

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM
MEMBANGUN BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI
SDAIT AN-NAAS**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MIFTAHUL ILMI NASUTION
2303110349P

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Miftahul Ilmi Nasution
NPM : 2303110349P
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 11 September 2025
Waktu : Pukul 08.15 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Elvita Yenni, S.S, M.Hum (.....)

PENGUJI III : Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom . (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : Miftahul Ilmi Nasution
NPM : 2303110349P
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi di SDAIT An-Naas

Medan, 04 September 2025

Pembimbing

Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0112118802

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc.,Prof., Dr. ARIEN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Miftahul Ilmi Nasution**, NPM **2303110349P**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 03 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Miftahul Ilmi Nasution

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis ucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Skripsi ini berjudul “Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT AN-Naas” disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis mengucapkan terima kasih yang teristimewa dan sebesar-besarnya kepada Ayahanda (Alm.) Mansur Nasution S.Ag. dan Ibunda Rafiqatul Husna S.Ag., orang tua tercinta dengan segala upayanya, perhatian serta kasih sayang dalam mengasuh, membesarkan, mendidik, menjaga serta melindungi dan selalu mendoakan anaknya dimanapun berada. Terima kasih juga kepada adik-adik penulis naufal, cua, dan omar yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh keluarga besar untuk segala dukungan, motivasi, dan doa yang selalu diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Dengan selesainya skripsi ini merupakan suatu kebahagiaan bagi penulis, ditambah dengan proses penulisan skripsi ini telah banyak melibatkan berbagai

pihak, bantuan dari segi waktu, tenaga, pemikiran dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, melalui pengantar skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr.Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani kuliah.
9. Seluruh Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelengkapan berkas-berkas dan informasi.
10. Keponakan-keponakan penulis danisy, dhuha, alisha, achraf, dan emyr yang selalu menjadi moodbooster disaat jenuh.
11. Adella Natasya Putri teman penulis dari awal perkuliahan, terimakasih banyak karena telah menemani, memotivasi, membantu, dan memberikan dukungan semasa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman penulis Arifa Qanitah, Ihsani Tajri, Tri Suciana, dan Naila Najda yang selalu memberikan dukungan, nasihat, motivasi dan saran yang baik sehingga tugas akhir ini berjalan dengan lancar.
13. *Last but not least, I wanna thank me.* Terimakasih karena telah bertahan dan tidak menyerah, *thankyou for doing all this hard work.*

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca demi kemajuan perkembangan ilmu pendidikan di masa yang akan datang. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Medan, 3 September 2025

Miftahul Ilmi Nasution

2303110349P

Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT AN-Naas

Miftahul Ilmi Nasution

2303110349P

ABSTRAK

Dalam era digital, media sosial, website resmi, dan konten multimedia menjadi alat strategis dalam mendukung proses branding secara lebih interaktif, cepat, dan luas jangkauannya. Sekolah inklusi adalah sekolah yang memberikan layanan pendidikan kepada semua peserta didik tanpa diskriminasi, termasuk anak berkebutuhan khusus. Dalam konteks ini, media digital berperan penting untuk menyampaikan pesan-pesan inklusivitas dan menunjukkan praktik nyata pendidikan inklusi kepada publik secara transparan dan inspiratif. Sebagai sekolah yang berkomitmen menyelenggarakan pendidikan inklusi, SDAIT An-Naas perlu membangun branding yang kuat untuk memperkuat citra sebagai sekolah inklusi yang berkualitas dan dapat dipercaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi dengan menggunakan teori personal branding dari Peter Montoya di SDAIT An-Naas. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber penelitian ini berjumlah 3 orang yang terdiri dari 1 kepala sekolah dan 2 tim humas dan perencanaan. Teknik analisi data dalam kajian ini melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah sekolah berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk menampilkan ciri khas sekaligus membangun citra yang berbeda dengan sekolah lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi branding yang dilakukan SDAIT An-Naas sesuai dengan konsep *Personal Branding* Peter Montoya.

Kata kunci : Media Digital, Personal Branding, Sekolah Inklusi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Masalah	6
1.4. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Komunikasi New Media.....	8
2.2. Komunikasi Digital	9
2.3. Public Relations.....	10
2.4. Pemanfaatan Media Digital	11
2.5. Personal Branding	12
2.6. Anggapan Dasar	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.2. Kerangka Konsep	16
3.3. Definisi Konsep	18
3.4. Kategorisasi Penelitian	18
3.5. Narasumber.....	19
3.6. Teknik Pengumpulan Data	19
3.7. Teknik Analisis Data	21
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	24
4.2. Deskripsi Identitas Narasumber	26

4.3.	Deskripsi Hasil Penelitian	26
4.4.	Pembahasan	42
BAB V PENUTUP.....		48
5.1.	Simpulan.....	48
5.2.	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.Kategorisasi Penelitian.....	19
Tabel 4.1 Deskripsi Identitas Narasumber.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.Akun Instagram Yayasan An-Naas.....	3
Gambar 1.2.Konten Akun Instagram Yayasan An-Naas	25
Gambar 3.1.Kerangka Konsep.....	17
Gambar 3.2 Lokasi SDAIT An-Naas.....	23
Gambar 4.1 SDAIT An-Naas.....	24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ditengah-tengah era globalisasi sekarang ini, dimana peran internet dan media sosial yang dengan lajunya tumbuh subur dan pesat, maka tidak bisa dipungkiri persaingan menjadi semakin ketat di semua sektor, termasuk di lembaga pendidikan sekarang ini. Salah satu dampak nyata dari perkembangan ini adalah semakin meluasnya penggunaan media digital sebagai sarana komunikasi, informasi, dan promosi. Lembaga pendidikan, termasuk sekolah dasar, mulai memanfaatkan media digital untuk membangun citra institusi (*branding*), menjangkau masyarakat luas, serta memperkuat daya saing di tengah meningkatnya jumlah dan ragam sekolah yang tersedia.

Branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan *brand* (Susanto & Wijanarko, 2004). *Branding* sekolah menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan publik dan menarik minat calon peserta didik. Sekolah yang mampu membentuk citra positif dan membedakan dirinya dari sekolah lain cenderung lebih mudah dikenal dan dipilih oleh masyarakat. *Branding* yang kuat tidak hanya menunjukkan kualitas layanan pendidikan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai, visi, dan keunikan sekolah tersebut.

Dalam era digital, media sosial, website resmi, dan konten multimedia menjadi alat strategis dalam mendukung proses branding secara lebih interaktif, cepat, dan luas jangkauannya. Merek yang kuat adalah bisa meraih dan dijual. Di

sisi lain, biaya-biaya pengembangan merek baru, mendorong perusahaan untuk melakukan merek ekstensi. Strategi merek menjadi tren di Indonesia. Strategi merek tidak boleh diubah hanya untuk kepentingan perubahan (Nurhadi & Fachrul., 2015).

Hal ini menjadi semakin penting bagi sekolah inklusi, yaitu sekolah yang memberikan layanan pendidikan kepada semua peserta didik tanpa diskriminasi, termasuk anak berkebutuhan khusus. Sekolah inklusi tidak hanya menghadapi tantangan dalam aspek pembelajaran, tetapi juga dalam membangun pemahaman masyarakat tentang pentingnya pendidikan yang ramah dan terbuka bagi semua anak. Dalam konteks ini, media digital berperan penting untuk menyampaikan pesan-pesan inklusivitas dan menunjukkan praktik nyata pendidikan inklusi kepada publik secara transparan dan inspiratif.

Salah satu sekolah yang mengembangkan pendekatan inklusi adalah Sekolah Dasar Alam Islam Terpadu (SDAIT) An-Naas. Sebagai sekolah yang berkomitmen menyelenggarakan pendidikan inklusi, SDAIT An-Naas perlu membangun branding yang kuat untuk memperkuat citra sebagai sekolah inklusi yang berkualitas dan dapat dipercaya. Pemanfaatan media digital oleh sekolah ini menjadi aspek penting yang perlu dikaji, baik dari segi strategi, bentuk media yang digunakan, hingga efektivitasnya dalam membangun persepsi positif masyarakat.

Dari observasi yang telah peneliti lakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan jumlah murid baru di sekolah ini setiap tahunnya setelah adanya pemanfaatan media sosial. Mereka berfokus pada pemanfaatan

media sosial *Instagram* dan *Facebook*. Dalam pembuatan kontennya, mereka selalu berusaha untuk konsisten menghasilkan konten yang organik yang berisikan kegiatan yang ada di sekolah dengan konsep yang unik ini. Seperti adanya kegiatan pergi berenang tiap bulannya, *cooking class*, *field trip*, dan banyak kegiatan menarik lainnya. Kemudian, mereka juga menampilkan bentuk lingkungan sekolahnya di dalam konten sosial medianya juga menampilkan konten informatif terkait dengan konsep sekolahnya.

Gambar 1.1. Akun Instagram Yayasan Annaas

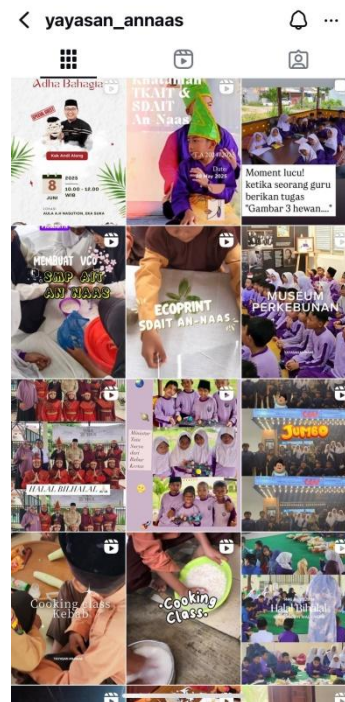


Sumber: instagram yayasan_annaas

SDAIT An-Naas ini adalah sekolah yang mengusung konsep sekolah inklusi juga. Sekolah inklusi merupakan salah satu bentuk pemerataan dan bentuk

perwujudan pendidikan tanpa diskriminasi dimana anak berkebutuhan khusus dan anak-anak pada umumnya dapat memperoleh pendidikan yang sama (Darma, I. P., & Rusyidi, 2015). Pendidikan inklusi merupakan bentuk pelayanan pendidikan khusus yang mensyaratkan agar semua anak berkebutuhan khusus dapat menerima pendidikan yang setara dikelas biasa bersama teman-teman usianya. Pada dasarnya sekolah ini bertujuan merangkul semua peserta didik dari berbagai keragaman latar belakang, kondisi individual, maupun sosial untuk dididik dan belajar bersama tanpa diskriminasi supaya potensi dan kepribadian masing-masing peserta didik yang majemuk itu dapat berkembang selaras dan seimbang dengan layanan pemberian materi pelajaran yang sama dari seorang guru. Hal ini juga yang menjadi fokus mereka dalam membangun branding sekolah dimedia sosial. Karena itu, banyak konten mereka berisi konten informatif yang menjelaskan tentang konsep sekolah mereka yang unik dengan tujuan masyarakat lebih mengenal dan mengetahui tentang konsep sekolah inklusi ini yang masih belum banyak di Kota Medan.

Gambar 1.2. Konten Akun Instagram Yayasan Annaas



Sumber: instagram yayasan_annaas

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT An-Naas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi sekolah, khususnya dalam konteks pendidikan inklusif, serta menjadi referensi bagi sekolah lain dalam memanfaatkan media digital secara optimal.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana

pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT AN-NAAS?

