proses pembelajaran, serta dokumentasi aktivitas berbasis minat siswa.

Observasi kelas memperlihatkan bahwa sebelum memulai pembelajaran inti, guru memberi siswa ruang untuk memilih aktivitas sesuai minat, seperti menggambar, membaca,

atau menulis pendek. Hal ini membantu anak mengekspresikan kecenderungan fitrahnya sebelum memasuki materi inti. Seorang siswa (S05, laki-laki, 9 tahun) mengatakan: "Saya suka menggambar, jadi bu guru suruh saya mulai dengan gambar biar saya semangat."

Dokumentasi memuat foto portofolio siswa, lembar penilaian harian, serta hasil karya siswa yang menunjukkan penerapan kegiatan berbasis minat secara konkret.

Komunikasi publik humanis sebagai penguat kepercayaan orang tua

Hasil wawancara dengan orang tua menunjukkan bahwa sekolah dianggap memiliki komunikasi publik yang transparan dan empatik. Orang tua menerima laporan perkembangan anak, dokumentasi foto kegiatan, dan pemberitahuan kegiatan sekolah secara rutin melalui media sosial dan grup komunikasi. Seorang orang tua (O02, perempuan, 41 tahun) menyatakan: "Kami merasa dekat dengan guru karena selalu ada laporan, foto kegiatan, dan catatan perkembangan. Rasanya tidak ada jarak."

Dokumentasi menunjukkan bahwa sekolah mengunggah foto kegiatan pada hampir setiap aktivitas pembelajaran, terutama kegiatan keagamaan, kegiatan berbasis minat, dan evaluasi pembelajaran. Praktik ini membentuk citra sekolah yang komunikatif, terbuka, dan dapat dipercaya, konsisten dengan fokus branding sekolah.

Budaya sekolah religius, aman, dan ramah anak

Observasi lingkungan memperlihatkan bahwa sekolah membangun atmosfer yang mendukung kenyamanan emosional siswa. Ruang kelas rapi dan tidak bising, sudut baca tersedia, area wudu bersih, dan guru menunjukkan keramahan dalam membantu siswa.

Interaksi guru, siswa mencerminkan pendekatan yang lembut dan tidak menegangkan. Saat siswa melakukan kesalahan kecil, guru memberikan arahan dengan suara rendah dan gestur yang menenangkan. Data ini selaras dengan dokumentasi kegiatan harian, yang menampilkan suasana kelas tenang, kegiatan kolaboratif, serta momen-momen kebersamaan.

Tabel 1. Tema Utama Temuan Penelitian

No.	Tema temuan	Deskripsi temuan
1	Penguatan identitas islami	Pembiasaan nilai tauhid, adab, dan keteladanan guru dalam aktivitas harian.
2	Implementasi fitrah genetik	Pemetaan minat dan potensi siswa melalui portofolio dan aktivitas berbasis minat.

No.	Tema temuan	Deskripsi temuan
3	Komunikasi publik humanis	Dokumentasi kegiatan dan komunikasi guru, orang tua melalui media sosial.
4	Budaya religius & ramah anak	Lingkungan aman, nyaman, religius, serta mendukung perkembangan emosional anak.

Selain temuan utama yang telah divisualisasikan dalam tabel, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah data anomali yang muncul selama proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data anomali ini penting untuk disampaikan karena memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai dinamika pelaksanaan program di sekolah. Pertama, ditemukan bahwa tidak semua guru, terutama guru baru, memiliki pemahaman yang merata mengenai konsep fitrah genetik. Hal ini tampak dari variasi penerapan aktivitas berbasis minat yang belum seoptimal guru senior. Kedua, pelaksanaan kegiatan berbasis minat belum berlangsung secara konsisten setiap hari; pada beberapa kesempatan kegiatan tersebut tertunda karena padatnya jadwal dan agenda sekolah.

