

TESIS
MANAJEMEN *BRANDING* KESISWAAN PADA SEKOLAH UNGGUL
(STUDI MULTI SITUS DI SMA NEGERI 1 DAN SMA NEGERI 2
BANJARMASIN)

MUHAMMAD FEBRI MAWARDI
2420111310016



PROGRAM STUDI MAGISTER
ADMINISTRASI PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026

TESIS
MANAJEMEN *BRANDING* KESISWAAN PADA SEKOLAH UNGGUL
(STUDI MULTI SITUS DI SMA NEGERI 1 DAN SMA NEGERI 2
BANJARMASIN)

MUHAMMAD FEBRI MAWARDI
2420111310016

Tesis
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan

PROGRAM STUDI MAGISTER
ADMINISTRASI PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

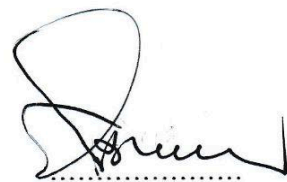
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Tesis Calon Magister : **Muhammad Febri Mawardi**
NIM : **2420111310016**
Disetujui pada tanggal : **11 Agustus 2026**

Oleh Dewan Penguji

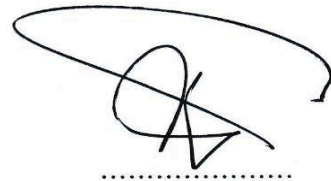
1 Prof. Dr. Hj. Aslamiah, M.Pd., Ph.D
NIP 196001101986032001

(Ketua)



2 Prof. Drs. Ahmad Suriansyah, M.Pd., Ph.D
NIP 195912251986031001

(Penguji I)



3 Prof. Dr. H. Sutarto Hadi, M.Si., M.Sc
NIP 1966003311991021001

(Penguji II)

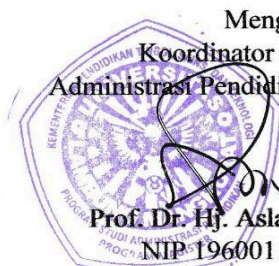


4 Dr. Sulistiyana, S.Pd., M.Pd
NIP 198503012008012008

(Penguji III)



Mengetahui
Koordinator Program Studi
Administrasi Pendidikan Program Magister



Prof. Dr. Hj. Aslamiah, M.Pd., Ph.D
NIP 196001101986032001

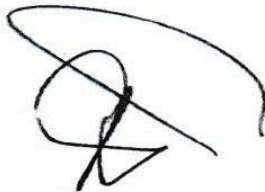
**MANAJEMEN BRANDING KESISWAAN PADA SEKOLAH UNGGUL (STUDI
MULTISITUS DI SMA NEGERI 1 DAN SMA NEGERI 2 BANJARMASIN)**

Nama : Muhammad Febri Mawardi

NIM : 2420111310016

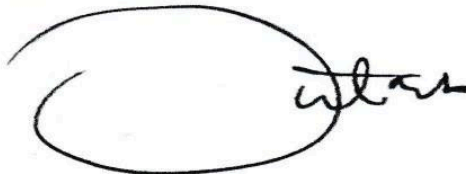
Disetujui Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Prof. Drs. Ahmad Suriansyah, M.Pd., Ph.D
NIP 195912251986031001

Pembimbing II



Prof. Prof. Dr. H. Sutarto Hadi, M.Si., M.Sc
NIP 1966003311991021001

Diketahui

Koordinator Program Studi
Magister Administrasi Pendidikan



Prof. Prof. Dr. Hj. Aslamiah, M.Pd., Ph.D
NIP 196001101986032001

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. H. Danang Biyatmoko, M.Si.
NIP 196805071993031020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Febri Mawardi
NIM : 2420111310016
Tempat/Tanggal Lahir : Kotawaringin Timur, 06 Februari 2001
Program Studi : Magister Administrasi Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul "Manajemen *Branding* Kesiswaan pada Sekolah Unggul (Studi Multi situs di SMA Negeri 1 dan SMA Negeri 2 Banjarmasin" beserta seluruh isinya dan kelengkapannya adalah benar hasil karya tulis saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Sesuai pernyataan ini, saya bersedia bertanggung jawab atas segala resiko apabila terdapat pelanggaran tulisan ini.

