

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.

Pendidikan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia yang tidak hanya berfungsi untuk mentransfer pengetahuan, tetapi juga membentuk karakter dan kepribadian. Dalam kehidupan sehari-hari, pendidikan menjadi bekal utama untuk menghadapi tantangan zaman yang terus berubah. Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow menjelaskan bahwa proses pendidikan tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan akademik, tetapi juga menjadi ruang bagi pemenuhan kebutuhan manusia yang lebih tinggi. Setelah kebutuhan dasar seperti keamanan, kenyamanan fisik, dan penerimaan sosial terpenuhi, peserta didik akan mampu mencapai tahap aktualisasi diri (Fitriyati & Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022).

Pernyataan ini juga diperkuat melalui implementasi praktis di Yayasan Cahaya Generasi Islam Bengkulu, di mana pendekatan ini diterapkan untuk mendukung pengembangan potensi siswa secara holistik dengan temuan utama menegaskan bahwa pemenuhan kebutuhan fisiologis, keamanan, dan sosial melalui lingkungan belajar yang kondusif memungkinkan siswa untuk mencapai tingkat aktualisasi diri, yang pada gilirannya mempercepat pencapaian tujuan pendidikan nasional. (Anisyah Rahmadania & Hery Noer Aly, 2023).

Pada tahap inilah pendidikan memainkan peran penting dalam membantu individu menemukan potensi terbaiknya, menjadi pribadi yang

adaptif, percaya diri, dan siap menghadapi tantangan kehidupan. Melalui pendidikan yang baik, seseorang dapat tumbuh menjadi individu yang berpikir kritis, bertanggung jawab, serta mampu hidup berdampingan dengan orang lain secara harmonis.

Tujuan pendidikan sebenarnya tidak hanya sekadar menghasilkan siswa yang pintar secara akademik. Lebih dari itu, pendidikan bertujuan mengembangkan potensi peserta didik secara utuh baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Inilah yang ditegaskan dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional, bahwa pendidikan bertujuan membentuk manusia yang beriman, berakhlak, cakap, mandiri, dan bertanggung jawab sebagai warga negara.

UPT SMP Negeri 2 Tuban selama ini dikenal dengan sekolah yang memiliki keunggulan lebih dibidang non akademik, karena pembinaan ekstrakurikuler yang beragam, diantaranya : (1) Pramuka; (2) Angkat Besi; (3) Basket; (4) Atletik; (5) Bola Voli; (6) Sepakbola; (7) Karate; (8) Muathay; (9) Futsal; (10) Catur; (11) Lingkungan Hidup; (12) Baca Tulis Al Quran; (13) Bahasa Inggris; (14) Hadrah; (15) Teater; (16) Lukis; (17) Paduan Suara/vokal; (18) Band; (19) Tari; (20) Satuan Petugas Khusus/ Latihan Baris Berbaris; (21) Jurnalistik; (22) Palang Merah Remaja (PMR); (23) Komputer; (24) Pentaque; dan (25) Karawitan.

Sebagai salah satu ekstrakurikuler unggulan bahkan sebagai satu-satunya sekolah di Tuban yang memiliki ekstrakurikuler Angkat Besi dengan peralatan yang lengkap dan menorehkan prestasi di setiap tahunnya, baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Juga ekstrakurikuler futsal putri yang

menjadi pernah menorehkan prestasi pada even Bupati Cup hingga POPDA. Pada tahun 2024, tercatat 70 prestasi yang diraih oleh siswa UPT SMP Negeri 2 Tuban, sedangkan pada Tahun 2025 meraih 40 prestasi. Pada setiap pencapaian prestasi, siswa mendapatkan apresiasi dari sekolah sebagai bentuk penghargaan dan ucapan terima kasih telah mengharumkan nama sekolah.

Melalui kegiatan ekstrakurikuler, siswa tidak hanya bisa menyalurkan minat dan bakat mereka, tetapi juga belajar nilai-nilai kehidupan secara langsung. Proses pendidikan tidak bisa hanya mengandalkan pembelajaran di dalam kelas, karena banyak hal seperti kepemimpinan, kepercayaan diri, kerja sama tim, dan manajemen emosi tidak dapat diajarkan melalui buku teks semata. Di sinilah kegiatan ekstrakurikuler mengambil peran penting sebagai ruang belajar yang lebih bebas, menyenangkan, dan dekat dengan dunia nyata. Kondisi ini selaras dengan teori *Positive Psychology* yang dikembangkan oleh Seligmna (2011), khususnya melalui kerangka PERMA yang menekankan pentingnya emosi positif (*positive emotion*), keterlibatan aktif (*engagement*), hubungan sosial yang bermakna (*relationship*), makna hidup (*meaning*), dan pencapaian (*accomplishment*). (Seligman, M. E. P. ,2011).