Selain itu, penyampaian informasi digital kepada orang tua juga belum merata. Beberapa orang tua mengaku terlambat menerima informasi karena tidak selalu memantau media sosial atau grup komunikasi, sehingga berdampak pada keterlambatan respon terhadap kegiatan sekolah. Terakhir, sebagian kecil orang tua menyampaikan bahwa istilah "fitrah genetik" masih dirasakan abstrak sehingga mereka lebih memahami praktiknya daripada konsep dasarnya. Munculnya data anomali ini menjadi bagian integral dari pemahaman terhadap konteks penelitian secara menyeluruh, serta memperlihatkan area yang masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan program sekolah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi Islami sekolah terbentuk melalui praktik harian yang konsisten dan berorientasi pada nilai. Pembiasaan ibadah seperti salam, doa pagi, murojaah, dan antre bukan hanya menjadi bagian dari rutinitas sekolah, tetapi berfungsi sebagai media internalisasi nilai Islami yang membentuk karakter peserta didik secara bertahap. Selain pembiasaan, keteladanan guru menjadi elemen penting dalam membangun persepsi autentik tentang identitas sekolah. Guru tidak hanya memberikan instruksi akademik, tetapi juga menghadirkan diri sebagai figur moral yang menggunakan bahasa santun, menegur tanpa kekerasan, dan menunjukkan empati dalam berinteraksi

dengan siswa. Keteladanan semacam ini membuat orang tua melihat bahwa nilai-nilai Islami benar-benar dihidupkan dalam lingkungan sekolah, bukan sekadar dijadikan atribut formal. Temuan ini sejalan dengan pandangan Muslich (2019) dan Aini et al. (2024) yang menegaskan bahwa value-based Islamic branding hanya dapat efektif apabila nilai-nilai keislaman diinternalisasi melalui budaya sekolah, bukan hanya ditampilkan pada level permukaan.

Selain pembiasaan, penerapan pendidikan berbasis fitrah genetik menjadi komponen penting pembentukan citra sekolah. Guru menggunakan portofolio perkembangan untuk memetakan kecenderungan minat, bakat, dan karakter setiap anak secara berkelanjutan. Portofolio ini tidak hanya mencatat capaian akademik, tetapi juga perkembangan emosional, kecenderungan sosial, serta aktivitas yang menunjukkan potensi bawaan anak. Aktivitas pembuka berupa pilihan seperti menggambar atau membaca sebelum pelajaran inti menciptakan ruang ekspresi untuk menyiapkan kondisi emosional anak agar lebih siap belajar. Praktik ini menegaskan bahwa sekolah tidak sekadar menekankan capaian kurikulum, melainkan memberikan perhatian serius terhadap pertumbuhan holistik peserta didik. Kondisi ini dipersepsi orang tua sebagai bentuk kepedulian yang meningkatkan rasa percaya mereka terhadap kualitas lembaga.

Disamping itu, komunikasi publik yang dilakukan dengan pendekatan humanis juga penting. Sekolah secara rutin mengirimkan laporan perkembangan, berbagi foto kegiatan harian, dan memberikan informasi melalui media digital dengan nada komunikasi yang ramah, jelas, dan empatik. Hubungan semacam ini menciptakan keterlibatan emosional antara guru dan orang tua sehingga membangun kepercayaan yang kuat. Dokumentasi visual yang rutin diberikan memperlihatkan konsistensi praktik nilai Islami, aktivitas berbasis minat, serta suasana kelas yang tenang dan nyaman. Komunikasi yang terbuka dan bersifat dua arah ini memperkuat legitimasi publik terhadap sekolah dan membantu membangun citra lembaga yang akuntabel serta responsif terhadap kebutuhan orang tua.