Banjarmasin, 15 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Febri Mawardi

2420111310016

ABSTRAK

Mawardi, Muhammad Febri, (2026). Manajemen *Branding* Kesiswaan pada Sekolah Unggul (Studi Multisitus di SMAN 1 dan SMAN 2 Banjarmasin). Tesis Program Magister Administrasi Pendidikan, Program Pascasarjana, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Pembimbing (I): Prof. Drs. Ahmad Suriansyah, M.Pd., Ph.D dan Pembimbing (II): Prof. Dr. H. Sutarto Hadi, M.Si., M.Sc

Kata Kunci: Manajemen Pendidikan, *Branding* Kesiswaan, Sekolah Unggul.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya *branding* kesiswaan dalam meningkatkan citra, kepercayaan masyarakat, dan daya saing lembaga pendidikan di tengah persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan *branding* kesiswaan tidak hanya ditentukan oleh promosi, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan sekolah, khususnya melalui kepemimpinan kepala sekolah, kemitraan strategis, dan manajemen kesiswaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kepemimpinan kepala sekolah dalam membangun *branding* kesiswaan, strategi kepala sekolah dalam membangun kemitraan *branding* kesiswaan, serta peran manajemen kesiswaan dalam mendukung keberhasilan *branding* kesiswaan pada SMA Negeri 1 Banjarmasin dan SMA Negeri 2 Banjarmasin.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi multi situs. Lokasi penelitian meliputi SMA Negeri 1 Banjarmasin dan SMA Negeri 2 Banjarmasin. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui analisis dalam situs (*within-case analysis*) dan analisis lintas situs (*cross-case analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi kepemimpinan kepala sekolah dalam membangun *branding* kesiswaan dilakukan melalui penguatan visi dan misi, budaya sekolah, peningkatan prestasi akademik dan non-akademik, serta pengembangan program unggulan sekolah. SMA Negeri 1 Banjarmasin lebih menonjolkan *branding* akademik dan kedisiplinan, sedangkan SMA Negeri 2 Banjarmasin lebih menonjolkan *branding* kolaboratif dan program Kelas Khusus Olahraga (KKO); (2) strategi kemitraan *branding* kesiswaan dilaksanakan melalui kerja sama dengan orang tua, komite sekolah, lembaga pendidikan, dunia usaha, dan masyarakat untuk memperkuat dukungan terhadap program sekolah dan meningkatkan citra lembaga; serta (3) manajemen kesiswaan berperan penting dalam mendukung *branding* kesiswaan melalui pembinaan karakter, pengembangan prestasi siswa, pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler dan organisasi siswa, serta publikasi kegiatan sekolah melalui media sosial. Keberhasilan *branding* kesiswaan didukung oleh kepemimpinan yang visioner, kemitraan strategis yang kuat, budaya sekolah yang positif, program unggulan yang berkelanjutan, dan pemanfaatan media digital secara konsisten.

ABSTRACT

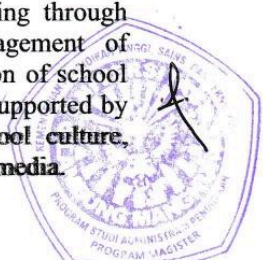
Mawardi, Muhammad Febri. (2026). Student Affairs Branding Management in Excellent Schools (A Multi-Site Study at SMA Negeri 1 and SMA Negeri 2 Banjarmasin). Master's Thesis, Master Program of Educational Administration, Graduate School, Lambung Mangkurat University, Banjarmasin. Advisor I: Prof. Drs. Ahmad Suriansyah, M.Pd., Ph.D.; Advisor II: Prof. Dr. H. Sutarto Hadi, M.Si., M.Sc.