Dalam konteks UPT SMP Negeri 2 Tuban, implementasi pendidikan holistik tersebut diwujudkan melalui penguatan kegiatan ekstrakurikuler, seperti Pramuka dan angkat besi, yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah pengembangan minat dan bakat, tetapi juga sebagai sarana pembentukan resiliensi emosional, disiplin, kerja sama, serta kepercayaan diri peserta didik. Melalui aktivitas yang terstruktur dan berkelanjutan, peserta didik dilibatkan

secara aktif dalam pengalaman belajar yang bermakna, membangun relasi sosial yang positif, serta menumbuhkan rasa bangga atas pencapaian yang diraih, baik secara individu maupun kelompok. Pengalaman positif ini secara tidak langsung memperkuat citra sekolah sebagai institusi pendidikan yang peduli terhadap kesejahteraan dan pengembangan karakter peserta didik secara menyeluruh.

Keberhasilan pengelolaan dan publikasi kegiatan ekstrakurikuler tersebut menjadikan sekolah memiliki nilai pembeda (*distinctive value*) di tengah persaingan antar sekolah, khususnya pada era kebijakan zonasi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Ekstrakurikuler yang kuat dan berprestasi tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas internal sekolah, tetapi juga berperan strategis sebagai instrumen *branding* sekolah yang mampu menarik minat masyarakat dan calon peserta didik baru. Dengan demikian, integrasi antara pemenuhan kebutuhan peserta didik, penguatan kesejahteraan psikologis dan pengelolaan ekstrakurikuler yang efektif menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan sekolah di era zonasi.

Ekstrakurikuler juga menjadi salah satu wajah sekolah di mata masyarakat. Sekolah yang aktif membina kegiatan ekstrakurikuler dengan baik umumnya memiliki daya tarik lebih tinggi di mata calon peserta didik dan orang tua. Karena itu, ekstrakurikuler bisa menjadi strategi *branding* sekolah yang kuat menjadi cara untuk menunjukkan jati diri, budaya positif, dan keunggulan sekolah secara lebih nyata. Ketika kegiatan ini dikelola dengan baik, bukan tidak mungkin jumlah pendaftar baru akan meningkat karena

masyarakat melihat sekolah sebagai tempat yang tidak hanya mendidik secara akademik, tapi juga membentuk karakter siswa secara menyeluruh.

Branding sekolah saat ini tidak hanya menjadi strategi promosi, tetapi merupakan identitas yang membedakan satu sekolah dari sekolah lainnya. Di era persaingan ketat antar lembaga pendidikan, upaya menciptakan citra positif melalui *branding* menjadi sangat penting, terutama bagi sekolah negeri yang selama ini dianggap tidak sekompetitif sekolah swasta dalam strategi pemasaran. *Branding* sekolah dapat dibangun melalui berbagai aspek, salah satunya melalui kegiatan ekstrakurikuler. Ekstrakurikuler yang dirancang dengan baik tidak hanya mencerminkan visi dan nilai-nilai sekolah, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk menonjolkan keunggulan dan daya tarik sekolah di mata masyarakat.

UPT SMP Negeri 2 Tuban merupakan sekolah menengah pertama negeri yang memiliki potensi besar dalam pengembangan berbagai kegiatan ekstrakurikuler. Penelitian Khasanah yaitu pengelolaan ekstrakurikuler kewirausahaan tingkatkan prestasi non-akademik siswa dan *branding* sekolah menegaskan pendekatan serupa meningkatkan prestasi non-akademik dan pengembangan karakter holistik. (Khasanah et al., 2025). Namun, berdasarkan observasi awal, belum terdapat strategi yang terstruktur untuk mengintegrasikan potensi ekstrakurikuler ini dalam upaya *branding* sekolah yang sistematis. Kegiatan ekstrakurikuler yang dikelola dengan baik, dapat menjadi alat strategis dalam membangun citra sekolah dan meningkatkan jumlah pendaftar pada setiap tahun ajaran baru, karena masyarakat melihat sekolah membentuk karakter secara menyeluruh, bukan hanya akademik.