Selain itu, lingkungan fisik dan budaya sekolah juga menunjukkan bahwa sekolah menampilkan atmosfer religius, aman, dan ramah anak. Ruang kelas yang tertata, area ibadah yang bersih, serta interaksi guru yang mengedepankan kelembutan menunjukkan bahwa sekolah mengutamakan kenyamanan emosional peserta didik. Pendekatan ini mencerminkan prinsip bahwa pendidikan Islam harus menghadirkan rasa aman dan kasih sayang bagi anak-anak. Namun, penelitian juga menemukan bahwa pemahaman guru mengenai konsep fitrah genetik belum sepenuhnya merata dan beberapa orang tua tidak selalu memperbarui

informasi digital. Variasi ini menunjukkan bahwa implementasi program membutuhkan penguatan sistemik agar keselarasan praktik dapat terjaga secara berkelanjutan.

Temuan penelitian ini selaras dengan gagasan Muslich (2019) yang menegaskan bahwa branding sekolah Islam harus dibangun melalui internalisasi nilai, bukan dari strategi visual atau promosi yang bersifat superfisial. Konsistensi pembiasaan ibadah dan keteladanan guru yang ditemukan pada SD IT Madani memperkuat argumen bahwa identitas Islami harus hadir dalam bentuk perilaku, bukan hanya simbol. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Cahyanto et al (2025) yang menjelaskan bahwa sekolah Islam mampu membangun reputasi berkelanjutan ketika budaya religius dipadukan dengan lingkungan belajar yang ramah anak. Suasana kelas yang tenang, interaksi guru yang lembut, serta lingkungan fisik yang mendukung menunjukkan bagaimana praktik budaya sekolah berkontribusi pada pembentukan persepsi publik tentang kualitas pendidikan Islam.

Penelitian ini juga menguatkan argumen Rahmawati dan Aji (2025) bahwa komunikasi publik yang transparan, jujur, dan berbasis dokumentasi visual merupakan salah satu strategi paling efektif untuk menjaga citra lembaga pendidikan Islam. Pengalaman orang tua di SD IT Madani yang merasa dekat dan percaya kepada sekolah menjadi bukti empiris bahwa komunikasi humanis memiliki peran sentral dalam membangun kepercayaan publik. Selain itu, implementasi pendidikan berbasis fitrah genetik sejalan dengan gagasan Zainuddin yang menekankan pentingnya observasi sistematis dan personalisasi pembelajaran untuk mengembangkan potensi bawaan anak. Temuan penelitian ini memperkuat literatur sekaligus menawarkan kontribusi baru karena menunjukkan bagaimana penerapan fitrah genetik dapat menjadi dasar pembentukan reputasi sekolah Islam di tingkat pendidikan dasar.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kerangka berpikir tentang value-based Islamic branding dengan menghadirkan konsep baru berupa practice-embedded Islamic branding, yaitu branding yang dibangun melalui praktik pedagogis, budaya sekolah, dan hubungan interpersonal yang konsisten. Pendekatan ini menegaskan bahwa reputasi Islami tidak dapat dibentuk dengan strategi pemasaran semata, tetapi harus tumbuh dari pengalaman autentik yang dialami siswa dan orang tua setiap hari.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi penting bagi pengembangan sekolah Islam, yaitu perlunya pelatihan internal yang memperkuat pemahaman guru mengenai konsep fitrah genetik, pentingnya standardisasi SOP pembiasaan nilai, serta perlunya strategi komunikasi publik yang lebih inklusif agar semua orang tua dapat

mengakses informasi dengan merata. Selain itu, lingkungan belajar ramah anak perlu terus dijaga dan dievaluasi karena terbukti menjadi salah satu alasan utama mengapa orang tua percaya dan memilih sekolah.