Keywords: Educational Management, Student Affairs Branding, Excellent School.

This study was motivated by the importance of student branding in enhancing the school's image, public trust, and institutional competitiveness amid increasingly intense competition among educational institutions. The success of student branding is determined not only by promotional activities but also by the quality of school management, particularly through the principal's leadership, strategic partnership, and student affairs management. This study aims to describe the principal's leadership strategies in developing student branding, the principal's strategies in establishing student branding partnerships, and the role of student affairs management in supporting the success of student branding at SMA Negeri 1 Banjarmasin and SMA Negeri 2 Banjarmasin.

This study employed a qualitative approach using a multi-site case study design. The research was conducted at SMA Negeri 1 Banjarmasin and SMA Negeri 2 Banjarmasin. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and were analyzed using within-case analysis and cross-case analysis.

The findings reveal that: (1) the principals' leadership strategies in developing student branding were implemented through strengthening the school's vision and mission, fostering a positive school culture, improving academic and non-academic achievements, and developing flagship school programs. SMA Negeri 1 Banjarmasin emphasizes academic excellence and discipline as its primary branding characteristics, whereas SMA Negeri 2 Banjarmasin highlights collaborative branding and its Special Sports Class (Kelas Khusus Olahraga/KKO) program; (2) student branding partnership strategies were implemented through collaboration with parents, school committees, educational institutions, business and industry, and the wider community to strengthen support for school programs and enhance the institution's image; and (3) student affairs management plays a significant role in supporting student branding through character development, student achievement enhancement, management of extracurricular activities and student organizations, and the promotion of school activities through social media. The success of student branding is supported by **visionary leadership, strong strategic partnerships, a positive school culture, sustainable flagship programs, and the consistent utilization of digital media.**



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Manajemen *Branding* Kesiswaan pada Sekolah Unggul (Studi Multi Situs di SMA Negeri 1 dan SMA Negeri 2 Banjarmasin)” dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan pada Program Pascasarjana Program Studi Administrasi Pendidikan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengelolaan *branding* kesiswaan dalam membangun citra dan keunggulan kompetitif sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin dinamis. Sekolah unggul tidak hanya dituntut memiliki prestasi akademik dan nonakademik, tetapi juga mampu mengelola potensi peserta didik secara strategis sehingga terbentuk identitas dan reputasi kelembagaan yang kuat di mata masyarakat.

Studi ini dilaksanakan pada SMA Negeri 1 Banjarmasin dan SMA Negeri 2 Banjarmasin sebagai dua sekolah unggul di Kota Banjarmasin yang memiliki karakteristik, prestasi, dan strategi pengelolaan kesiswaan yang khas. Melalui pendekatan studi multi kasus, penelitian ini berupaya mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi manajemen *branding* kesiswaan pada kedua sekolah tersebut.

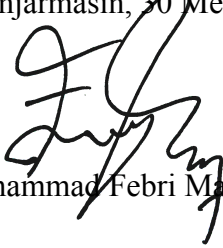
Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ketua dan Sekretaris program studi Administrasi Pendidikan Pascasarjana
4. Dosen pembimbing I, Prof. Drs. Ahmad Suriansyah, M.Pd., Ph.D dan Dosen pembimbing II, Prof. Dr. H. Sutarto Hadi, M.Si., M.Sc yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan tesis.
5. Kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru, dan seluruh informan di SMA Negeri 1 dan SMA Negeri 2 Banjarmasin yang telah memberikan data dan informasi yang diperlukan.
6. Orang tua, keluarga, dan semua pihak yang telah memberikan do'a serta dukungan moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan penelitian selanjutnya. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pendidikan, khususnya dalam bidang manajemen *branding* kesiswaan pada sekolah unggul.

