

Lampiran I

INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA DI MI TAHFIDZ ANNIDZOMIYYAH PIYUNGAN BANTUL

A. Pedoman Observasi

Guna memperoleh data dan informasi terkait strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan. Adapun pengamatan yang peneliti lakukan meliputi:

1. Pengamatan terhadap lokasi MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul
2. Pengamatan terhadap letak geografis MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

B. Pedoman Dokumentasi

Guna memperoleh data dan informasi terkait strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi. Data-data tersebut berupa dokumen, yaitu:

1. Letak geografis MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul
2. Sejarah berdirinya MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul
3. Profil MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul
4. Visi, misi dan tujuan MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

C. Pedoman Wawancara

Guna memperoleh data dan informasi terkait strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfidz Annidzomiyyah Piyungan

Bantul, selain menggunakan teknik observasi dan dokumentasi peneliti juga menggunakan teknik wawancara. Adapun wawancara yang peneliti lakukan terhadap pihak-pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Wawancara dengan kepala madrasah MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan

Bantul

Aspek	Indikator	Butir Pertanyaan
Identitas narasumber	Nama dan Jabatan	Dengan bapak siapa?
Sejarah madrasah	Tahun berdiri dan diresmikan	Kapan MI Tahfiz Annidzomiyah didirikan dan diresmikan?
Pengalaman pmimpin	Lama menjabat sebagai kepala madrasah	Sudah berapa lama Bapak menjadi kepala madrasah di sini?
Perkembangan madrasah	Kemajuan sejak awal berdiri	Bagaimana perkembangan madrasah dari awal hingga sekarang?
Data peserta didik	Jumlah dan pertumbuhan siswa	Ada berapa jumlah peserta didik saat ini?
Seleksi masuk	Prosedur penerimaan siswa baru	Adakah seleksi untuk calon siswa baru?
Bentuk branding	Program/identitas yang dibentuk	Branding apa saja yang dibangun di madrasah ini?
Strategi branding	Langkah-langkah khusus	Strategi apa saja yang dilakukan dalam membangun branding?
Tantangan dan solusi	Kendala serta penyelesaiannya	Apakah ada tantangan yang dihadapi? Bagaimana cara mengatasinya?

2. Wawancara dengan waka kurikulum

Aspek	Indikator	Butir Pertanyaan
Identitas narasumber	Nama dan jabatan	Dengan Bapak siapa?
Pentingnya school branding	Pandangan terhadap urgensi branding	Mengapa school branding penting bagi madrasah ini?
Strategi madrasah	Program/kegiatan unggulan dari kepala madrasah	Apa saja strategi yang digagas kepala madrasah untuk branding?
Kolaborasi internal	Keterlibatan guru dan tenaga kependidikan	Bagaimana guru dan staf dilibatkan dalam membangun citra madrasah?
Ciri khas madrasah	Program unggulan sebagai identitas	Apakah ada kegiatan khusus yang menjadi ciri khas branding?
Media sosial	Penggunaan media untuk promosi	Bagaimana peran media sosial dalam mendukung branding madrasah?
Harapan	Visi branding ke depan	Apa harapan Bapak terhadap pengembangan school branding ke depan?

3. Wawancara dengan orang tua/wali murid peserta didik MI Tahfiz

Annidzomiyah Piyungan Bantul

Aspek	Indikator	Butir Pertanyaan
Identitas narasumber	Nama dan status wali murid	Dengan Ibu siapa? Ibu wali dari kelas berapa? Putri Ibu kelas berapa?
Kepuasan	Kepuasan menyekolahkan anak di MI tersebut	Apakah Ibu senang menyekolahkan putrinya di madrasah ini?

Keunggulan madrasah	Alasan memilih madrasah tersebut	Menurut Ibu, apa keunggulan madrasah dibanding sekolah lain?
Pengetahuan program	Pemahaman wali terhadap program khas	Apakah Ibu mengetahui program khas seperti Tahfidz, Diniyah, Ekstrakurikuler?
Efektivitas media sosial	Persepsi terhadap promosi via media sosial	Seberapa efektif media sosial dalam membangun citra madrasah menurut Ibu?
Keterlibatan wali	Partisipasi dalam kegiatan	Sejauh mana Ibu dilibatkan dalam kegiatan seperti parenting, pertemuan wali murid?
Peran kepala madrasah	Pandangan terhadap kepemimpinan	Bagaimana peran kepala madrasah dalam memajukan MI Tahfidz Annidzomiyah?
Saran	Harapan untuk madrasah	Saran apa yang ingin Ibu sampaikan agar branding madrasah lebih baik?