Hal ini didukung oleh studi strategi pengembangan karakter dan meningkatkan ketrampilan peserta didik melalui kegiatan ekstrakurikuler yang kegiatan ekstrakurikuler memiliki peran yang sangat penting dan strategis sebagai sarana pengembangan karakter dan keterampilan peserta didik secara menyeluruh, di mana melalui berbagai jenis kegiatan, sehingga tidak hanya memperoleh pengalaman belajar di luar kelas tetapi juga secara tidak langsung membentuk nilai-nilai karakter seperti disiplin, tanggung jawab, toleransi, kemandirian, dan percaya diri, sekaligus mengasah keterampilan abad ke-21 yang meliputi kreativitas, kolaborasi, komunikasi, dan berpikir kritis, sehingga kegiatan ekstrakurikuler dapat menjadi solusi nyata dalam menjawab tantangan pendidikan Indonesia yang selama ini masih belum mampu menghasilkan lulusan dengan keseimbangan aspek kognitif, afektif, dan psikomotor secara optimal. (Fitria Kautsari Azizah & Lu'luil Maknun, 2022).

Di era digitalisasi, media sosial telah bertransformasi menjadi salah satu instrumen paling efektif dalam membangun dan menyebarluaskan brand sekolah. Berdasarkan data yang dirilis *We Are Social* pada Januari 2022, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang, mencatatkan peningkatan sebesar 12,35 persen dibandingkan tahun sebelumnya. (Manggopa et al., 2023). Angka ini mengonfirmasi bahwa ruang digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi institusi pendidikan yang ingin memperluas jangkauan dan membangun persepsi positif di benak masyarakat. Penelitian Manggopa et al. (2023) yang mengkaji persepsi Generasi Z terhadap efektivitas *social media marketing* dalam membangun brand institusi pendidikan menemukan bahwa *social media marketing*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*, dan selanjutnya *brand trust* berpengaruh positif terhadap empat dimensi *brand gestalt*, yakni *storyscape*, *sensescape*, *servicescape*, dan *stakeholders*. Temuan ini sangat relevan bagi sekolah, karena calon peserta didik beserta orang tua mereka saat ini adalah kelompok yang aktif mengonsumsi konten digital sebelum memutuskan pilihan sekolah.

Selaras dengan keadaan tersebut, UPT SMP Negeri 2 Tuban telah memiliki sarana dan prasarana yang baik dan dapat mendukung kegiatan ekstrakurikuler sebagai usaha untuk meningkatkan *branding* sekolah. Media sosial yang telah dimiliki oleh sekolah terpantau aktif dalam menyampaikan informasi kegiatan sekolah kepada masyarakat juga telah ada, seperti web sekolah, Instagram, youtube, tiktok, juga facebook. Disini juga memiliki studio podcast yang memadai.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya mendukung bahwa *branding* melalui ekstrakurikuler berdampak signifikan terhadap minat calon siswa. Penelitian tentang Manajemen Strategi Humas dalam Menciptakan School *Branding* melalui Ekstrakurikuler oleh Violetasari & Rohmadi (2024) dan strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan awareness masyarakat oleh Azizah, Y (2023), menunjukkan bahwa sekolah yang memaksimalkan fungsi ekstrakurikuler sebagai bagian dari *branding* mengalami peningkatan penerimaan murid baru secara konsisten. Dengan memanfaatkan kekuatan tersebut, sekolah dapat menarik siswa dari berbagai latar belakang yang sesuai dengan profil dan visi sekolah. Namun, penelitian ini tidak menyebutkan spesifikasi ekstrakurikuler.

Pada penelitian selanjutnya, Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo oleh Amalina, Zakiya (2023) menganalisis *brand image* melalui program unggulan dan prestasi siswa, namun tidak menyoroti implementasi sistematis ekstrakurikuler. Dikuatkan juga oleh strategi *school branding* dalam penerimaan siswa baru SMA Muhammadiyah 2 Palangkaraya (Nugroho, A., & Sari, D. P. 2024) menekankan roadshow dan media sosial, tetapi kurang membahas faktor pendukung dan penghambat spesifik ekstrakurikuler.