Akhir kata, semoga Allah Swt. senantiasa memberikan balasan terbaik atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Aamiin.

Banjarmasin, 30 Mei 2026



Muhammad Febri Mawardi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
1. Manfaat Teoretis.....	16
2. Manfaat Praktis.....	17
E. Definisi Istilah.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	22
A. Konsep Manajemen Pendidikan.....	22
B. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah.....	24
C. Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Kemitraan Branding Kesiswaan.....	25
D. Manajemen Kesiswaan.....	27
E. Konsep Branding dalam Pendidikan.....	33
F. Konsep Manajemen branding Kesiswaan.....	38
G. Sekolah Unggul.....	41
H. Penelitian Terdahulu tentang Branding.....	52
I. Kerangka Berpikir.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
A. Pendekatan Penelitian.....	56
B. Kehadiran Peneliti.....	59
C. Setting Penelitian.....	61
D. Instrumen Kunci.....	66
E. Instrumen Penelitian.....	69
F. Teknik Pengumpulan Data.....	77
G. Teknik Analisis Data.....	88
1. Analisis Tunggal.....	89
2. Analisis Multi Situs.....	92

3. Kondensasi Data (Data Condensation).....	93
4. Survei.....	95
5. Penyajian Data (Data Display).....	98
6. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification).....	99
H. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	99
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	102
A. Paparan Data.....	102
1. Situs 1 SMA Negeri 1 Banjarmasin.....	102
a. Gambaran Umum Sekolah.....	102
b. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Branding Kesiswaan.....	106
c. Strategi kepala sekolah membangun kemitraan branding Kesiswaan.....	111
d. Peran Manajemen Kesiswaan dalam Mendukung Keberhasilan Branding Kesiswaan.....	114
2. Situs 2 SMA Negeri 2 Banjarmasin.....	126
a. Gambaran Umum Sekolah.....	126
b. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Branding Kesiswaan.....	132
c. Strategi kepala sekolah membangun kemitraan branding Kesiswaan.....	142
d. Peran Manajemen Kesiswaan dalam Mendukung Keberhasilan Branding Kesiswaan.....	147
B. Temuan Penelitian.....	162
1. Situs 1, SMA Negeri 1 Banjarmasin.....	162
2. Situs 2, SMA Negeri 2 Banjarmasin.....	165
C. Analisis Situs Individu dan Lintas Situs.....	169
D. Proposisi Penelitian.....	184
1. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Branding Kesiswaan.....	184
2. Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Kemitraan Branding Kesiswaan.....	185
3. Peran Manajemen Kesiswaan dalam Mendukung Keberhasilan Branding Kesiswaan.....	186
BAB V PEMBAHASAN.....	188
A. Strategi kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Branding Kesiswaan.....	188
B. Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Kemitraan Branding Kesiswaan.....	191
C. Peran Manajemen Kesiswaan dalam Mendukung Branding Kesiswaan..	193

BAB VI PENUTUP.....	199
A. Kesimpulan.....	199
B. Saran.....	202
DAFTAR PUSTAKA.....	205
LAMPIRAN.....	214

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kerangka Berpikir.....	55
Tabel 3.1. Analisis Tunggal.....	70
Tabel 3.2. Analisis Lintas Situs.....	75
Tabel 4.1. Temuan Situs 1 (SMA Negeri 1 Banjarmasin)	119
Tabel 4.2. Temuan Situs 2 (SMA Negeri 2 Banjarmasin).....	157
Tabel 4.3. Temuan Situs Individu (SMA Negeri 1 Banjarmasin).....	172
Tabel 4.4. Temuan Situs Individu (SMA Negeri 2 Banjarmasin).....	177
Tabel 4.5. Temuan Penelitian	180
Tabel 4.6. Temuan Penelitian	183
Tabel 4.7. Model Manajemen Branding Kesiswaan.....	187