4. Wawancara dengan peserta didik

Aspek	Indikator	Butir Pertanyaan
Identitas narasumber	Nama siswa	Dengan adek siapa?
Kepemimpinan kepala	Persepsi siswa terhadap kepala madrasah	Apa yang kamu ketahui tentang kepala madrasahmu?
Gaya komunikasi	Sikap kepala madrasah saat menyapa siswa	Bagaimana cara kepala madrasah saat berbicara di depan siswa?
Pengalaman program tahfidz	Keterlibatan dan pendapat tentang tahfidz	Apakah kamu mengikuti tahfidz? Bagaimana pendapatmu tentang program itu?
Kebanggaan terhadap sekolah	Citra madrasah di mata siswa	Bagaimana perasaanmu ketika sekolahmu dikenal oleh orang luar?
Harapan	Aspirasi siswa untuk kemajuan madrasah	Apa harapanmu untuk kepala madrasah agar madrasah semakin maju dan dikenal?

Lampiran II

CATATAN LAPANGAN I

Hari/tanggal : Kamis, 06 Maret 2025
Pukul : 09:30 WIB s/d selesai
Lokasi : MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul
Sumber Data : Wawancara dan Observasi

Deskripsi

Pada hari Kamis, 06 Maret 2025 peneliti berkunjung ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul guna melakukan observasi sekolah dan wawancara terhadap kepala madrasah. Peneliti di sini ingin mengetahui lebih jauh lagi terkait *school branding*. Kemudian peneliti bertemu dengan kepala madrasah MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul yaitu bapak Agus Hariyadi S.Pd.I. Peneliti menjelaskan maksud dan tujuan kedatangan peneliti ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul. Hal ini direspon sangat baik oleh bapak Agus Hariyadi. Kemudian peneliti melakukan wawancara terkait strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul.

Bapak Agus Hariyadi menjelaskan bahwa MI Tahfiz Annidzomiyah merupakan madrasah dengan kekhasan program tahfiz Al-Qur'an sebagai identitas utamanya. Madrasah ini berada di wilayah Piyungan, Bantul, dan berupaya menjadi madrasah unggul dalam bidang keagamaan dan karakter. Kepala madrasah menyatakan bahwa *school branding* sangat penting di era saat ini karena berkaitan

dengan daya tarik, kepercayaan masyarakat, dan keberlangsungan madrasah. Branding dianggap sebagai strategi untuk menunjukkan kekhasan dan keunggulan madrasah kepada publik.

Pada kunjungan pertama ini peneliti menemukan permasalahan yang selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan penelitian. Di mana ini terletak pada Branding apa yang ingin dibangun dan strategi apa saja yang digunakan di MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul.

Refleksi

Dari hasil pertemuan awal ini, peneliti merasa tema skripsi sangat relevan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Kepala madrasah menunjukkan keterbukaan untuk mendukung penelitian dan bersedia menjadi narasumber utama. Madrasah ini memiliki potensi besar sebagai contoh praktik *school branding* berbasis nilai keislaman dan program tahfidz.

CATATAN LAPANGAN II

Hari/tanggal : Jum'at, 09 Mei 2025
Pukul : 09:00 WIB s/d selesai
Lokasi : MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul
Sumber Data : Wawancara dan Observasi

Deskripsi

Pada hari Jum'at, 09 Mei 2025 peneliti melakukan kunjungan yang kedua kalinya ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan kepala madrasah yang sebelumnya sudah membuat janji melalui whatsapp. Sesampainya di sana, peneliti disambut baik oleh pihak sekolah. Kemudian peneliti menjelaskan maksud dan tujuan kedatangan peneliti ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul, yaitu untuk melanjutkan penelitian guna kebutuhan penyusunan skripsi peneliti terkait kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul. Selanjutnya peneliti memberikan surat ijin penelitian di MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul kepada staf TU.

Setelah memberikan surat ijin penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan kepala madrasah MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul yaitu bapak Agus Hariyadi. Beliau menyambut peneliti dengan ramah dan terbuka, menciptakan suasana yang kondusif untuk menggali informasi lebih dalam terkait strategi *school branding* yang diterapkan. Dalam perbincangan tersebut, beliau menegaskan bahwa *branding* madrasah dibangun melalui kekuatan program unggulan, terutama tahfiz Al-Qur'an, pendidikan diniyah, dan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang

mengembangkan karakter serta potensi siswa. Beliau menekankan bahwa branding bukan hanya sekadar tampilan visual atau slogan, melainkan tentang bagaimana madrasah menghadirkan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa dan citra positif di mata masyarakat.

Kepala madrasah menjelaskan bahwa strategi utama dalam membangun branding adalah membentuk persepsi positif melalui kualitas pelayanan pendidikan. Ia telah melakukan berbagai pendekatan seperti memperkuat komunikasi dengan orang tua siswa, menyelenggarakan majelis taklim untuk masyarakat sekitar, serta aktif mengelola media sosial madrasah sebagai sarana publikasi.