1.3. Tujuan dan Manfaat Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT AN-NAAS.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi model pemahaman konsep maupun acuan referensi mengenai pemanfaatan media digital dalam membangun *branding* sekolah inklusi di SDAIT AN-NAAS yang diteliti oleh peneliti.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini bermanfaat memperluas wawasan dan untuk memperoleh pengetahuan mengenai pemanfaatan media digital dalam membangun *branding* bagi seluruh pembaca. Hasil penelitian juga diharapkan dapat memberi masukan pengetahuan bagi sekolah tentang gambaran bagaimana pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah.

1.4. Sistematika Penulisan

Dengan standar penulisan ilmiah, dalam penyusunan skripsi dan proposal skripsi, penulis membagi sistematika penulisan sesuai dengan pedoman skripsi yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab dengan uraian masing-masing dengan subansi sebagai berikut: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tersier untuk membahas permasalahan yang menjadi topic skripsi, sepanjang teori-teori sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori personal branding oleh Peter Montoya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan setelah penulis atau peneliti melakukan riset penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi New Media

Komunikasi new media merujuk pada proses penyampaian pesan melalui platform digital berbasis jaringan (internet), yang menekankan interaktivitas, konvergensi, dan digitalisasi. Diferensinya dengan media tradisional adalah pada perannya dimana pengguna dapat menjadi produsen sekaligus konsumen konten (prosumers), serta akses informasi bersifat non-linear dan real-time. Media baru (new media) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan (Fachruddin, 2019).

Menurut (Flew, 2002), new media menawarkan karakteristik *digitisation*, *convergence*, *interactivity*, serta pengembangan jaringan yang memungkinkan pengguna memilih, mengendalikan, dan mengkustomisasi informasi. Komunikasi new media mengacu pada proses interaksi dan pertukaran informasi yang terjadi melalui teknologi digital yang terkomputerisasi, berbasis jaringan/internet, dan bersifat interaktif. Tidak seperti media tradisional yang satu arah (*one-to-many*), new media memungkinkan komunikasi dua arah atau multilateral (*many- to- many*) dengan kecepatan dan jangkauan global.

Penggunaan sosial media dan media digital lainnya termasuk ke dalam kategori komunikasi new media. Oleh karena itu, untuk melakukan pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah kita perlu terlebih dahulu memahami konsep dari komunikasi new media. Jika kita telah memahami konsep

dari komunikasi new media ini, maka kita dapat melakukan pemanfaatan media digital dalam membentuk *branding* sekolah dengan baik dan efektif.

2.2. Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses pertukaran informasi dan pesan melalui media elektronik berbasis teknologi digital seperti internet, email, media sosial, platform pesan, video konferensi dan format yang dapat dikodekan dan diolah secara *machine-readable*. Bentuk komunikasi ini memungkinkan interaksi real-time tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, serta menciptakan pola interaksi baru yang berbeda dari komunikasi tatap muka tradisional.

Perkembangan komunikasi digital telah melahirkan media baru dalam bentuk internet, menghapus batasan geografis dan membawa perubahan sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan. Media digital telah menjadi platform utama bagi remaja untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Media digital memiliki peran dalam pembentukan komunikasi dua arah. komunikasi dua arah sendiri terdiri dari beberapa faktor, salah satunya ialah pengaruh media digital terhadap komunikasi interpersonal, menyoroti tantangan dan peluang yang muncul (Khaira et al., 2024).

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi khususnya media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok telah menjadi platform penting untuk berbagi informasi, membangun jejaring sosial, dan mengekspresikan diri. Media sosial telah menjadi elemen terpenting dalam rutinitas harian. Hal ini membuka peluang untuk kita

memanfaatkannya dalam menyebarkan informasi tentang sekolah dan membangun *branding* sekolah yang baik dan kuat.

2.3. Public Relations

Public relations adalah fungsi manajemen strategis dalam menjalin, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara suatu organisasi dan publiknya, melalui komunikasi yang direncanakan dan terarah. Public relations bukan sekadar menyampaikan pesan atau promosi, melainkan sebuah fungsi manajerial yang mendesain interaksi strategis antara organisasi dan publiknya. Tujuannya adalah membentuk opini positif, membangun kepercayaan, dan menciptakan sinergi yang saling menguntungkan.

Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 1992). (Greener, 2002) mengemukakan bahwa PR tidak satu arah arus informasi, tetapi memiliki dua fungsi peran, yaitu membantu membentuk organisasi dengan informasi manajemen yang diharapkan, pendapat-pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat dan menerangkan serta memberi nasehat tentang suatu tindakan yang konsekuen. Berkaitan dengan fungsi manajemen, (Hutapea, 2000) menyatakan bahwa PR adalah fungsi manajemen untuk membantu menegakkan dan memelihara aturan bersama dalam komunikasi, demi terciptanya saling pengertian dan kerjasama antara lembaga/perusahaan dengan publiknya, mengatur dan menekankan tanggungjawab manajemen dalam melayani kepentingan

masyarakat, membantu manajemen dalam mengikuti, memonitor, bertindak sebagai suatu sistem tanda bahaya untuk membantu manajemen berjaga-jaga dalam menghadapi berbagai kemungkinan buruk, serta menggunakan penelitian dan teknik-teknik komunikasi yang efektif dan persuasif untuk mencapai semua itu.

Melalui definisi tersebut dapat kita simpulkan bahwa aktivitas public relations lebih menekankan pada bentuk komunikasi khususnya komunikasi organisasi dengan sasaran baik publik internal maupun eksternal, yang bukannya hanya untuk menciptakan saling pengertian antar publik yang berkepentingan tetapi juga untuk mencapai tujuan-tujuan khusus lainnya dari organisasi atau perusahaan. Tujuan-tujuan tersebut diharapkan mampu terwujud melalui program atau kegiatan public relations yang dapat menanggulangi berbagai permasalahan seperti mampu menciptakan citra serta reputasi yang positif (*branding*) bagi organisasi atau perusahaannya.

2.4. Pemanfaatan Media Digital

Memahami penggunaan media sosial adalah salah satu *insight* bagi, misalnya para pembuat konten media sosial atau bagi agensi media sosial atau *branding/public relations* untuk melakukan evaluasi mengenai efektivitas komunikasi yang dilakukan melalui media sosial. Aktivitas pengguna dalam media sosial bisa diukur dengan melihat *awareness* dan *engagement*.

Komunikasi berbasis media sosial saat ini pun tidak bisa terlepas dari karakteristik media sosial yang mampu mendokumentasikan aktivitas *users*. Proses “merekam” aktivitas *users* ini berguna untuk memahami perilaku bermedia

sosial. Ada dua contoh untuk bahasan ini yaitu memahami perilaku bermedia sosial melalui akun pribadi media sosial masing-masing, dan berikutnya adalah memahami perilaku media sosial melalui akun public. (Luik, 2020)

Beberapa komponen dasar yang menjadi fokus atau highlight dalam memahami penggunaan media sosial yaitu:

1. Demografis pengguna
2. Aktivitas pengguna
3. *Review* konten
4. *Review* program khusus, misalnya, aktivitas merek

Empat komponen dalam memahami penggunaan media sosial ini adalah sebuah contoh dari pemanfaatan media sosial untuk mendukung sebuah bisnis, dan juga untuk menjadi bisnis itu sendiri. Dalam memahami penggunaan media sosial perlu dipahami dan disepakati dengan baik dan jelas mengenai tujuan dari proses komunikasi melalui media sosial ini.

2.5. Personal Branding

Personal branding adalah proses membentuk dan mempromosikan citra diri seseorang secara strategis untuk menciptakan persepsi publik yang positif dan konsisten, terutama dalam konteks profesional. Ini mencakup cara seseorang mempresentasikan nilai, keahlian, kepribadian, dan reputasinya agar dikenali secara unik dibandingkan orang lain.

Menurut Peter Montoya (Montoya & Vandehey, 2002) branding merupakan sebuah proses menciptakan identitas yang dikaitkan dengan persepsi, emosi, dan perasaan tertentu terhadap identitas tersebut. Branding terjadi sebelum

pemasaran dan penjualan. Tanpa sebuah merek yang kuat, pemasaran tidaklah efektif maka personal branding sangat penting dilakukan sebagai proses dimana manusia dipandang dan dinilai sebagai sebuah brand oleh target market. Personal branding juga merupakan seni menarik lebih banyak klien dengan secara aktif membentuk persepsi publik. Dikatakan bahwa manusia dapat mengendalikan cara bagaimana manusia itu sendiri dipersepsikan oleh target market (Rampersad, 2009).

Menurut Montoya (Montoya & Vandehey, 2002) terdapat delapan konsep pembentukan personal branding. Adapun delapan konsep pembentukan personal branding sebagai pondasi dari personal brand yang kuat, yaitu :

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)
2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)
3. Kepribadian (*The Law of Personality*)
4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)
5. Kenampakan (*The Law of Visibility*)
6. Kesatuan (*The Law of Unity*)
7. Keteguhan (*The Law of Persistence*)
8. Maksud Baik (*The Law of Goodwill*)

2.6. Anggapan Dasar

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan maka anggapan dasar dalam penyusunan rencana penelitian meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding yang kuat merupakan faktor penting dalam menarik minat calon siswa dan orang tua terhadap sekolah inklusi seperti SDAIT An-Naas. Oleh karena itu,

pemanfaatan media digital memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang luas dan membangun citra positif bagi SDAIT An-Naas sebagai sekolah inklusi yang berkualitas. Pemanfaatan media digital yang efektif juga dapat membantu SDAIT An-Naas mengkomunikasikan nilai-nilai inklusi dan keberagaman kepada masyarakat. Persepsi publik tentang SDAIT An-Naas sebagai sekolah inklusi dapat dibentuk melalui konten dan interaksi yang dilakukan di media digital. Keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka dapat dipengaruhi oleh branding SDAIT An-Naas yang dibangun melalui media digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif mempunyai fungsi dan kelebihan, memahami proses dari isu kompleks dan isu-isu sensitif. Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan (Hendra & Priadi, 2020).

dalam bentuk dan angka-angka Penelitian kualitatif pada dasarnya bertujuan untuk menjelaskan, memahami dan mengungkapkan fenomena, peristiwa atau gejala dengan fokus pada penggunaan kata-kata dengan analisis penelitian lebih mendalam terhadap suatu fenomena atau peristiwa tentang pemanfaatan media sosial dalam membangun personal branding di Sekolah SD IT An-Naas. Selain itu, dimanfaatkan oleh peneliti yang berminat untuk menelaah suatu latar belakang misalnya tentang motivasi, peranan, nilai, sikap, dan persepsi serta dimanfaatkan untuk meneliti sesuatu dari segi proses.