Pada tingkat kebijakan, penelitian ini memberikan dasar bagi pengembangan kurikulum berbasis fitrah yang dapat diterapkan pada sekolah dasar Islam. Temuan ini juga dapat dijadikan rujukan dalam merancang program pelatihan guru tentang branding berbasis nilai, menyusun pedoman komunikasi publik yang humanis, serta mengembangkan evaluasi budaya sekolah secara berkala. Seluruh implikasi ini menunjukkan bahwa pembentukan reputasi sekolah Islam membutuhkan integrasi manajemen, pedagogi, dan komunikasi secara simultan.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu: (1) penelitian inj dilakukan dalam konteks satu sekolah sehingga hasilnya bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi ke seluruh sekolah Islam; (2) variasi pemahaman guru mengenai konsep fitrah genetik juga membatasi kemampuan penelitian untuk menilai konsistensi implementasi program secara menyeluruh; (3) penggunaan observasi dan wawancara membuka peluang terjadinya bias persepsi karena partisipan mungkin berupaya menampilkan citra sekolah secara positif; (4)Komunikasi publik yang sangat bergantung pada media digital juga menyebabkan perbedaan pengalaman orang tua, sehingga data mengenai efektivitas komunikasi tidak sepenuhnya seragam; (5) Penelitian ini belum menggunakan pendekatan longitudinal sehingga dampak jangka panjang pendidikan berbasis fitrah terhadap perkembangan karakter dan akademik anak belum dapat dievaluasi dengan mendalam.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa reputasi Islami di SD IT Madani Islamic School Payakumbuh dibangun melalui integrasi antara pembiasaan nilai-nilai Islami, keteladanan guru, penerapan konsep fitrah genetik, komunikasi publik yang humanis, dan penciptaan lingkungan belajar yang ramah anak. Temuan penelitian tidak hanya konsisten dengan literatur, tetapi juga memberikan kontribusi baru mengenai pentingnya praktik harian sebagai dasar pembentukan branding sekolah Islam. Penelitian lanjutan dapat diarahkan pada studi komparatif antar sekolah, penelitian longitudinal, serta kajian mengenai efektivitas pelatihan guru dalam meningkatkan konsistensi implementasi pendidikan berbasis fitrah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa reputasi Islami yang autentik di SD IT Madani Islamic School Payakumbuh dibangun melalui integrasi antara pembiasaan nilai-nilai keislaman, keteladanan guru, penerapan pendidikan berbasis fitrah genetik, komunikasi publik yang humanis, serta budaya sekolah yang aman dan ramah anak. Penguatan identitas Islami diwujudkan melalui praktik keseharian yang konsisten, seperti pembiasaan ibadah, penanaman adab, dan penggunaan bahasa santun, yang merefleksikan internalisasi nilai dalam seluruh aktivitas sekolah. Penerapan konsep fitrah genetik melalui pemetaan potensi dan personalisasi pembelajaran menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya berfokus pada pencapaian akademik, tetapi juga pada pengembangan potensi bawaan siswa secara holistik. Selain itu, komunikasi publik yang transparan dan empatik memperkuat kepercayaan orang tua dan meningkatkan legitimasi sekolah di mata publik. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa *branding* berbasis nilai Islami terbentuk dari kualitas pengalaman yang konsisten dan berakar pada budaya sekolah, bukan dari strategi promosi semata.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan memperluas pemahaman tentang *value based Islamic branding* melalui pendekatan yang berorientasi pada praktik nyata (*practice embedded branding*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas interaksi sehari-hari, keteladanan guru, dan lingkungan belajar yang humanis merupakan fondasi reputasi lembaga pendidikan Islam, sekaligus memberikan perspektif baru tentang hubungan antara model pedagogis berbasis fitrah dan pembentukan citra institusional. Secara metodologis, penelitian ini memberikan ilustrasi penerapan studi kasus kualitatif yang mampu mengungkap dinamika internal *branding* sekolah secara rinci melalui triangulasi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat dijadikan model bagi sekolah Islam lain untuk mengembangkan *branding* berbasis nilai melalui integrasi budaya sekolah, pembiasaan keagamaan, personalisasi pembelajaran, serta komunikasi publik yang konsisten dan humanis.