Dalam pengamatan peneliti, bapak Agus Hariyadi tampak sebagai sosok pemimpin yang visioner, disiplin, dan penuh inisiatif. Ia menyatakan bahwa branding madrasah tidak bisa dilakukan sendirian, tetapi memerlukan kolaborasi tim yang solid dan guru-guru yang memiliki dedikasi tinggi. Beliau secara rutin mengadakan rapat internal untuk menyamakan visi antar tenaga pendidik agar branding berjalan secara sistematis. Ia juga percaya bahwa pembentukan citra yang kuat dimulai dari budaya kerja yang positif dan pelayanan yang tulus terhadap siswa. Seluruh strategi yang disampaikan selaras dengan teori citra, di mana persepsi publik dibangun dari pengalaman nyata dan kesan yang konsisten.

Setelah wawancara selesai, peneliti mengucapkan banyak terimakasih serta meminta izin untuk melakukan observasi, wawancara dengan waka kurikulum, dengan peserta didik, kemudian meminta izin untuk meminta data-data yang peneliti butuhkan. Bapak Agus Hariyadi selaku kepala madrasah sangat

mengizinkan dan peneliti diberikan keleluasaan untuk datang ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul kapan saja untuk melakukan kegiatan penelitian.

Refleksi

Proses wawancara dengan kepala madrasah MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan memberikan pengalaman berharga sekaligus memperluas pemahaman peneliti mengenai pentingnya peran pemimpin dalam membangun dan menjaga citra lembaga pendidikan Islam. Selama wawancara, peneliti merasakan langsung bagaimana seorang kepala madrasah tidak hanya berfungsi sebagai administrator, tetapi juga sebagai motor penggerak yang menyatukan visi kelembagaan dengan praktik nyata di lapangan.

Salah satu hal yang sangat berkesan adalah bagaimana kepala madrasah memahami branding tidak sebatas pada aspek promosi visual, melainkan sebagai integrasi antara nilai, kualitas pendidikan, pelayanan, serta hubungan sosial dengan masyarakat. Hal ini mengajarkan bahwa citra positif tidak bisa dibentuk secara instan, tetapi memerlukan konsistensi dan integritas dalam menjalankan program-program yang memiliki dampak nyata bagi siswa dan lingkungan sekitar.

Dalam proses wawancara, peneliti juga menyadari bahwa keberhasilan branding sekolah sangat berkaitan dengan kepemimpinan yang komunikatif, terbuka, dan visioner. Kepala madrasah menunjukkan bahwa strategi branding yang kuat dimulai dari internal madrasah sendiri-yakni budaya kerja, kualitas guru, dan kekompakan tim. Ini menjadi pelajaran penting bahwa membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan dimulai dari dalam, bukan sekadar dari luar.

CATATAN LAPANGAN III

Hari/tanggal : Jum'at, 09 Mei 2025

Pukul : 09:00 WIB s/d selesai

Lokasi : MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul

Sumber Data : Wawancara dan Observasi

Deskripsi

Pada pagi hari yang cerah, peneliti datang ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Batul dan disambut hangat oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Kurikulum, Bapak Sarju. Bapak Sarju terlihat antusias saat diminta menjelaskan mengenai kurikulum dan perannya dalam membangun branding madrasah. Ia membuka pembicaraan dengan menyampaikan bahwa program kurikulum di MI Tahfiz Annidzomiyah dirancang untuk mendukung visi madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, khususnya dalam bidang tahfizul Qur'an.

Beliau menjelaskan bahwa program unggulan tahfidz dimulai sejak siswa duduk di kelas 1, dengan target yang bertahap dan terukur. Kegiatan tahfiz dilaksanakan setiap pagi, dan siswa dibimbing langsung oleh guru tahfidz yang berpengalaman. Program ini menjadi daya tarik utama bagi masyarakat, dan menurutnya, merupakan bagian penting dari citra madrasah yang ingin dibangun dan dikenalkan secara luas.

Selain tahfiz, madrasah juga mengembangkan program madrasah diniyah yang dilaksanakan pada sore hari. Dalam kegiatan ini, siswa diajarkan fiqih, akidah akhlak, dan bahasa Arab. Bapak Sarju menekankan bahwa penguatan nilai-nilai

keislaman melalui diniyah menjadi pelengkap dari kurikulum nasional, dan hal ini semakin menguatkan identitas keislaman madrasah di mata publik.

Untuk mendukung minat dan bakat siswa, MI Tahfiz Annidzomiyah juga menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler, seperti drumband, robotik, hadroh, calistung, tahsin, dan olahraga. Menurut beliau, kegiatan-kegiatan ini turut memberikan nilai tambah bagi madrasah dalam membangun citra sebagai lembaga yang tidak hanya fokus pada aspek agama, tetapi juga memfasilitasi kreativitas dan keterampilan siswa.