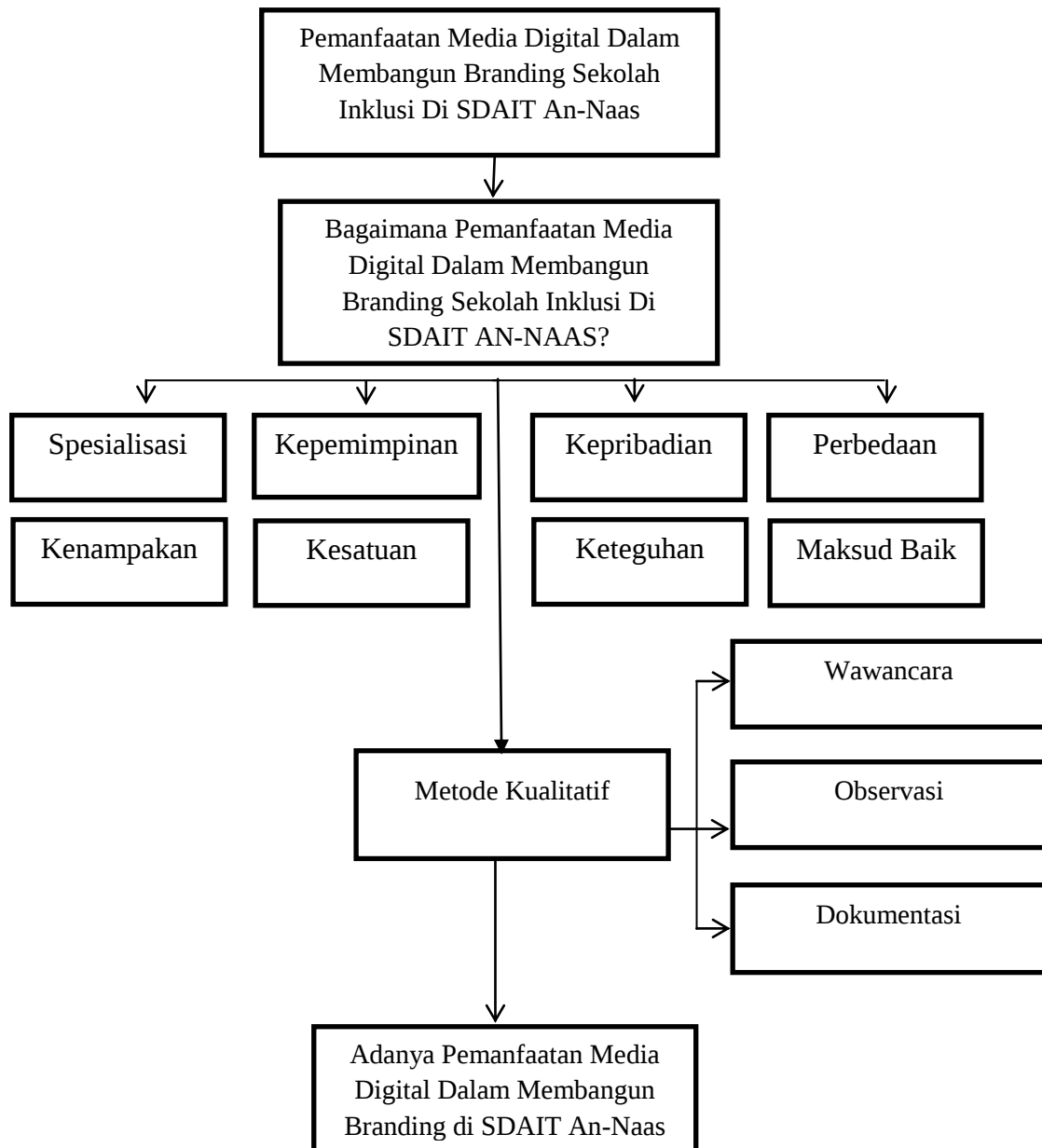
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan dua metode utama yaitu: Pertama, penggunaan observasi, dimana peneliti mengamati kegiatan sehari-hari subjek atau individu sebagai sumber data penelitian. Teknik kedua yang digunakan adalah wawancara terstruktur, dimana terjadi pertemuan antara dua orang dengan pertukaran informasi dan ide melalui tanya jawab yang disusun didalam draft pedoman wawancara. Pendekatan ini memungkinkan pembentukan

makna yang lebih mendalam terkait dengan topik tertentu melalui proses parafrase atau perumusan ulang informasi yang diberikan oleh responden.

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau social dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terperinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Fadli, 2021). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) bahwa metode kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan landasan filsafat untuk meneliti kondisi ilmiah (eksperimen).

3.2.Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah suatu struktur atau kaitan yang digunakan peneliti untuk menggambarkan hubungan antar konsep-konsep utama dari masalah dalam suatu penelitian. Kerangka konsep ini berfungsi untuk menjelaskan secara mendalam mengenai topik yang akan dibahas oleh peneliti dalam sebuah penelitiannya.

Gambar 3.1 Kerangka Konsep

Sumber: Data Olahan, 2025

Kerangka konsep yang terlihat pada gambar tersebut menggambarkan variable penelitian antara pemanfaatan media sosial dengan hasil yang ingin dicapai, yaitu membangun branding Sekolah Inklusi SDAIT An-Naas.

3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjelasan mengenai isi kerangka konsep yang telah disusun sebelumnya. Berikut adalah definisi konsep dari kerangka konsep tersebut:

- a. Pemanfaatan media digital adalah hal yang sangat penting dalam strategi komunikasi modern, karena dapat menciptakan interaksi dan menyebarkan informasi dengan cepat serta dapat membangun keterlibatan dengan audiens untuk membangun citra dan relasi public. Media digital merupakan alat yang strategis dalam membangun branding sekolah inklusi, karena dengan memanfaatkan media digital secara kreatif sekolah dapat memperkuat identitas, menyampaikan nilai-nilai inklusi sehingga mendapatkan peluang untuk membangun kepercayaan publik.
- b. Branding merupakan hal yang sangat penting bagi suatu sekolah. Karena branding merupakan membantu memperkuat identitas, memperluas jangkauan, dan membentuk persepsi positif yang berkelanjutan di mata masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan adanya branding yang bagus agar para wali murid tertarik dan percaya untuk menyekolahkan anaknya di sekolah ini. Hal ini dapat diwujudkan menggunakan pemanfaatan media digital yang baik dan efektif.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Ada dua konsep utama yang akan dijelaskan dalam kategorisasi penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi	Indikator
Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT An-Naas.	1. Spesialitasi 2. Kepemimpinan 3. Kepribadian 4. Perbedaan 5. Kenampakan 6. Kesatuan 7. Keteguhan 8. Maksud Baik

Sumber: Data Olahan, 2025

3.5. Narasumber

Dalam pendekatan kualitatif, objek penelitian kualitatif disebut narasumber atau informasi penelitian. Narasumber adalah individu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dan bermanfaat oleh pewawancara jika mereka bersedia bekerja sama dengan peneliti. Narasumber dalam penelitian ini adalah tim humas dan perencanaan dan kepala sekolah SDAIT Inklusi An-Naas Medan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang merupakan langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan pendekatan yang melibatkan pengamatan dan pencacatan sistematis terhadap gejala yang terlihat pada objek penelitian. Observasi berfungsi untuk pengambilan data dengan mendeteksi data melalui pengukuran serta pengumpulan data secara langsung dari lapangan. Kegiatan observasi dilakukan secara sistematis untuk memperjelas permasalahan penelitian dan bersifat eksploratif (Putra, 2018). Dalam observasi ini peneliti terjun langsung untuk mengamati proses pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT An-Naas Medan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran secara jelas.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Hardiyanto, S., & Sahbana, 2019). Wawancara terencana dilakukan untuk memperoleh bahan-bahan informasi sesuai dengan tema yang telah direncanakan sebelumnya. Untuk melakukan wawancara terencana, pewawancara terlebih dahulu harus menyiapkan *interview guide* (pedoman wawancara) dan menentukan narasumber atau informan yang relevan. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan tim humas dan perencanaan serta kepala sekolah di SDAIT An-Naas.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan obyek peneliti. Metode dokumentasi digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data serta informasi tertulis yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang berkaitan dengan aspek kajian yang telah dirumuskan, meliputi pengambilan beberapa foto atau gambar serta rekaman *audio* selama kegiatan observasi, dan lain sebagainya. (Mahardika, A., Fahrezi, 2021). Tujuan digunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas data yang konkrit pemanfaatan media digital dalam membangun branding Sekolah Inklusi di SDAIT An-Naas Medan.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif menggunakan cara yang sistematis dengan menguraikan apa yang sedang diteliti. Selain itu, analisis data kualitatif juga mengatur hasil wawancara agar dapat dipahami dan bisa disajikan dengan orang lain (Hidayat & Lubis, 2021). Ada beberapa tahapan dalam proses analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Reduksi data melibatkan proses analisis penelitian untuk menentukan fokus penelitian dan kemudian membuang bagian data yang tidak digunakan. Selanjutnya data dibuat sedemikian rupa agar dapat ditarik kesimpulan, dimana kesimpulan akhir akan diidentifikasi satuan. Adanya satuan tersebut merupakan bagian terkecil yang terdapat pada data yang

penting jika dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian. Setelah satuan diperoleh maka langkah selanjutnya adalah membuat pengkodean (Larasati, 2018).

- b. Penyajian data adalah pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti menarik kesimpulan dan bertindak. Penyajian data ini merupakan kumpulan informasi yang terorganisasi, berupa uraian dan narasi lengkap, disusun dari temuan-temuan pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan bahasa peneliti yang logis dan sistematis agar mudah dipahami.

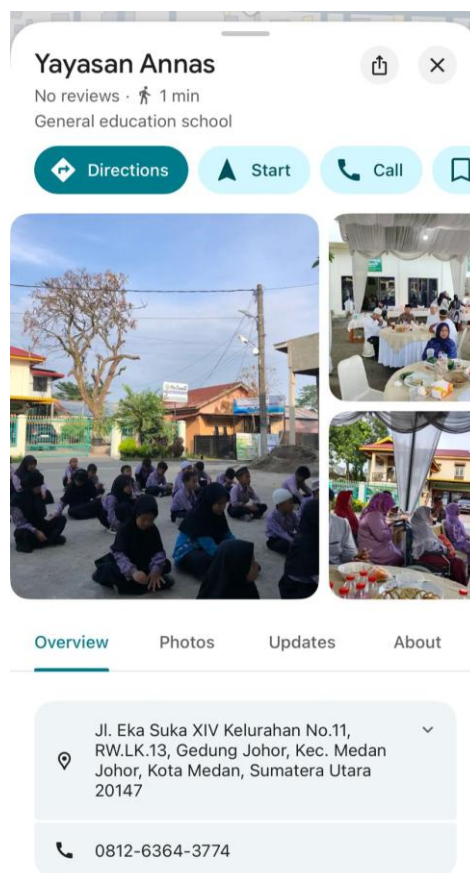
Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah seiring dengan tidak adanya bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan lanjutan pada tahap awal berdasarkan bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti di lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan lanjutan tersebut merupakan kesimpulan yang dapat diandalkan. Setelah data terkumpul, klasifikasikan menurut sub pembahasannya. Setelah dilakukan pengklasifikasian, maka data tersebut dianalisis mengingat data yang dimiliki peneliti berupa uraian kalimat dari narasumber atau informan, kemudian dirangkai menjadi kalimat dan mudah dimengerti (Debby, 2021).