Konteks ini menjadi relevan bagi UPT SMP Negeri 2 Tuban, khususnya dalam menghadapi tantangan penerimaan peserta didik baru di tengah persaingan antar sekolah dan perubahan sistem zonasi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai bagaimana strategi implementasi *branding* sekolah melalui ekstrakurikuler dijalankan, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap jumlah peserta didik baru yang mendaftar ditengah persaingan zonasi.

Pada pembahasan sekolah negeri pada era zonasi, masih terdapat celah penting dalam kajian mengenai bagaimana branding melalui kegiatan ekstrakurikuler benar-benar dijalankan di lapangan. Banyak penelitian menyoroti pentingnya ekstrakurikuler, tetapi belum memberikan gambaran yang sistematis tentang bagaimana strategi branding tersebut dioperasionalkan dari hari ke hari. Aspek-aspek seperti dukungan sarana prasarana, pemanfaatan media sosial, pola koordinasi antarunit, hingga tantangan pendanaan sering kali hanya disebutkan sekilas tanpa dianalisis secara mendalam (Violetasari &

Rohmadi, 2024). Di sisi lain, masih jarang penelitian yang menghubungkan branding ekstrakurikuler dengan bukti empiris yang jelas, terutama terkait perubahan jumlah pendaftar pada sekolah negeri yang terdampak kebijakan zonasi (Pratiwi et al., 2024).

Brand ekstrakurikuler dapat dipahami sebagai persepsi publik yang terbentuk secara konsisten atas keunggulan, prestasi, dan karakter khas yang ditampilkan melalui kegiatan non-akademik sekolah. Strategi membangun citra sekolah melalui program ekstrakurikuler mencakup: (1) mengembangkan ekstrakurikuler yang mendukung bidang akademik dan non-akademik, (2) pembinaan yang serius, (3) memenangkan kompetisi, (4) promosi, dan (5) konsistensi. (Juhairin & Wahab, 2019).

Lebih jauh, faktor pendukung dalam membangun brand image sekolah meliputi tenaga pendidik yang berkualifikasi baik, sarana prasarana yang memadai, budaya dan kepribadian sekolah yang kuat, serta lokasi yang strategis. Sebaliknya, faktor penghambatnya adalah pendanaan yang belum maksimal dan kurang koordinasi antarunit. (Oktaviani & Sutarsih, 2024). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa sekolah yang berhasil membangun brand image melalui ekstrakurikuler mampu menciptakan citra positif di mata masyarakat dengan membuktikannya melalui prestasi siswa di bidang akademik maupun non-akademik seperti olahraga, seni, dan kegiatan keagamaan.

Dengan demikian, brand ekstrakurikuler bukan sekadar nama kegiatan, melainkan merupakan aset strategis sekolah yang dibangun secara terencana, dibuktikan melalui prestasi, dan dikomunikasikan secara konsisten kepada

masyarakat. Upaya membangun ciri khas positif sekolah antara lain dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan ekstrakurikuler yang mengasah kemampuan siswa, tidak hanya di bidang akademik tetapi juga non-akademik, dengan mengikutsertakan siswa dalam berbagai kompetisi dari tingkat lokal hingga nasional bahkan internasional

Penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan analisis reflektif terhadap praktik branding ekstrakurikuler di UPT SMP Negeri 2 Tuban. Melalui penelusuran data penerimaan peserta didik baru periode 2023–2025, penelitian ini mencoba memahami sejauh mana aktivitas ekstrakurikuler berkontribusi terhadap daya tarik sekolah di mata masyarakat. Hal ini relevan mengingat kebijakan zonasi yang diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 1 Tahun 2021 menuntut sekolah negeri untuk membangun daya tarik berbasis keunggulan non-akademik, bukan lagi seleksi prestasi semata (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2021). Selain itu, penelitian ini menyusun atau menemukan model strategi branding yang terintegrasi dan aplikatif, sehingga dapat menjadi rujukan bagi sekolah negeri lain yang menghadapi tantangan serupa (Juhairin & Wahab, 2019). Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana ekstrakurikuler dapat menjadi kekuatan nyata dalam membangun citra sekolah dan meningkatkan kepercayaan publik (Sholihah, 2018).

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, berikut ini rumusan masalah ini disusun agar hasil penelitian dapat memberikan kontribusi nyata bagi pihak sekolah, yaitu :

1.2.1. Bagaimana implementasi *branding* sekolah melalui ekstrakurikuler di UPT SMP Negeri 2 Tuban?

1.2.2. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat implementasi *branding* melalui ekstrakurikuler?