Dalam hal publikasi kegiatan, Bapak Sarju menyampaikan bahwa kepala madrasah sangat aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menyebarkan berbagai kegiatan madrasah. Setiap kegiatan siswa, baik tahfiz maupun ekstrakurikuler, didokumentasikan dan dibagikan ke publik sebagai bagian dari strategi branding. Ia mengatakan bahwa masyarakat saat ini sangat memperhatikan eksistensi sekolah di media digital.

Refleksi

Melalui wawancara ini, Peneliti mendapatkan pemahaman bahwa branding madrasah tidak hanya dibangun melalui desain visual atau promosi, tetapi juga melalui kurikulum dan kegiatan nyata yang dilaksanakan secara konsisten. Program tahfiz dan diniyah menjadi unsur penting dalam membentuk citra madrasah sebagai lembaga yang unggul secara religius, sedangkan ekstrakurikuler memperluas daya tarik bagi masyarakat umum.

Peneliti juga menyadari bahwa keterlibatan kepala madrasah sangat krusial dalam mendorong pengembangan kurikulum yang adaptif dan relevan. Komitmen

untuk menjadikan madrasah sebagai lembaga yang progresif dan responsif terhadap perkembangan zaman tampak jelas dari strategi yang dijalankan, mulai dari inovasi kurikulum hingga pemanfaatan media sosial untuk publikasi kegiatan.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini memperkuat bahwa peran waka kurikulum sangat strategis dalam menghubungkan arah kebijakan kepala madrasah dengan implementasi program di lapangan. Kolaborasi antar pihak guru, siswa, dan orang tua menjadi pondasi penting dalam membangun *school branding* yang berkelanjutan dan kuat di MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul.

CATATAN LAPANGAN IV

Hari/tanggal : Selasa, 20 Mei 2025

Pukul : 09:00 WIB s/d selesai

Lokasi : MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul

Sumber Data : Dokumentasi

Deskripsi

Peneliti datang ke MI Tahfiz Annidzomiyah Piungan Bantul untuk meminta data dokumentasi terkait profil lembaga MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul, letak geografis, visi, misi dan tujuan MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan, analisi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan, serta karakteristik peserta didik dan tenaga kependidikan. Data-data tersebut digunakan peneliti untuk melengkapi kebutuhan peneliitian yang pneliti lakukan.

Pada kunjungan ini, peneliti hanya bertujuan untuk mengumpulkan data dokumen saja. Setelah mendapat beberapa dokumen, akhirnya peneliti berpamitan kepada bapak Agus Hariyadi selaku kepala madrasah yang telah memberikan data-data yang peneliti butuhkan.

Refleksi

Dari hasil dokumentasi ini, peneliti memperoleh data terkait gambaran umum MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul.

CATATAN LAPANGAN V

Hari/tanggal : Selasa, 9 Juni 2025
Pukul : 09:00 WIB s/d selesai
Lokasi : SDN Kembang Sari Piyungan Bantul
Sumber Data : Wawancara

Deskripsi

Pada kunjungan peneliti ke SDN Kembang Sari kali ini adalah untuk melakukan wawancara dengan Ibu Uun Laila Baroroh yang merupakan salah satu orang tua/wali murid peserta didik MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul, yang dibantu oleh Rindang Lailatul Mubarakah. Peneliti tiba di lokasi sekitar 09.00 WIB sesuai dengan kesepakatan yang dibuat sebelumnya melalui *whatsapp*. Setelah tiba di lokasi peneliti langsung disambut oleh Ibu Uun Laila Baroroh dalam pertemuan tersebut sangat antusias berbagi cerita tentang pengalamannya menyekolahkan anak di madrasah tersebut. Beliau tampak bangga dan merasa yakin dengan pilihannya.

Menurut penuturan Ibu Uun Laila Baroroh, alasan utama beliau memilih MI Tahfiz Annidzomiyah adalah karena adanya program tahfidz yang menjadi unggulan madrasah. Ia ingin anaknya tumbuh dengan dasar agama yang kuat dan terbiasa dengan bacaan Al-Qur'an sejak kecil. Ia menyebut bahwa setiap pagi anaknya rutin menghafal surat-surat Al-Qur'an, dan beliau melihat perubahan perilaku anaknya yang menjadi lebih disiplin dan rajin.

Selain program tahfiz, Ibu Uun Laila Baroroh juga merasa puas dengan lingkungan madrasah yang menurutnya sangat Islami, aman, dan nyaman. Para guru dikenal sabar dan perhatian, serta menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua. Beliau menyampaikan bahwa madrasah sering mengadakan pertemuan wali murid dan aktif menginformasikan perkembangan anak melalui grup *whatsapp* kelas.

Ibu Uun Laila Baroroh juga menilai bahwa madrasah cukup aktif dalam mengenalkan kegiatan-kegiatannya kepada masyarakat. Beliau menyebut adanya postingan rutin di media sosial madrasah yang menunjukkan kegiatan siswa seperti lomba, latihan, dan *parenting day*. Hal ini menurutnya membuat orang tua merasa dekat dengan madrasah.