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di SDAIT Annaas di Jalan Eka Suka XIV Nomor 11, Lingkungan XIII Kode Pos 20144 Kecamatan Medan Johor,

Kelurahan Gedung Johor, Kota Medan Sumatera Utara. Waktu dalam penelitian yaitu selama tiga bulan dimulai dari pra riset lokasi pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2025.

Gambar 3.2. Lokasi SDAIT AN-Naas



Sumber: *google maps*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Dasar Alam Islam Terpadu (SDAIT) Annaas. Sekolah ini terletak di Jalan Eka Suka XIV Nomor 11, Lingkungan XIII Kode Pos 20144 Kecamatan Medan Johor, Kelurahan Gedung Johor, Kota Medan Sumatera Utara. SDAIT AN-Naas adalah sekolah dasar swasta alam yang berbasis sekolah inklusi dan sudah berdiri sejak tahun 2016. Dengan izin dari sekolah SDAIT AN-Naas, peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan secara langsung.

Gambar 4.1. SDAIT AN-Naas



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025

SDAIT An-Naas menerapkan standar kurikulum nasional dan fokus sebagai sekolah islam terpadu yang inklusif, memiliki program tahfidz Al-Qur'an dan bimbingan ibadah dengan model metode pembelajaran yang dirancang untuk melibatkan siswa secara aktif dengan melibatkan alam sekitar. SDAIT An-Naas juga memiliki kegiatan *cooking class*, renang, *gardening*, dan *outing class* yang rutin dilakukan setiap bulannya. Fasilitas sekolah yang ada di SDAIT An-Naas terdiri ruang-ruang kelas, fasilitas kebersihan dan sanitasi yang memadai, fasilitas ibadah (masjid) milik masyarakat, ruang perpustakaan, lapangan, kolam ikan, kandang domba, dan juga ladang yang digunakan untuk kegiatan gardening (berkebun).

Kegiatan pembelajaran di SDAIT AN-Naas berlangsung dari pukul 7.45 hingga 14.00 untuk anak dengan kelas 5 dan 6, serta pukul 12.00 bagi anak kelas 1 sampai 4. Pembelajaran dimulai dengan seluruh siswa berkumpul di aula untuk pembelajaran klasikal, yaitu kepala sekolah memberikan arahan dan ceramah singkat kepada para siswa. Setelah itu dilanjutkan dengan para siswa tipikal dan ABK (Anak Berkebutuhan Khusus) melaksanakan shalat dhuha bersama dan melanjutkan pembelajaran di kelas masing-masing.

Alasan penulis memilih sekolah ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan sekolah ini memiliki konsep belajar sekolah alam sebagai sekolah inklusi untuk meningkatkan kualitas pembelajaran antara guru dengan siswa. Sekolah inklusi juga merupakan sekolah yang menggabungkan antara anak berkebutuhan khusus (ABK) dengan anak-anak tipikal secara bersama-sama. Hal itu yang menjadi

faktor pertimbangan penulis dalam memilih sekolah SDAIT Annaas sebagai lokasi penelitian.

4.2.Deskripsi Identitas Narasumber

Tabel 4.1. Deskripsi Identitas Narasumber

No.	Nama	Usia	Pendidikan	Jabatan	Alamat
1.	Rafiqatul Husna	53 tahun	S1	Kepala Sekolah	Jln. Karya Jaya No.288
2.	Khairunni'mah	26 tahun	S1	Tim Humas dan Perencanaan	Jln. Eka Warni Gg. KUD No.7
3.	Dinda Tasnym	27 tahun	S1	Tim Humas dan Perencanaan	Jln. Eka Suka XIV No. 11

Sumber: Data Olahan, 2025

4.3.Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah penulis temukan berdasarkan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT AN-NAAS” didapatkan dari proses penelitian berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penulis mewawancarai narasumber dengan kredibilitas dan pengalaman mumpuni dalam permasalahan yang diteliti, yaitu Ibu Rafiqatul Husna selaku Kepala Sekolah SDAIT An-Naas, Ibu Khairunni'mah selaku Tim Humas dan Perencanaan SDAIT An-Naas Medan, dan Ibu Dinda Tasnym selaku Tim Humas dan Perencanaan SDAIT An-Naas Medan. Selain wawancara, penulis juga melakukan observasi dalam kegiatan pembuatan dan perencanaan konten sosial media di SDAIT An-Naas Medan ini. Adapun hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian ini sebagai berikut:

4.3.1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*) Pada Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT An-Naas

Dalam konsep spesialisasi pada pemanfaatan media digital dalam membangun branding Sekolah SDAIT An-Naas melakukannya dengan cara selalu konsisten mengupload segala kegiatan pembelajaran di sekolah pada media digital yang digunakan agar masyarakat dapat melihat bagaimana mereka menerapkan konsep sekolah yang unik dalam kegiatannya sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan melalui pemanfaatan media digital menjadi salah satu upaya dan ciri khas mereka agar sekolah SDAIT An-Naas dapat dikenal oleh masyarakat.

Dalam mengkomunikasikan konsep sekolah mereka di media digital dengan cara membuat konten-konten yang bersifat organik berupa kerjasama dan kebersamaan siswa tipikal dan ABK (Anak Berkebutuhan Khusus) di sekolah seperti pada saat menanam pohon, mengamati serangga, atau belajar matematika dengan batu-batuan. Hal ini sesuai dengan kutipan jawaban dari Bu Rafiqatul Husna selaku Kepala Sekolah SDAIT An-Naas Medan, yaitu:

“Sekolah selalu memposting kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah, bagaimana disetiap kegiatan pembelajaran dilakukan bersama antara siswa tipikal dan ABK. Postingan yang di upload di media digital yang kami gunakan juga menunjukkan bagaimana cara belajar di sekolah alam ini tidak hanya duduk di kelas tetapi juga bisa dilakukan di mana saja.”

Dari kutipan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sekolah selalu konsisten meng upload segala kegiatan pembelajaran di sekolah pada sosial media sekolah agar masyarakat dapat melihat apa kegiatan sekolah itu pada kesehariannya. Ketika peneliti bertanya, bagaimana cara sekolah mengkomunikasikan konsep inklusi sekolah alam sebafei ciri khas melalui media digital, narasumber Khairunni'mah sebagai tim humas dan perencanaan menjawab:

“Kami selalu membuat konten-konten dari dokumentasi kegiatan para siswa di sekolah, diantaranya bagaimana anak-anak tipikal berinteraksi dengan ABK dan sebaliknya, bagaimana para guru menghadapi anak ABK.”

Dari kutipan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sekolah selalu konsisten mengupload segala kegiatan pembelajaran di sekolah pada sosial media sekolah agar masyarakat dapat melihat apa kegiatan sekolah itu pada kesehariannya. Jawaban dari narasumber berikutnya yaitu Dinda Tasnym sebagai tim humas dan perencanaan, yaitu:

“Membuat video kegiatan kolaboratif para siswa dari berbagai latar belakang saat bekerjasama dalam proyek atau kegiatan sehari-hari di sekolah, serta membuat reels atau video pendek yang menampilkan kegiatan seru di luar ruangan.”

Dari kutipan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sekolah juga menampilkan video kegiatan kolaboratif para siswa dari berbagai latar belakang saat bekerjasama dalam proyek atau kegiatan sehari-hari di sekolah. Sekolah juga membuat reels atau video pendek yang menampilkan kegiatan seru di luar ruangan.

4.3.2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) Dalam Proses Branding

Di SDAIT An-Naas ternyata Kepala Sekolah berperan penting dalam melakukan proses *branding* karena Kepala Sekolah memimpin langsung proses *branding* tersebut. Kepala Sekolah bertugas menginstruksikan dan ikut berdiskusi dan membahas ide-ide apa yang sesuai untuk ditampilkan di media digital sekolah dengan tim humas dan perencanaan untuk selanjutnya mereka dapat membuat konten-konten yang menarik dan kreatif untuk membangun image sekolah.

Sedangkan Tim Humas, berdasarkan instruksi dan arahan dari Kepala Sekolah berkreasi dalam membuat konten-konten yang kreatif dari kegiatan

pembelajaran di sekolah yang akan ditampilkan pada media digital official sekolah. Hal ini dapat dilihat dari jawaban wawancara Bu Dinda Tasnym sebagai Tim Humas dan Perencanaan SDAIT Annaas, yaitu:

“Dalam proses membangun branding di media digital kepala sekolah selalu memberikan pedoman kepada tim humas dan perencanaan mengenai nilai-nilai ini yang ingin ditonjolkan berupa pendidikan karakter, dan sekolah inklusi. Kepala sekolah juga memberikan kepercayaan dan dukungan penuh untuk kami tim humas agar bisa membuat konten-konten yang kreatif dan menarik untuk kemudian di unggah di media digital sekolah kami. Dalam membuat konten-konten yang ada di media digital sekolah kami, tim humas harus bisa menghasilkan video yang menarik tetapi tetap menunjukkan bagaimana konsep sekolah kami yaitu sekolah inklusi.”

Dari kutipan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepala sekolah selalu memberikan pedoman kepada tim humas dan perencanaan mengenai nilai-nilai ini yang ingin ditonjolkan berupa pendidikan karakter, dan sekolah inklusi. Kepala sekolah juga memberikan kepercayaan dan dukungan penuh untuk kami tim humas agar bisa membuat konten-konten yang kreatif dan menarik untuk kemudian di unggah di media digital sekolah. Berdasarkan proses wawancara yang dilaksanakan, Bu Khairunni'mah menjelaskan bahwa:

“Kepala sekolah dan tim humas selalu berdiskusi terkait konten apa yang akan di upload di media digital sekolah kami, seperti apakah ada request atau saran apa saja yang harus ditampilkan di dalam video yang akan di masukkan pada media digital official sekolah kami.”

Dari kutipan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepala sekolah dan tim humas selalu berdiskusi terkait konten apa yang akan di upload di media digital sekolah ini, seperti apakah ada request atau saran apa saja yang harus ditampilkan di dalam video yang akan di masukkan pada media digital official sekolah.

“Sebagai kepala sekolah, saya hanya menginstruksikan dan ikut berdiskusi dan membahas ide-ide apa yang sesuai untuk ditampilkan di media digital sekolah dengan tim humas dan perencanaan untuk selanjutnya mereka bisa membuat konten-konten yang menarik dan kreatif untuk membangun image sekolah.”

Dari kutipan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepala sekolah selalu ikut berdiskusi dengan tim humas dan perencanaan terkait ide-ide konten-konten yang harus di upload pada media digital sekolah. Setelah berdiskusi, maka untuk pembuatan konten-konten yang kreatif dan menarik akan dilanjutkan dan dikerjakan oleh tim humas dan perencanaan.

4.3.3. Kepribadian (*The Law of Personality*) Dalam Proses Branding

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa kepribadian dalam membentuk branding terlihat pada setiap konten yang di unggah di media digital sekolah selalu menunjukkan kegiatan yang alami yang dilakukan para siswa tipikal dan ABK pada saat proses pembelajaran. Kegiatan-kegiatan yang sesuai dengan visi dan misi SDAIT AN-Naas yaitu sekolah yang bisa memberikan lingkungan belajar yang inklusi, sehat serta menyenangkan. Hal ini sesuai dengan kutipan jawaban dari Bu Khairunni'mah sebagai Tim Humas dan Perencanaan pada proses wawancara, yaitu:

“Karena sekolah kami adalah sekolah inklusi, tentu kami selalu menonjolkan inklusivitas yaitu interaksi siswa tipikal dengan ABK, serta bagaimana mereka berinteraksi sehari-hari di lingkungan sekolah. Selain itu juga dalam membuat konten kami berfokus kepada keberagaman metode pembelajaran, karena sekolah inklusi tidak hanya menggunakan satu metode pembelajaran yaitu hanya di dalam ruang kelas dan mendengar guru, tetapi kami juga menggunakan metode pembelajaran yang menyesuaikan dengan kebutuhan anak tersebut.”