Rekomendasi penelitian selanjutnya mencakup beberapa arah pengembangan. Pertama, diperlukan studi komparatif pada berbagai sekolah Islam untuk melihat sejauh mana pendekatan *branding* berbasis nilai dapat diterapkan pada konteks institusi dengan kultur berbeda. Kedua, penelitian *longitudinal* diperlukan untuk menilai dampak jangka panjang penerapan pendidikan berbasis fitrah terhadap perkembangan akademik, moral, sosial, dan emosional peserta didik. Ketiga, penelitian lebih lanjut dapat mengkaji efektivitas program

pelatihan guru dalam meningkatkan pemahaman dan konsistensi implementasi konsep fitrah genetik, mengingat temuan menunjukkan adanya variasi pemahaman antar guru. Keempat, riset mengenai model komunikasi publik yang inklusif dan adaptif perlu dikembangkan untuk mengatasi kesenjangan akses informasi di kalangan orang tua. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat menyempurnakan model *branding* sekolah Islam yang lebih komprehensif, berkelanjutan, dan responsif terhadap perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, T. N., Nugraha, L., Surbakti, A. H., Mundiri, A., & Sanjani, M. A. F. (2025). Value-Based Branding in Islamic Boarding Schools: Efforts to Maintain Identity in Digitalization Dynamics. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *9*(2), 442–457. https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v9i2.10753

Angrosino, M. (2016). *Naturalistic Observation*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315423616

Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, *6*(2), 250–257. https://doi.org/10.58401/dirasah.v6i2.899

Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, *9*(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Cahyanto, B., Wibowo, A. M., Arifuddin, A., Dewi, D. K., Salamah, E., & Don, A. G. (2025). Innovation of Brand Building and Character Development in Islamic School: a Transformation Based on School Core Values. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *6*(3), 465–481. https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v6i3.1784

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th Ed.). SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th Ed.). SAGE Publications.

Edy, S., Fauzi, S., Nenda, & Wahyu, M. Z. E. (2024). Integrated Cultural-Educational Branding: Innovative Strategies for Building a Sustainable Image in Islamic Primary School. *Progresiva: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, *13*(3), 351–366. https://doi.org/10.22219/progresiva.v13i03.37447

Fitria, U. R., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2024). Peran School Branding dalam Implementasi Manajemen Strategik untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, *2*(12), 427–436. https://jurnal.kolibi.org/index.php/cendikia/article/view/4526

Hassan, S., & nor, H. (2021). Islamic Branding in Education: Conceptual Development and Institutional Practices. *Asia Pacific Journal of Education*, *41*(4), 603–618.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interviews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (3rd Ed.). SAGE Publications.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook* (3rd Ed.). SAGE Publications.

Muslich, M. (2019). *Branding Lembaga Pendidikan Islam: Teori dan Praktik*. Remaja Rosdakarya.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th Ed.). SAGE Publications.

Pratama, F. N., Nugroho, P., Zakaria, A. R., Rohmatulloh, N. D., & Muna, L. R. (2025). Strategi Manajemen Branding Sekolah Berbasis Pesantren. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, *8*(1), 263–276. https://doi.org/10.58401/dirasah.v8i1.1641

Rahmawati, F. N., & Aji, G. G. (2025). SD Al Hikmah Surabaya's Branding Strategy to Maintain the Image of an Upper-Segment Islamic School. *The Commercium*, *9*(1), 12–25. https://doi.org/10.26740/tc.v9i1.65996

Ratna Sari. (2024). Membangun Branding Sekolah Islam: Komunikasi Strategis dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Pendidikan*, *23*(1). https://doi.org/10.15408/kordinat.v23i1.46801

Rizal, S., & Wahyuni, H. C. (2024). Creative Branding Transforms School Management in Indonesia. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, *7*(1). https://doi.org/10.21070/jims.v7i1.1612

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th Ed.). SAGE Publications.

Zainuddin, A. (2021). Implementasi Pendidikan Berbasis Fitrah pada Sekolah Dasar Islam. *Jurnal Tarbiyah dan Studi Islam*, *5*(1), 45–59. https://doi.org/10.37274/jtsi.v5i1.552