Refleksi

Dari hasil wawancara ini, peneliti memahami bahwa *branding* madrasah tidak hanya terbentuk dari strategi formal seperti desain logo atau promosi visual, melainkan juga dari pengalaman langsung orang tua terhadap program dan interaksi sehari-hari di madrasah. Ibu Uun Laila Baroroh melihat *branding* MI Tahfiz Annidzomiyah sebagai madrasah tahfiz yang bersahabat dan komunikatif.

Peneliti juga merefleksikan bahwa pengalaman wali murid seperti Ibu Uun Laila Baroroh sangat penting dalam membentuk kepercayaan publik terhadap madrasah. Cerita-cerita nyata dari orang tua menjadi media promosi yang paling kuat, karena bersumber dari pengalaman dan kepuasan mereka secara langsung. Ini menjadi kekuatan yang tak ternilai dalam membangun citra positif madrasah di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa *branding* madrasah tidak selalu berkaitan

dengan kemewahan fasilitas, tetapi lebih pada kejelasan arah pendidikan dan ketulusan layanan dari para guru dan pimpinan madrasah.

Lampiran III**TRANSKIP WAWANCARA 1**

Hari/tanggal : Kamis, 06 Maret 2025

Tempat : MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

(a) Pewawancara : Riska Amelia

(b) Informan : Agus Hariyadi, S.Pd. (Kepala Madrasah)

(a) : Assalamualaikum Wr. Wb.

(b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

(a) : Sebelumnya mohon maaf sekali sudah mengganggu waktu Bapak, perkenalkan saya Riska Amelia mahasiswi Institut Ilmu Qur'an (IIQ) An-Nur Yogyakarta. Tujuan saya datang kesini adalah ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyyah. Untuk itu langsung saja ya Pak untuk wawancaranya?

(b) : Iya mbak, silahkan silahkan.

(a) : Untuk nama lengkap Bapak siapa?

(b) : Saya Agus Hariyadi, S.Pd.

(a) : MI Tahfiz Annidzomiyyah ini berdiri sejak kapan Pak?

(b) : MI Tahfiz Annidzomiyyah ini sudah berdiri sejak tahun 2020 mbak, sudah sekitar 5 tahunan.

(a) : Apakah setiap tahun ada peningkatan peserta didik baru Pak?

(b) : Untuk setiap tahun nya alhamdulillah selalu ada peningkatan mbak.

- (a) : Wah, hebat sekali ya Pak. Lalu strategi apa yang diterapkan dalam branding nya Pak?
- (b) : Mohon maaf mbak, untuk sekarang saya belum bisa menceritakan lebih jauh terkait strategi ini. Selanjutnya, mbak dalam terlebih dahulu mau diarahkan kemana penelitian ini nantinya. Jika untuk skripsi, maka kami akan memberikan data dan informasi lebih dalam jika sudah ada persetujuan dari pihak kampus. Setelah disetujui mbak bisa datang lagi untuk melanjutkan penelitian ini. Seperti itu mbak.
- (a) : Baik Bapak, terimakasih sudah berbincang-bincang dengan saya terkait MI Tahfiz Annidzomiyyah ini. Mungkin itu saja dulu Pak, kurang lebihnya saya mohon maaf. Dan untuk kedepannya saya akan infokan lagi Bapak. Mudah-mudahan ini bisa berlanjut sampai skripsi.
- (b) : Sama-sama mbak. Saya doakan supaya bisa cepat di ACC oleh pihak kampus.
- (a) : Amin Bapak, terimakasih bapak, saya pamit dahulu, wassalamu'alaikum Wr. Wb.
- (b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

TRANSKIP WAWANCARA II

Hari/tanggal : Jum'at, 09 Mei 2025

Tempat : MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

(a) Pewawancara : Riska Amelia

(b) Informan : Agus Hariyadi, S.Pd. (Kepala Madrasah)

(a) : Assalamualaikum Wr. Wb.

(b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

(a) : Perkenalkan Bapak, saya Riska Amelia mahasiswi PGMI Institut Ilmu Qur'an (IIQ) An-Nur Bantul Yogyakarta. Sebelumnya saya kan sudah melakukan observasi dan wawancara bersama Bapak untuk mengidentifikasi masalah ya Bapak. Berhubung judul saya mendapat persetujuan untuk melanjutkan penelitian guna kebutuhan penyusunan skripsi, maka niat saya di sini ingin meminta izin kepada Bapak Agus Hariyadi selaku kepala madrasah MI Tahfiz Annidzomiyyah, untuk meneliti lebih lanjut terkait strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyyah.

(b) : Baik mbak, silahkan.

(a) : Saya ingin menggali lebih dalam tentang strategi Bapak dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul. Bisa Bapak ceritakan dari mana awalnya Bapak membangun branding madrasah ini?