Dari kutipan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa SDAIT An-Naas menonjolkan inklusivitas dari sekolah ini dan menjadikan hal tersebut kepribadian dari sekolah tersebut. Hal itu dilihat dari konten yang berisi interaksi siswa tipikal dengan ABK dan bagaimana mereka berinteraksi sehari-hari di lingkungan sekolah. Sedangkan Bu Rafiqatul Husna selaku Kepala Sekolah mengatakan :

“Sekolah kami selalu menunjukkan kegiatan-kegiatan khusus kurikulum sd kami seperti *cooking class*, *gardening*, *outbound* yang mencerminkan visi misi sekolah ini yaitu sekolah yang menyediakan lingkungan belajar yang sehat, inklusi, menyenangkan serta dapat mengakomodir kebutuhan perkembangan anak. Pada setiap video kami juga selalu menonjolkan bagaimana siswa kami dapat berbaaur melakukan pembelajaran bersama baik siswa tipikal dengan ABK.”

Dari kutipan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa SDAIT An-Naas selalu menunjukkan kegiatan-kegiatan khusus kurikulum SDAIT An-Naas seperti *cooking class*, *gardening*, *outbound* yang mencerminkan visi misi sekolah ini yang unik yaitu sekolah yang menyediakan lingkungan belajar yang sehat, inklusi, menyenangkan serta dapat mengakomodir kebutuhan perkembangan anak.

Dalam proses wawancara, Bu Dinda Tasnym sebagai Tim Humas dan Perencanaan menyatakan bahwa pada setiap video atau konten yang akan di unggah pada media digital official SDAIT AN-Naas selalu menunjukkan bagaimana interaksi yang ada di sekolah inklusi baik antara siswa tipikal dengan ABK (Anak Berkebutuhan Khusus) maupun interaksi guru dengan para siswa tipikal dan ABK. Tim humas dalam kontennya juga selalu menunjukkan keberagaman metode pembelajaran yang ada di SDAIT AN-Naas, karena mengusung konsep sekolah alam dan inklusi sehingga SDAIT An-Naas tidak hanya menggunakan satu metode pembelajaran dengan hanya duduk dan

mendengarkan guru di kelas, tetapi juga menggunakan metode pembelajaran yang lain yang menyesuaikan dengan kebutuhan anak tersebut.

“Dalam membuat konten media digital, kami selalu menyelaraskan nilai-nilai ke Islaman dan pendidikan Islam berupa kasih sayang dan empati dengan tolong menolong dimana siswa tipikal dan ABK bisa saling membantu satu sama lain. Selain itu kami juga selalu menunjukkan nilai keberagaman sebagai kekuatan dengan menampilkan berbagai gaya belajar yang tidak seragam dan menggunakan berbagai ekspresi. Kemudian kami juga ingin menunjukkan bahwa pembelajaran di sekolah kami selalu berpusat pada potensi anak yaitu dengan cara memposting video tidak hanya akademik, tetapi juga ekstrakurikuler, seni, dan olahraga.”

4.3.4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) Dalam Membangun Branding

SDAIT An-Naas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, SDAIT An-Naas menunjukkan konsep perbedaan dengan cara mengunggah video-video yang berisi kegiatan keseharian para siswa di SDAIT-AN-Naas dapat menjadi identitas sekolah, karena dari konten yang ada dapat terlihat jelas ciri dan perbedaan SDAIT An-Naas yang merupakan sekolah alam inklusif dengan sekolah dasar lainnya.

Pada setiap kontennya juga selalu memperlihatkan bagaimana para siswa dan guru saling membantu pada saat berkegiatan di sekolah tanpa memandang perbedaan. Salah satu contoh pada saat pembuatan konten pada saat melakukan pembelajaran gardening, foto-foto yang diunggah menunjukkan bagaimana anak-anak beraktivitas di luar kelas seperti di bawah pohon dan kebun dengan wajah yang gembira, serta penggunaan warna pada video akan disesuaikan dengan warna-warna bumi yang merefleksikan identitas sekolah alam serta warna cerah

untuk menunjukkan semangat anak-anak. Hal ini seperti apa yang dipaparkan oleh

Bu Dinda Tasnym, yaitu:

“Dalam membuat konten, kami selalu menggunakan visual yang khas dan konsisten, yaitu dari gaya fotografi, penggunaan warna dan juga logo sekolah atau yayasan yang selalu ada di setiap foto dan video. Setiap kontennya baik foto atau video selalu memiliki tone yang hangat dan alami serta menunjukkan bagaimana kebersamaan para siswa dan guru dalam kegiatan pembelajaran. Salah satu contoh ketika para siswa melakukan kegiatan gardening, foto yang akan diunggah akan menunjukkan bagaimana anak-anak yang terlihat belajar sambil duduk di bawah pohon atau ruang terbuka dengan wajah yang gembira. Pada videonya akan memperlihatkan bagaimana interaksi guru dan siswa baik yang tipikal maupun ABK dengan penuh kasih sayang serta saling membantu tanpa memandang perbedaan. Dalam videonya akan menggunakan warna-warna bumi yang merefleksikan identitas sekolah alam serta dikombinasi dengan warna cerah untuk menunjukkan semangat anak-anak.”

Dari kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam membuat konten Tim Humas SDAIT An-Naas selalu menggunakan visual yang khas dan konsisten, yaitu dari gaya fotografi, penggunaan warna dan juga logo sekolah atau yayasan yang selalu ada di setiap foto dan video. Setiap kontennya baik foto atau video selalu memiliki tone yang hangat dan alami serta menunjukkan bagaimana kebersamaan para siswa dan guru dalam kegiatan pembelajaran. Hal ini dilakukan untuk menjadi pembeda antara konten SDAIT An-Naas dengan sekolah lain. Hal itu juga selaras dengan apa yang Bu Rafiqatul Husna juga paparkan pada sesi wawancara, yaitu:

“Dengan memasukkan video-video yang diambil secara candid pada keseharian kegiatan para siswa menjadi sebuah identitas sekolah karena ciri khas dari sekolah kelihatan, karena dapat terlihat apa yang berbeda antara sekolah kami yang mengusung konsep sekolah alam yang inklusif dengan sekolah lainnya.”

Dari kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa SDAIT An-Naas memasukkan video-video yang diambil secara candid pada keseharian kegiatan

para siswa menjadi sebuah identitas sekolah karena ciri khas dari sekolah kelihatan, karena dapat terlihat apa yang berbeda antara sekolah kami yang mengusung konsep sekolah alam yang inklusif dengan sekolah lainnya. Sedangkan Bu Khairunni'mah pada sesi wawancara menjelaskan bahwa dalam konten-konten video yang diunggah pada media digital sekolah dapat terlihat kegiatan inklusivitas sekolah yang dapat dilihat dari bagaimana hubungan dan sosialisai antar warga di lingkungan sekolah antara siswa tipikal dan ABK (anak berkebutuhan khusus) dimana pelaksanaannya berbeda dengan sekolah lain.

“Dapat dilihat di SDAIT AN-Naas bagaimana hubungan sosialisasi antar warga sekolah yang pelaksanaannya berbeda dengan sekolah lain. Pada konten media digital sekolah kami selalu menunjukkan bagaimana kegiatan inklusivitas sekolah kami dalam bentuk kegiatan sehari hari di sekolah.”

4.3.5. Kenampakan (*The Law of Visibility*) Dalam Membangun Branding di SDAIT An-Naas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, didapatkan jawaban bahwa untuk menunjukkan konsep Kenampakan mereka dilihat dari media sosial yang paling sering dan aktif digunakan adalah media digital *Instagram* dan *Facebook*, karena bisa diakses oleh siapa saja dengan mudah sehingga dapat mempermudah kami untuk menyebarkan informasi dan membangun branding sekolah. Selain *Instagram* dan *Facebook*, Tim Humas SDAIT An-Naas juga terkadang mengunggah video kegiatan para siswa pada *Youtube Channel* sekolah. Sesuai dengan jawaban dari Bu Khairunni'mah:

“Instagram dan facebook adalah media digital yang paling aktif digunakan oleh sekolah, karena dengan menggunakan media digital tersebut lebih mudah untuk menjangkau masyarakat luas karena merupakan media digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat atau wali murid.

Selain instagram dan facebook, kami juga terkadang mengunggah video kegiatan para siswa pada youtube channel sekolah”

Jawaban tersebut juga selaras dengan jawaban dari Bu Rafiqatul Husna mengatakan bahwa media sosial lebih didominasi penggunaannya oleh orang tua untuk mendapatkan informasi dari beberapa konten yang diunggah di media sosial:

“Media digital sekolah yang paling aktif digunakan adalah facebook dan instagram. Karena dua media digital itu merupakan yang paling sering digunakan oleh para orangtua murid. Banyak wali murid yang mendaftarkan anaknya di an-naas karena melihat dan mendapatkan informasi dari melihat konten-konten yang kami unggah di instagram dan facebook.”

Dari kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media digital sekolah yang paling aktif digunakan adalah Facebook dan Instagram. Hal ini dilakukan karena dua media digital tersebut merupakan yang paling sering digunakan oleh para orangtua murid. Dapat dilihat dari banyaknya wali murid yang mendaftarkan anaknya di an-naas karena melihat dan mendapatkan informasi dari melihat konten-konten yang kami unggah di Instagram dan Facebook. Selain itu Narasumber Bu Dinda Tasnym juga memiliki jawaban yang mirip terkait pertanyaan ini, bahwa yang paling sering dan aktif kami gunakan yaitu media digital Instagram dan Facebook, karena bisa diakses oleh siapa saja dengan mudah sehingga dapat mempermudah kami untuk menyebarkan informasi dan membangun branding sekolah. Selain instagram dan facebook, kami juga terkadang mengunggah video kegiatan para siswa pada youtube channel sekolah.

“Yang paling sering dan aktif kami gunakan yaitu media digital instagram dan facebook, karena bisa diakses oleh siapa saja dengan mudah sehingga dapat mempermudah kami untuk menyebarkan informasi dan membangun branding sekolah. Selain instagram dan facebook, kami juga terkadang mengunggah video kegiatan para siswa pada youtube channel sekolah.”

Ketika peneliti bertanya, seberapa konsisten SDAIT An-Naas memproduksi konten digital agar selalu terlihat dihadapan public, bu Rafiqatul Husna menjawab diketahui bahwa dalam seminggu akun media digital official SDAIT An-Naas akan mengunggah konten yang berisikan kegiatan para siswa di lingkungan sekolah. Tetapi pada saat sekolah sedang mengadakan acara atau perayaan serta ada banyak kegiatan non akademik maka akun media digital sekolah bisa mengunggah konten 3 kali dalam seminggu.