1.2.3. Bagaimana dampak strategi *branding* ekstrakurikuler terhadap penerimaan murid baru di UPT SMP Negeri 2 Tuban?

1.3. Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian ini disusun untuk memberikan arah yang jelas dalam memahami bagaimana *branding* sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler dapat berperan dalam meningkatkan daya tarik UPT SMP Negeri 2 Tuban. Secara khusus, penelitian ini bertujuan :

1.3.1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi implementasi *branding* sekolah melalui ekstrakurikuler di UPT SMP Negeri 2 Tuban.

1.3.2. Untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *branding* ekstrakurikuler.

1.3.3. Untuk menemukan dampak *branding* ekstrakurikuler terhadap penerimaan murid baru di UPT SMP Negeri 2 Tuban.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini secara teoritis adalah :

- 1) Memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pendidikan dan manajemen pendidikan, terutama terkait dengan implementasi branding sekolah melalui ekstrakurikuler dalam meningkatkan penerimaan murid baru di sekolah
- 2) Menambah khasanah keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan, khususnya dalam implementasi branding berbasis kegiatan ekstrakurikuler.
- 3) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji implementasi *branding* berbasis kegiatan ekstrakurikuler dengan pendekatan reflektif, khususnya dalam konteks pendidikan menengah pertama.

1.4.2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat penelitian ini secara praktis adalah :

- 1) Bagi Kepala Sekolah dan Tim Manajemen, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam pengembangan strategi promosi sekolah. Informasi mengenai faktor pendukung, hambatan, dan pola implementasi *branding* dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk meningkatkan daya tarik sekolah.
- 2) Bagi Guru Pembina Ekstrakurikuler, hasil penelitian memberikan gambaran praktis tentang bagaimana kegiatan ekstrakurikuler

dapat memberikan kontribusi nyata terhadap citra positif sekolah. Penelitian ini juga dapat menjadi pedoman dalam merancang program yang lebih terarah, berdampak, dan berorientasi pada kebutuhan peserta didik.

- 3) Bagi Sekolah Secara Keseluruhan, temuan penelitian dapat menjadi landasan penyusunan strategi branding yang lebih terintegrasi, terutama dalam memanfaatkan keunggulan ekstrakurikuler sebagai identitas diferensiatif sekolah di tengah persaingan PPDB dan kebijakan zonasi.
- 4) Bagi Dinas Pendidikan, hasil penelitian dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya perencanaan *branding* sekolah yang terstruktur dan berbasis kegiatan pengembangan minat bakat. Temuan ini dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan pembinaan sekolah negeri agar lebih adaptif dan kompetitif.
- 5) Bagi Orang Tua dan Calon Peserta Didik, penelitian ini memberikan informasi yang lebih transparan mengenai kelebihan dan karakteristik UPT SMP Negeri 2 Tuban, sehingga dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan pendidikan yang tepat.

1.5. Definisi Operasional

- 1.5.1. **Implementasi** : Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan dari sebuah rencana, ide, kebijakan, atau program yang telah disusun secara matang menjadi tindakan nyata untuk mencapai tujuan tertentu,

mencakup proses mengubah konsep menjadi praktik yang bermanfaat di dunia nyata. Ini melibatkan serangkaian langkah untuk mewujudkan suatu gagasan, seperti menggerakkan sumber daya, melaksanakan tugas, serta mengelola perubahan untuk menghasilkan dampak yang diinginkan, baik dalam konteks pemerintahan, pendidikan, bisnis, maupun teknologi informasi.

1.5.2. **Branding Sekolah:** upaya strategis untuk membangun dan memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat. Lebih dari sekadar tampilan visual, branding mencerminkan nilai, karakter, dan kualitas layanan pendidikan. Melalui berbagai saluran komunikasi dan aktivitas sekolah termasuk kegiatan ekstrakurikuler, sekolah dapat memperlihatkan keunggulan dan budaya belajarnya.

1.5.3. **Ekstrakurikuler:** Kegiatan pendidikan di luar jam pelajaran wajib yang difasilitasi oleh sekolah dan menjadi sarana pengembangan minat, bakat, dan karakter siswa.

1.5.4. **Penerimaan Murid Baru:** Jumlah siswa yang mendaftar dan diterima pada awal tahun ajaran baru sebagai hasil dari daya tarik dan citra sekolah.