(b) : Jadi, sejak saya diberi amanah menjadi kepala madrasah, saya menyadari bahwa tantangan utama dalam menarik minat masyarakat adalah bagaimana madrasah ini dikenal dan dipercaya. Oleh karena itu, saya memulai dengan membangun *school branding* melalui program-program unggulan yang

sesuai dengan karakter madrasah, seperti program tahfizul Qur'an, madrasah diniyah, dan kegiatan ekstrakurikuler yang variatif.

(a) : Apa saja langkah konkret yang Bapak lakukan dalam membangun citra madrasah ini di masyarakat?

(b) : Langkah pertama adalah menguatkan program tahfiz, karena ini menjadi identitas utama kami. Kami menargetkan lulusan bisa hafal minimal 2 juz. Kedua, kami mengembangkan madrasah diniyah sore untuk memperkuat akidah dan pemahaman agama anak. Selain itu, kami juga menyediakan berbagai ekstrakurikuler seperti drumband, hadroh, robotik, tahsin, hingga sepak bola. Semua itu kami tampilkan di media sosial dan event-event, baik internal maupun eksternal.

(a) : Berarti media sosial juga menjadi bagian dari strategi branding ya, Pak?

(b) : Betul sekali. Kami aktif memanfaatkan Instagram, Facebook, dan WhatsApp grup. Di situ kami berbagi kegiatan harian siswa, prestasi, testimoni wali murid, serta dokumentasi event. Dengan begitu, masyarakat bisa melihat langsung bagaimana suasana dan aktivitas di madrasah ini.

(a) : Bagaimana tanggapan masyarakat atau wali murid terhadap strategi tersebut?

(b) : Alhamdulillah, responnya sangat positif. Banyak wali murid yang menyampaikan rasa bangga karena anak-anak mereka bisa mengikuti program-program di sini. Bahkan, sebagian besar pendaftaran tahun ajaran baru datang dari referensi wali murid sebelumnya. Itu menunjukkan kepercayaan mereka terhadap madrasah ini makin meningkat.

(a) : Apakah Bapak juga melibatkan guru dan orang tua dalam proses branding ini?

- (b) : Tentu. Guru kami dorong untuk aktif mendampingi siswa dan ikut serta dalam publikasi kegiatan. Kami juga rutin mengadakan pertemuan parenting bersama wali murid untuk membangun komunikasi yang baik dan menyampaikan visi madrasah. Mereka juga kami libatkan dalam event-event sekolah. Kami percaya bahwa branding yang kuat itu muncul dari kolaborasi, bukan hanya kerja kepala madrasah saja.
- (a) : Apa harapan Bapak ke depan terkait branding MI Tahfiz Annidzomiyah ini?
- (b) : Harapan saya, madrasah ini tidak hanya dikenal sebagai lembaga tahfiz, tapi juga sebagai madrasah yang membentuk karakter islami, unggul dalam akademik dan non-akademik. Semoga dengan ikhtiar ini, MI Tahfiz Annidzomiyah menjadi pilihan utama masyarakat dalam menyekolahkan anak-anak mereka.
- (a) : Aamiin. Terima kasih banyak atas waktunya, Pak. Semoga wawancara ini bermanfaat untuk penelitian saya dan membawa keberkahan untuk madrasah.
- (b) : Aamiin. Terima kasih kembali. Semoga sukses untuk penelitian dan studinya.

TRANSKIP WAWANCARA III

Hari/tanggal : Jum'at, 09 Mei 2025

Tempat : MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

(a) Pewawancara : Riska Amelia

(b) Informan : Sarju, S.Pd.SD., M.Pd.I. (Waka Kurikulum)

(a) : Assalamualaikum Wr. Wb.

(b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

(a) : Perkenalkan Bapak, saya Riska Amelia mahasiswi PGMI Institut Ilmu Qur'an (IIQ) An-Nur Bantul Yogyakarta. Saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyyah. Mohon izin Bapak, saya ingin mewawancarai Bapak sebagai waka kurikulum untuk mendapatkan data pendukung.

(b) : Baik mbak, silahkan.

(a) : Menurut Ibu, bagaimana peran kepala madrasah dalam membangun branding MI Tahfiz Annidzomiyyah selama ini?

(b) : Peran kepala madrasah sangat sentral, ya. Beliau bukan hanya mengelola administratif saja, tetapi sangat aktif merancang program-program unggulan yang memperkuat identitas madrasah. Misalnya program tahfiz yang menjadi fokus utama, lalu dikembangkan madrasah diniyah sore, serta berbagai ekstrakurikuler yang sesuai dengan kebutuhan siswa dan juga minat masyarakat.