“Setiap kegiatan sekolah pasti akan selalu diunggah ke akun media digital official sekolah, minimal seminggu sekali pasti tetap harus memposting konten video di akun media digital. Terkadang pada saat ada perayaan atau kegiatan non akademik di sekolah, kami bisa mngunggah konten di media digital 3 kali dalam seminggu.”

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan bu Khairunni'mah, akun media digital SDAIT AN-Naas tidak memiliki timeline tersendiri untuk menunggah konten-konten sekolah karena tim humas dan perencanaan juga memiliki peran sebagai guru kelas sehingga susah untuk menetapkan timeline kapan saja konten harus diunggah ke media digital sekolah. Tetapi SDAIT An-Naas selalu konsisten dalam seminggu selalu ada konten yang diunggah pada media digital sekolah. Hal ini berdasarkan seperti apa yang dipaparkan oleh bu Khairunni'mah sebagai berikut:

“Untuk timeline sendiri sebenarnya tidak ada kapan saja konten tersebut harus di unggah pada media digital, kalau untuk menentukan dan menetapkan timeline sedikit susah karena dari tim humas dan perencanaan juga memiliki peran sebagai guru kelas. Tetapi kami selalu konsiten untuk mengunggah konten minimal pada seminggu selalu ada konten baik itu foto atau video yang diunggah ke media digital sekolah.”

Berdasarkan wawancara dengan bu Dinda Tasnym mengatakan bahwa konten yang di kirim melalui media sosial sangat konsisten. Hal ini dapat dilihat bahwa informasi yang diunggah di media sosial berisi kegiatan ekstrakurikuler yang diunggah setiap 3 kali dalam seminggu

“Pada hari sekolah minimal akan menunggah story baik itu di instagram atau facebook 1-3 story per harinya. Tetapi untuk konten video dengan durasi lebih lama, minimal seminggu sekali selalu ada diunggah ke media digital kami.”

Dari kutipan tersebut, diketahui bahwa untuk konten berdurasi pendek atau short video ada 1 sampai 3 story yang diunggah pada akun media digital facebook dan instagram. Sedangkan untuk konten video yang berdurasi lebih lama minimal dalam seminggu akan ada 1 konten yang diunggah ke media digital SDAIT AN-Naas.

4.3.6. Kesatuan (*The Law of Unity*) Dalam Membangun Branding di SDAIT An-Naas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan cara yang dilakukan untuk menunjukkan konsep kesatuan adalah dengan melakukan merumuskan pedoman untuk pembuatan konten yang jelas sangat penting, lalu juga membuat *checklist* konten yang belum diunggah seperti konten mengenai keberagaman, menghilangkan stereotip, serta fokus pada interaksi positif.

Juga dengan melakukan dengan adanya *review* atau pengecekan ulang sebelum konten tersebut di *upload*. Agar semua konten yang di *upload* sesuai dengan nilai-nilai sekolah yang ingin ditampilkan. Hal ini didapatkan dari jawaban dari Bu Dinda Tasnym, yaitu:

“Merumuskan pedoman untuk membuat konten yang jelas sangat penting agar konten yang dibuat tidak keluar dari nilai-nilai yang ditanam di sekolah. Selain itu juga membuat checklist konten apa saja yang belum diunggah pada media digital juga harus dilakukan agar media digital yang digunakan sekolah dapat menggambarkan visi misi sekolah. Juga Sebelum konten diunggah ke media digital sekolah, konten tersebut akan dilihat kembali atau ditinjau kembali untuk melihat apakah sudah sesuai dengan visi dan misi sekolah. Setelah konten selesai di edit maka tim humas dan kepala sekolah akan berdiskusi kembali untuk sama sama melihat apakah konten ini sudah sesuai dengan nilai-nilai sekolah kami.”

Berdasarkan jawaban dari bu Rafiqatul Husna, bahwa cara yang dilakukan adalah sebelum konten diunggah ke media digital sekolah, konten tersebut akan dilihat kembali atau ditinjau kembali untuk melihat apakah sudah sesuai dengan visi dan misi sekolah. Setelah konten selesai di edit maka tim humas dan kepala sekolah akan berdiskusi kembali untuk sama sama melihat apakah konten ini sudah sesuai dengan nilai-nilai sekolah SDAIT An-Naas. Hal ini didapatkan dari jawaban bu Rafiqatul Husna sebagai berikut:

“Sebelum konten diunggah ke media digital sekolah, konten tersebut akan dilihat kembali atau ditinjau kembali untuk melihat apakah sudah sesuai dengan visi dan misi sekolah. Setelah konten selesai di edit maka tim humas dan kepala sekolah akan berdiskusi kembali untuk sama sama melihat apakah konten ini sudah sesuai dengan nilai-nilai sekolah kami.”

Cara yang dilakukan SDAIT An-Naas untuk menjaga kesatuan adalah dengan menempatkan orang yang paham mengenai visi misi sekolah sebagai tim humas dan perencanaan agar dalam pembuatan kontennya selalu menunjukkan visi dan misi serta nilai yang ada pada sekolah. Selain itu saling berdiskusi saat akan mengunggah konten ke media digital menjadi hal yang sangat penting. Hal ini sesuai dengan paparan dari bu Khairunni'mah sebagai berikut:

“Dengan menempatkan orang yang paham mengenai visi misi sekolah sebagai tim humas dan perencanaan agar dalam pembuatan kontennya selalu menunjukkan visi dan misi serta nilai yang ada pada sekolah. Selain itu juga

pentingnya saling berdiskusi saat akan mengunggah konten ke media digital.”

Ketika peneliti bertanya, apakah ada pedoman atau standar tertentu dalam pembuatan konten agar identitas sekolah tetap konsisten, bu Rafiqatul Husna menjawab bahwa dalam membuat konten-konten yang akan diunggah pada media digital, sekolah memiliki pedoman atau standarnya sendiri yaitu tetap mengacu kepada visi dan misi sekolah yaitu sekolah dasar alam yang inklusi. Selain itu sekolah juga dalam konten-kontennya sekolah selalu menunjukkan bagaimana kegiatan pembelajaran tetap harus berkaitan dengan nilai-nilai Islam.

“Dalam pembuatan konten, sekolah tetap berpedoman pada visi dan misi sekolah yaitu sekolah alam yang inklusi serta berpedoman pada nilai-nilai Islam. Pada setiap konten yang akan diunggah maka harus tetap memenuhi pedoman –pedoman yang telah ditetapkan tersebut.”

Visi dan misi SDAIT An-Naas selalu menjadi pedoman yang digunakan dalam pembuatan konten-konten media digital sekolah, pada setiap kontennya selalu menunjukkan bagaimana maksud dari sekolah inklusi yaitu sekolah yang menerima dan mendukung pembelajaran tidak hanya siswa tipikal tetapi juga anak berkebutuhan khusus (ABK). Selain menunjukkan konsep sekolah inklusi, pada video yang diunggah ke media digital sekolah juga selalu menonjolkan nilai sekolah yang islam terpadu sehingga pada setiap kontennya akan terlihat bagaimana sekolah selalu melakukan kegiatan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Hal ini didapatkan dari jawaban bu Dinda Tasnym sebagai berikut:

“Pedoman kami dalam membuat konten tentu saja visi dan misi sekolah yaitu sekolah yang inklusi, selain itu tentu saja juga berdasarkan nilai sekolah yang islam terpadu sehingga nilai-nilai keislamannya juga akan ditonjolkan.”

Tim humas dan kepala sekolah selalu memeriksa kembali konten-konten yang sudah dibuat sebelum diunggah ke media digital sekolah. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah konten yang dibuat sudah sesuai dengan visi dan misi sekolah serta pedoman yang ditetapkan sekolah dalam membuat konten media digital yaitu mencerminkan nilai inklusif sekolah, serta pada isi video tersebut sudah menonjolkan aspek sekolah alam yang sejalan dengan nilai keislaman. Hal ini berdasarkan seperti apa yang dipaparkan oleh bu Khairunni'mah sebagai berikut:

“sebelum mengunggah konten ke media digital sekolah, tim humas dan kepala sekolah kembali memeriksa apakah konten tersebut sudah sesuai dengan pedoman yang ditetapkan yaitu apakah sudah mencerminkan nilai inklusif sekolah, serta apakah konten tersebut sudah menonjolkan aspek sekolah alam dan sejalan dengan nilai keislaman, karena itu adalah pedoman kami dalam membuat konten yang akan diunggah ke media digital yaitu yang sudah sesuai dengan visi dan misi sekolah.”

4.3.7. Keteguhan (*The Law of Persitence*) Dalam Membangun Branding di SDAIT An-Naas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan cara mereka meunjukkan konsep keteguhan adalah dengan cara tetap melakukan dokumentasi pada kegiatan mereka sehari-hari juga dengan dilakukan pengarsipan yang baik agar dokumentasi yang sudah dilakukan tidak hilang, seperti apa yang dikatakan Bu Dinda Tasnym dalam sesi wawancara, yaitu:

“Selalu melakukan dokumentasi serta mengarsipkan secara sistematis agar tidak kehilangan materi yang berharga. Selain itu juga membuat konten yang tidak lekang oleh waktu shingga dapat digunakan kembali.”

Tim humas SDAIT An-Naas selalu memastikan dan mengkondisikan bahwa setiap kegiatan yang bersifat praktek harus terus di update atau diunggah

ke media digital sekolah. Hal lain yang dilakukan adalah meminta guru kelas untuk mengirim kegiatan para siswa di kelas masing-masing ke tim humas agar dapat di edit secara menarik dan kreatif lalu kemudian diunggah di media digital sekolah. Hal ini didapatkan dari jawaban bu Rafiqatul Husna sebagai berikut:

“memastikan dan mengkondisikan bahwa setiap kegiatan yang bersifat praktek harus terus di update atau diunggah ke media digital sekolah, selain itu guru kelas juga diminta untuk mengirim kegiatan para siswa di kelas masing-masing ke tim humas agar dapat di edit secara menarik dan kreatif lalu kemudian diunggah di media digital sekolah.”

Cara tiim humas SDAIT An-Naas untuk menjaga konsep keteguhan adalah dengan tetap melakukan dokumentasi setiap harinya, lalu menyimpannya pada satu file sehingga tidak hilang. Hal ini sesuai dengan jawaban dari bu Khairunni'mah:

“Tetap melakukan dokumentasi setiap harinya, lalu menyimpannya pada satu file sehingga tidak hilang.”

4.3.8. Maksud Baik (*The Law of Goodwill*) Dalam Membangun Branding di SDAIT An-Naas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, konsep maksud baik yang didapatkan oleh SDAIT An-Naas adalah penambahan jumlah pendaftar sekolah secara signifikan setelah adanya akun media digital SDAIT An-Naas. Juga lebih dikenalnya sekolah dalam masyarakat sesuai dengan apa yang dikatakan Bu Khairunni'mah pada sesi wawancara, yaitu:

“Pada saat melakukan wawancara dengan calon wali murid ternyata banyak yang mendapatkan informasi mengenai sekolah kami dari media digital yang sudah kami jalankan, jadi dampak positif yang sudah kami rasakan tentu dengan menyebarnya informasi sehingga menambah signifikan jumlah pendaftar di sekolah kami.”