- (a) : Apa bentuk nyata dari strategi branding yang diterapkan oleh kepala madrasah?
- (b) : Secara nyata, kepala madrasah banyak mendorong kami untuk konsisten menampilkan program-program unggulan ke publik. Contohnya, setiap kegiatan tahfiz, hafiah, atau prestasi siswa harus didokumentasikan dan diunggah di media sosial. Beliau juga membuat kebijakan agar semua guru aktif berkontribusi dalam membangun citra positif madrasah melalui layanan yang profesional dan pendekatan yang ramah kepada siswa dan orang tua.
- (a) : Apa peran Ibu sebagai waka kurikulum dalam mendukung strategi tersebut?
- (b) : Saya membantu kepala madrasah dalam memastikan semua program unggulan masuk dalam kurikulum dan terlaksana secara terstruktur. Misalnya, kami mengatur jadwal tahfiz, evaluasi berkala, dan supervisi guru-guru diniyah. Saya juga mendampingi guru dalam menyusun RPP yang mendukung karakter islami, disiplin, dan akhlakul karimah semua itu bagian dari citra madrasah yang ingin dibangun.
- (a) : Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam strategi school branding?
- (b) : Sangat besar pengaruhnya. Kami rutin mengunggah kegiatan anak-anak di Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Bahkan sekarang orang tua baru banyak yang tahu madrasah ini dari postingan media sosial. Jadi memang branding digital sangat membantu memperluas jangkauan promosi madrasah secara alami.
- (a) : Bagaimana respon masyarakat atau wali murid terhadap branding madrasah ini?

- (b) : Alhamdulillah positif. Banyak wali murid merasa bangga anaknya sekolah di sini karena program-programnya jelas dan terlihat hasilnya. Bahkan ada yang bilang, mereka melihat sendiri perubahan anaknya dalam membaca Al-Qur'an dan semangat ibadah. Itu semua karena branding kita bukan hanya promosi, tapi juga mencerminkan program yang benar-benar dilaksanakan.
- (a) : Menurut Bapak, apa kekuatan utama dari branding MI Tahfiz Annidzomiyyah?
- (b) : Kekuatan utamanya adalah komitmen kepala madrasah yang konsisten membangun madrasah berbasis tahfiz, serta keterbukaan dan komunikasi aktif dengan masyarakat. Kita tidak hanya bicara soal citra, tapi juga membuktikan dengan kegiatan nyata, disiplin pelaksanaan program, dan pelayanan yang baik kepada wali murid.
- (a) : Terakhir, apa harapan Bapak untuk branding madrasah ke depan?
- (b) : Harapan saya, semoga branding yang telah dibangun bisa terus dijaga dan dikembangkan. Semakin banyak masyarakat yang mengenal dan percaya, dan kami sebagai pendidik juga terus ditingkatkan kapasitasnya. Dengan begitu, MI Tahfiz Annidzomiyyah bisa menjadi madrasah rujukan bagi pendidikan Islam berbasis tahfidz yang profesional dan bermutu.
- (a) : Terima kasih banyak atas waktunya, Pak. Semoga ini sangat bermanfaat untuk skripsi saya.
- (b) : Sama-sama, Mbak Riska. Semoga penelitiannya lancar dan barokah.

TRANSKIP WAWANCARA IV

Hari/tanggal : Jum'at, 09 Mei 2025

Tempat : MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul

(a) Pewawancara : Riska Amelia

(b) Informan : Najwa dan Arin (Peserta Didik)

(a) : Assalamualaikum Wr. Wb.

(b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

(a) : Hari ini kakak mau ngobrol sedikit ya, tentang sekolah kalian. Boleh, nggak?

(b) : Boleh, kak.

(a) : Makasih ya! Kakak cuma mau tanya-tanya ringan aja. Kalian suka sekolah di MI Tahfiz Annidzomiyyah?

(b) : Suka banget, kak. Soalnya di sini banyak kegiatan yang seru.

(a) : Kalau menurut kalian, kepala madrasah di sini orangnya gimana?

(b) : Pak Agus itu baik, suka senyum. Kadang ikut duduk bareng pas kami ngaji tahfidz. Iya, suka ngomong di depan pas upacara juga, kasih semangat biar rajin hafalan.

(a) : Kalian pernah lihat foto-foto atau video kalian di HP orang tua? Atau di internet?

(b) : Iya, pernah. Ibuku juga suka lihat postingan. Katanya keren ada sekolah yang sering update gitu.

(a) : Terima kasih ya Najwa dan Arin. Kalian hebat sekali. Semangat terus belajar dan menghafalnya ya!

(b) : Sama-sama kak.

TRANSKIP WAWANCARA V

Hari/tanggal : Senin, 09 Juni 2025
Tempat : SDN Kembang Sari Piyungan Bantul
(a) Pewawancara : Riska Amelia
(b) Informan : Uun Laila Baroroh (Wali Murid)

(a) : Assalamualaikum Wr.Wb.

(b) : Waalaikumsalam Wr. Wb.

(a) : Perkenalkan Ibu, saya Riska Amelia mahasiswi PGMI Institut Ilmu Qur'an (IIQ) An-Nur Bantul Yogyakarta. Saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul strategi kepala madrasah dalam membangun *school branding* di MI Tahfiz Annidzomiyah. Mohon izin Ibu, saya ingin mewawancarai Ibu sebagai wali murid untuk mendapatkan data pendukung.

(b) : Ya silahkan mbak, dengan senang hati.

(a) : Menurut Ibu, bagaimana pandangan Ibu terhadap peran kepala madrasah dalam mengenalkan dan membangun citra madrasah ini?

(b) : Menurut saya, kepala madrasah di sini sangat aktif. Beliau selalu hadir dalam kegiatan, baik yang sifatnya akademik maupun non-akademik. Saya melihat beliau punya visi yang jelas untuk menjadikan madrasah ini unggul, apalagi dalam hal tahfiz dan kegiatan diniyahnya. Itu sangat membantu membentuk image madrasah yang kuat di masyarakat.

(a) : Apakah Ibu melihat ada strategi khusus yang digunakan oleh kepala madrasah untuk menarik minat masyarakat?

- (b) : Iya, salah satunya melalui media sosial. Setiap ada kegiatan anak-anak, seperti wisuda tahfiz, lomba drumband, atau pentas seni, pasti diposting di Instagram dan Facebook madrasah. Jadi kami sebagai orang tua juga merasa bangga. Bahkan tetangga saya sampai tertarik menyekolahkan anaknya di sini karena lihat postingan kegiatan yang seru dan positif.
- (a) : Selain media sosial, adakah kegiatan atau program yang menurut Ibu memperkuat citra madrasah ini?
- (b) : Ada, Mbak. Kegiatan parenting yang rutin digelar juga bagus sekali. Kepala madrasah mengajak kami para orang tua untuk lebih dekat dengan dunia pendidikan anak-anak. Selain itu, program ekstrakurikuler juga lengkap, seperti hadroh, drumband, dan bahkan ada robotik. Itu yang bikin madrasah ini beda dari yang lain.
- (a) : Menurut Ibu, bagaimana komunikasi kepala madrasah dengan wali murid? Apakah itu juga termasuk strategi branding?
- (b) : Sangat komunikatif, Mbak. Setiap ada informasi penting selalu disampaikan lewat grup WhatsApp, bahkan kalau ada keluhan dari kami, langsung ditanggapi. Jadi kami merasa dilibatkan dan itu membuat kami lebih percaya. Saya kira itu juga bagian dari strategi branding yang efektif, karena membuat kami merasa dihargai.
- (a) : Baik, Bu. Terima kasih banyak atas waktunya dan informasi yang sangat bermanfaat.
- (b) : Sama-sama, Mbak. Semoga hasil penelitiannya lancar dan bermanfaat, ya.

Lampiran IV

DOKUMENTASI

A. Dokumentasi Wawancara



Gambar 4.1 Wawancara dengan Bapak Agus Hariyadi, S.Pd. (Kepala Madrasah MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul)



Gambar 4.2 Wawancara dengan Bapak Sarju, S.Pd.SD., M.Pd.I. (Waka Kurikulum MI Tahfiz Annidzomiyah Piyungan Bantul)



Gambar 4.3 Wawancara dengan Adik Najwa dan Arin (Murid Kelas 2 MI Tahfiz Annidzomiyyah Piyungan Bantul)



Gambar 4.4 Wawancara dengan Ibu Uun Laila Baroroh, S.Pd. (Wali Murid)

CURRICULUM VITAE



Nama : Riska Amelia
Tempat Lahir : Ketapang
Tanggal Lahir : 12 Januari 2003
Alamat Asal : Jl. Gajah mada dalam, sampit, delta pawan, Ketapang,
 Kalimantan Barat
Alamat Domisili : Dukuh, Krandoan, Pendowoharjo, Sewon, Bantul,
 Yogyakarta

Nama Orang Tua

Ayah : Basri
 Ibu : Nur Hasanah

Email : riskaamelia19354@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Formal :

1. TK Bayangkari Lulus Tahun 2009
2. SD Negeri 16 Delta Pawan Lulus Tahun 2015
3. MTs Negeri 1 Ketapang Lulus Tahun 2018
4. MA Al- MA Al-Ma'had An-Nur Yogyakarta Lulus Tahun 2021
5. IIQ An-Nur Yogyakarta

Non Formal :

1. Madrasah Diniyah Al-Furqan An-Nur Lulus Tahun 2021
2. Pondok Pesantren An-Nur Ngrukem 2018-2022

Pengalaman Organisasi :

1. Sekretaris HMPS PGMI IIQ An Nur Yogyakarta 2022/2023
2. Anggota pengurus Dema F Tarbiyah IIQ An Nur Yogyakarta 2023/2024
3. Anggota pengurus PMII Rayon Abdul Aziz 2023/2024