Dampak positif yang dirasakan sekolah sangat terasa dan sangat signifikan. Hal ini terbukti dari adanya pertambahan jumlah siswa yang masuk di setiap PPDB awal tahun, dengan peningkatan yang cukup luar biasa. Hal ini sesuai dengan jawaban dari bu Rafiqatul Husna:

“Sekolah sangat merasakan dampak positif dan sangat signifikan, terbukti dari pertambahan jumlah siswa yang masuk di setiap PPDB awal tahun, dengan peningkatan yang cukup luar biasa. Selain itu juga sekolah tidak perlu mengeluarkan dana dan tenaga yang besar untuk mencetak banyak spanduk untuk mempromosikan sekolah, atau mendatangi sekolah-sekolah lain untuk mengenalkan SDAIT An-Naas.”

Jumlah pendaftar SDAIT An-Naas dapat dilihat secara statistic menunjukkan pertambahan yang sangat pesat hingga saat ini setelah adanya akun media digital yang digunakan oleh sekolah.

“Secara statistik jumlah pendaftar sekolah bertambah sangat pesat hingga saat ini setelah adanya akun media digital sekolah. Hal ini menandai bahwa sekolah cukup berhasil menyampaikan nilai-nilai sekolah kepada masyarakat banyak.”

4.4.Pembahasan

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan suatu tahapan yang sangat bermanfaat untuk menelaah data yang diperoleh dari beberapa narasumber yang telah penulis pilih selama penelitian berlangsung. Oleh karena itu, disini penulis memaparkan hasil penelitian, baik wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Selain itu, analisis data juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran dari penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian mengenai “Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT An-Naas”.

Pada bab ini akan berisi mengenai pembahasan sebagai analisis dari temuan data yang telah dijelaskan melalui bingkai teori personal branding

yang dikemukakan Peter Montoya yang menjadi landasan berpikir dalam penelitian. Penelitian ini akan melihat bagaimana pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi SDAIT An-Naas.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikutip simpulan yakni sekolah SDAIT An-Naas dalam mengkomunikasikan konsep sekolah mereka di media digital yaitu dengan membuat konten-konten yang bersifat organik berupa kerjasama dan kebersamaan siswa tipikal dan ABK di sekolah seperti pada saat menanam pohon, mengamati serangga, atau belajar matematika dengan batu-batuan. Sekolah juga selalu konsisten meng upload segala kegiatan pembelajaran di sekolah pada media digital yang digunakan agar masyarakat dapat melihat bagaimana keseharian yang dilakukan di SDAIT An-Naas. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Spesialisasi (*The Law of Specialization*).

Upaya pemanfaatan media digital sebagai sarana memberikan pesan branding selalu melibatkan unsur guru dan kepala sekolah selalu ikut berdiskusi dengan tim humas dan perencanaan terkait ide-ide konten-konten yang harus diupload pada media digital sekolah. Setelah berdiskusi, maka untuk pembuatan konten-konten yang kreatif dan menarik akan dilanjutkan dan dikerjakan oleh tim humas dan perencanaan. Kepala sekolah dan tim humas selalu berdiskusi terkait konten apa yang akan di upload di media digital sekolah kami, seperti apakah ada request atau saran apa saja yang harus ditampilkan di dalam video yang akan di masukkan pada media digital official

sekolah kami. Kepala sekolah juga memiliki peran dalam proses membangun branding sekolah di media digital, yaitu kepala sekolah memberikan pedoman kepada tim humas dan perencanaan mengenai nilai-nilai inti yang ingin ditonjolkan yaitu berupa pendidikan karakter dan sekolah inklusi. Selain itu kepala sekolah juga selalu memberikan dukungan penuh kepada tim humas dengan cara memberi kepercayaan kepada tim humas dan perencanaan untuk berkreasi dalam membuat konten yang akan ditampilkan pada media digital official sekolah. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Kepemimpinan (*The Law of Leadership*).

Setiap konten yang di unggah di media digital sekolah selalu menunjukkan kegiatan yang alami yang dilakukan para siswa tipikal dan ABK pada saat proses pembelajaran. Kegiatan-kegiatan yang sesuai dengan visi dan misi SDAIT AN-Naas yaitu sekolah yang bisa memberikan lingkungan belajar yang inklusi, sehat serta menyenangkan. Setiap video atau konten yang akan di unggah pada media digital official SDAIT AN-Naas selalu menunjukkan bagaimana interaksi yang ada di sekolah inklusi baik antara siswa tipikal dengan ABK maupun interaksi guru dengan para siswa tipikal dan ABK. Tim humas dalam kontennya juga selalu menunjukkan keberagaman metode pembelajaran yang ada di SDAIT AN-Naas, karena mengusung konsep sekolah alam dan inklusi sehingga SDAIT An-Naas tidak hanya menggunakan satu metode pembelajaran dengan hanya duduk dan mendengarkan guru di kelas, tetapi juga menggunakan metode pembelajaran yang lain yang

menyesuaikan dengan kebutuhan anak tersebut. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Kepribadian (*The Law of Personality*).

Upaya yang dilakukan oleh sekolah SDAIT AN-Naas dengan cara memastikan konten digital yang ditampilkan tidak hanya sekedar informatif tetapi juga menonjolkan perbedaan identitas yang dimiliki sekolah adalah dengan menunjukkan lingkungan dan kegiatan di lingkungan sekolah bagaimana hubungan sosialisai antar warga sekolah yang berbeda dengan sekolah lain karena di SDAIT An-Naas siswa tidak hanya berinteraksi dengan sesama siswa tipikal tetapi juga dengan ABK. Tidak hanya siswanya, tetapi para guru dan staf sekolah juga berinteraksi tidak hanya dengan siswa tipikal saja tetapi juga dengan ABK yang ada di SDAIT AN-Naas. Mereka Mengunggah video-video yang berisi kegiatan keseharian para siswa di SDAIT-AN-Naas dapat menjadi identitas sekolah, karena dari konten yang ada dapat terlihat jelas ciri dan perbedaan SDAIT An-Naas yang merupakan sekolah alam inklusif dengan sekolah dasar lainnya. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*).

Media digital yang digunakan oleh SDAIT AN-Naas secara aktif adalah instagram dan facebook karena memiliki jangkuan yang luas dan bisa diakses oleh masyarakat secara mudah, selain itu juga karena instagram dan facebook merupakan media digital yang digunakan oleh para wali murid SDAIT AN-Naas. Selain instagram dan facebook, SDAIT An-Naas juga terkadang

mengunggah video kegiatan para siswa pada youtube channel sekolah. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Kenampakan (*The Law of Visibility*).

Konsistensi SDAIT An-Naas dalam memproduksi konten adalah seminggu minimal akun media digital SDAIT An-Naas akan mengunggah konten yang berisi kegiatan para siswa di lingkungan sekolah. Tetapi pada saat sekolah sedang mengadakan acara atau perayaan serta ada kegiatan non akademik maka akun media digital bisa mengunggah konten 3 kali dalam seminggu. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Kesatuan (*The Law of Unity*).

Aktivitas pemanfaatan digital dalam membangun branding sekolah inklusi SDAIT An-Naas dapat dilihat mereka dengan cara merumuskan pedoman untuk membuat konten yang jelas sangat penting sebagai dasar mereka menjaga quality konten agar konten yang dibuat tidak keluar dari nilai-nilai yang ditanam di sekolah. Selain itu juga membuat checklist konten apa saja yang belum diunggah pada media digital juga harus dilakukan agar media digital yang digunakan sekolah dapat menggambarkan visi misi sekolah. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Keteguhan (*The Law of Persitence*).

Dampak positif yang dilihat dalam pemanfaatan media digital dalam membangun branding di sekolah inklusi SDAIT An-Naas adalah sekolah sangat merasakan dampak positif dan sangat signifikan, secara statistik jumlah pendaftar sekolah bertambah sangat pesat hingga saat ini setelah adanya akun

media digital sekolah. Hal ini menandai bahwa sekolah cukup berhasil menyampaikan nilai-nilai sekolah kepada masyarakat banyak. Pada saat melakukan wawancara dengan calon wali murid ternyata banyak yang mendapatkan informasi mengenai sekolah kami dari media digital yang sudah kami jalankan, jadi dampak positif yang sudah kami rasakan tentu dengan menyebarnya informasi sehingga menambah signifikan jumlah pendaftar di sekolah kami. Hal ini sesuai dengan salah satu konsep yang membentuk Personal Branding menurut Peter Montoya yaitu Maksud Baik (*The Law of Goodwill*).

BAB V

PENUTUP

5.1.Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya, simpulan pada bab ini merupakan jawaban dari permasalahan yang diteliti. Setelah melakukan analisis, sekolah berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk mengkomunikasikan identitas dan keunggulan mereka sebagai sekolah alam yang inklusif. Melalui konsistensi dalam mengunggah konten yang menampilkan kegiatan pembelajaran siswa tipikal dan ABK (anak berkebutuhan khusus), interaksi positif antar warga sekolah, serta metode belajar yang variatif, SDAIT An-Naas mampu menampilkan ciri khas sekaligus membangun citra yang berbeda dengan sekolah lainnya. Proses branding ini didukung oleh peran aktif kepala sekolah dan tim humas yang saling berkolaborasi dalam merumuskan ide, pedoman, hingga pengawasan kualitas konten yang ditampilkan. Selain itu, penggunaan media digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dipilih karena jangkauannya yang luas sehingga efektif dalam menyebarkan informasi dan memperkuat visibilitas sekolah. Keberhasilan branding sekolah ini juga terlihat dari dampak positif yang dirasakan, yakni meningkatnya jumlah pendaftar dan semakin dikenalnya sekolah oleh masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi branding yang dilakukan SDAIT An-Naas sesuai dengan konsep *Personal Branding* Peter Montoya, meliputi spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan maksud baik,

sehingga mampu membangun citra positif sekolah inklusi yang berkarakter, konsisten, dan berdaya saing.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT An-Naas, maka peneliti memiliki beberapa saran antara lain:

1. Penelitian ini kiranya dapat memberikan saran untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai pemanfaatan media digital dalam membangun branding sekolah inklusi di SDAIT An-Naas. Harapan peneliti adalah dengan diketahuinya bagaimana memanfaatkan media digital untuk membangun branding sekolah inklusi yang dilakukan oleh sekolah dapat memberikan manfaat terhadap branding sekolah. Pada akhirnya, semoga penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian sejenis dan dapat diteliti lebih lanjut.
2. Kepada tim humas dan perencanaan di SDAIT Annaas Medan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas dalam membangun branding sekolah inklusi SDAIT An-Naas di media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma, I. P., & Rusyidi, B. (2015). PELAKSANAAN SEKOLAH INKLUSI DI INDONESIA. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.13530>
- Debby, P. N. A. (2021). *Analisis Dampak Pembangunan Underpass Jenderal Sudirman Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Di Kelurahan Bantarsoka Purwokerto*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/10480%0A>
- Fachruddin, A. (2019). *Journalism today*. Kencana.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Greener. (2002). *Public Relations dan Pembentukan Citranya* (3rd ed.). Bumi Aksara.
- Hardiyanto, S., & Sahbana, A. (2019). Studi Deskriptif Mengenai Opini Mahasiswa Terhadap Fenomena Aplikasi Whatsapp Di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan. *JURNAL MUQODDIMAH : Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora*, 3(2), 94. <https://doi.org/10.31604/jim.v3i2.2019.94-103>
- Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 31–41. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5564>
- Hutapea. (2000). Public Relations Sebagai Fungsi Manajemen. *Majalah Widya*.
- JAILANI, A., Hendra, Y., & Priyadi, R. (2020). Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(2), 85–93. <https://doi.org/10.62144/jikq.v2i2.28>
- Jefkins, F. (1992). *Public Relations* (4th ed.). Pitman.
- Khaira, A. A., Aisyah, G., Dewi, H. N. K., Aulia, R. A., & Laksana, A. (2024). Pengaruh Media Digital dalam Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal pada Remaja. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 357–366. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1376>
- Larasati, R. P. (2018). *Studi Deskriptif Kualitatif Proses Komunikasi Interpersonal Bermedia Baru pada Penyandang Difabel Netra melalui Platform Pesan Instan di Komunitas Braille'iant Yogyakarta*. 1–23. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/11675/NASKAHPUBLIKAI.pdf>

- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*.
- Mahardika, A. , Fahrezi, I. A. (2021). *Efektivitas Perencanaan Program Pengadaan Sarana Dan Prasarana Angkutan Umum*. 1.
<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/viewFile/478/472>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated.
https://books.google.co.id/books?id=ZIt0rdXb7y0C&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Nurhadi, & Fachrul., Z. (2015). Brand Dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(1), 44–61. journal.uniga.ac.id
- Putra, pradana aditya. (2018). *PENGARUH PEMBANGUNAN UNDERPASS TERHADAP INTENSITAS PERUBAHAN RUANG DI KAWASAN MANDAI*.
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. IAP.
https://books.google.co.id/books?id=ePcnDwAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (24th ed.). Alfabeta.
- Susanto, A. B., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Publika Jakarta.

LAMPIRAN



Dokumentasi wawancara dengan informan Bu Kepsek Rafiqatul Husna



Dokumentasi wawancara dengan informan tim humas dan perencanaan Bu Khairunni'mah



Dokumentasi wawancara dengan informan tim humas dan perencanaan Bu Dinda Tasnym



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disertai nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id [umsuMEDAN](#) [umsuMEDAN](#) [umsuMEDAN](#) [umsuMEDAN](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/ Ibu
Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 09 Mei 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : MIFTAHUL ILMI NST
N P M : 2303110349P
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 141 SKS, IP Kumulatif 3,23

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT AN-NAAS.	 23 Mei 2025
2	MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI SEKOLAH INKLUSI SDAIT AN-NAAS.	
3	STRATEGI KOMUNIKASI INSTRUKSIONAL GURU DALAM MENYAMPAIKAN PEMBELAJARAN PADA SISWA BERKEBUTUHAN KHUSUS DI SDAIT AN-NAAS.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

212.21.311

Pemohon,

Medan, tanggal 04 Juni 2025

Ketua,

Program Studi: ILMU KOMUNIKASI

(MIFTAHUL ILMI NST)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi:

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

(Dr. Sigrit Hardi Yanto)
NIDN: 012118802





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1024/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 23 Mei 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: MIFTAHUL ILMINST
NPM	: 2303110349P
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT ANN-NAAS
Pembimbing	: Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 212.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 November 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 16 Dzulhijjah 1446 H
2 Juni 2025 M



Assoc. Prof. DR. ARDIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pentinggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini, per disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 [umsu.medan](#) 📧 [umsu.medan](#) 📧 [umsu.medan](#) 📧 [umsu.medan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 23 Juli 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MIFTAHUL ILMI NST
NPM : 2303110349 P
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1024 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal 23 Juli dengan judul sebagai berikut :

PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT
AN-NAAS

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proprosals Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

Dr. (ARKHYAR AUSHORI, S.Sos., M.I.Kom)

Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom

MIFTAHUL ILMI NST

NIDN: 0127048401

NIDN: 0112118802





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

SK-4



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 1301/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 28 Juli 2025
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
16	ADELLA NATASYA PUTRI	2303110334P	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	POLA KOMUNIKASI BEHAVIORISTIK GURU DALAM PENGEMBANGAN SISWA SECARA HOLISTIK DI MIN 2 KOTA MEDAN
17	MIFTAHUL ILMI NST	2303110334P	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT ANN-NAAS
18	FARHAN ABDILLAH	19031103320	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN HAPPY INC DALAM MEMPERTAHANKAN KUALITAS JASA RUMAH PRODUKSI DI KOTA MEDAN
19	TASYA PUTRI ABDILLAH	19031103380	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEKOLAH 819 DJS MEDAN DALAM PENGEMBANGAN KREATIVITAS DI KOTA MEDAN
20	DAFFA DANISWARA	18031100339	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM MEMBANGUN INTERAKSI SOSIAL KARYAWAN PT. MUNASINDO MANDIRI SEJAHTERA

Medan, 30 Muharram 1447 H
25 Juli 2025 M



(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disubutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Nomor : 1377/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Lampiran : --

Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 13 Shafar 1447 H

07 Agustus 2025 M

Kepada Yth : Kepala Sekolah SDAIT AN-NAAS Medan
di-
Tempat.

Bissmillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Sekolah SDAIT AN-NAAS Medan, atas nama :

Nama mahasiswa	: MIFTAHUL ILMI NST
N P M	: 2303110349P
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT AN-NAAS

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

An.Dekan,
Wakil Dekan - I



Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani., M.I.Kom.
NIDN : 0111117804





SEKOLAH DASAR ALAM ISLAM TERPADU

Annaas

MEMBANGUN GENERASI ISLAM RAHMATAN LIL 'ALAMIN

Medan, 8 Agustus 2025

Nomor : 109/B/VIII/SDA IT/2025

Hal : **Balasan Izin Penelitian Mahasiswa**

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi. Wabarakatuh

Teriring salam, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridha-Nya bagi Bapak dalam melaksanakan aktifitas sehari-hari. *Aamiin*.

Menanggapi surat Saudara Nomor : 1377/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 7 Agustus 2025 perihal izin penelitian pada mahasiswa :

No.	Nama	NPM	Semester	Program Studi
1.	MIFTAHUL ILMI NST	2303110349P	VIII (Delapan)	Ilmu Komunikasi

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian selama 1 (satu) minggu dari selama bulan Agustus 2025 di SDAIT Annaas Medan.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh.

Hormat Kami,

Kepala Sekolah

SDAIT Annaas Medan


Rafiqatul Husna, S.Ag

Alamat Sekolah : Jl. Eka Suka 14 No. 11 Kel. Gedung

Johor

Kec. Medan Johor Kota Medan, Email : sdait.annaas@gmail.com Kode Pos :

Acc draft Pedoman wawancara
5/8 2025

Sigit Handyanho

DRAFT PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian: Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun Branding Sekolah Inklusi Di SDAIT AN-NAAS

A. Identitas Narasumber

1. Nama :
2. Usia :
3. Pendidikan :
4. Jabatan :
5. Alamat :

B. Pertanyaan Penelitian

- 1) Bagaimana sekolah mengomunikasikan konsep inklusi dan sekolah alam sebagai ciri khas melalui media digital?
- 2) Bagaimana peran kepala sekolah dan tim humas dalam memimpin proses branding sekolah melalui media digital?
- 3) Nilai-nilai apa yang selalu ditonjolkan dalam konten digital agar mencerminkan karakter sekolah inklusi SDAIT An-Naas?
- 4) Bagaimana sekolah memastikan konten digital yang ditampilkan tidak sekadar informatif, tetapi juga menonjolkan perbedaan identitas sekolah di SDAIT An-Naas?
- 5) Media digital apa saja yang paling aktif digunakan oleh SDAIT An-Naas untuk menjangkau masyarakat?
- 6) Seberapa konsisten sekolah SDAIT An-Naas memproduksi konten digital agar selalu terlihat dihadapan publik?
- 7) Bagaimana sekolah memastikan bahwa semua konten digital (foto, video, caption) selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai inklusif sekolah SDAIT An-Naas?
- 8) Menurut anda apa strategi yang dilakukan oleh SDAIT An-Naas untuk menjaga keberlanjutan konten dan komunikasi digital dalam jangka panjang?
- 9) Menurut anda apakah ada dampak positif yang sudah dirasakan sekolah setelah menerapkan strategi branding digital berbasis inklusi?
- 10) Apakah ada pedoman atau standar tertentu dalam pembuatan konten agar identitas sekolah tetap konsisten?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Uraian mengenai surat ini agar disubuhkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBRANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PTIAK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalen Mukhter Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umhu.ac.id> ✉ fisip@umhu.ac.id 📠 umsumedan 📠 umsumedan 📠 umsumedan 📠 umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap

: MIFTAHUL ILMU AIST

NPM

: 2302110349 P

Program Studi

: ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM MEMBAHARU
BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAITAN - NARS

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	23/5 2023	ACC Judul skripsi tanda tangan penetapan dosen Pembimbing	
2	10/6 2023	Bimbingan bab I, II, III	
3	11/6 2023	Revisi: bab I, II, III (penambahan latar belakang masalah)	
4	21/7 2023	Revisi: bab I, II, III (penambahan teori pemanfaatan media digital pada uraian teoritis)	
5	22/7 2023	ACC Bab I, II, dan III	
6	4/8 2023	Bimbingan Draft wawancara	
7	5/8 2023	Revisi dan ACC Draft wawancara	
8	2/9 2023	Bimbingan Bab IV dan V	
9	3/9 2023	Revisi bab IV dan V (bagian hasil penelitian dan pembahasan)	
10	4/9 2023	ACC bab IV dan V	

Medan, 4 September 2023

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dr. Seti Harto, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0112110002



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1555/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 11 September 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJUALI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGJUALI I	PENGJUALI II	PENGJUALI III	
16	TASYA PUTRI ABDILLAH	1903110360	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEKOLAH 819 DIS MEDAN DALAM PENGEMBANGAN KREATIVITAS DI KOTA MEDAN
17	FARHAN ABDILLAH	1903110320	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN HAPPY INC DALAM MEMPERTAHANKAN KUALITAS JASA RUMAH PRODUKSI DI KOTA MEDAN
18	ADELLA NATASYA PUTRI	2303110334P	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	POLA KOMUNIKASI BEHAVIORISTIK GURU DALAM PENGEMBANGAN SISWA SECARA HOLISTIK DI MIN 2 KOTA MEDAN
19	MIFTAHUL ILMU NST	2303110349P	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM BRANDING SEKOLAH INKLUSI DI SDAIT AN-NAAS
20	FACHRY ARSYAM	1903110357P	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEMAN PIMPINAN DAERAH PARTAI GERINDRA SUMATERA UTARA DALAM PILKADA SERENTAK 2024

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

a.r. Rektor
Rektor
Prof. Dr. DEDUHANMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Medan, 17 Rabbul Awwal 1447 H

09 September 2025M



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Miftahul Ilmi Nasution
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/28 Januari 1999
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Karya Jaya No. 288
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. Mansur Nst
Nama Ibu : Rafiqatul Husna
Pekerjaan Ayah : -
Pekerjaan Ibu : Guru
Alamat : Jln. Karya Jaya No. 288

Pendidikan Formal

TK : TK Al-Fauzi
SD : SDIT Al-Fauzi
SMP : SMP PLUS YLPI
SMA : SMAIT Al-Fityan
S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara