

**BUKTI MEMBIMBING DISERTASI (S3)
PADA PRODI MANAJEMEN KEPENDIDIKAN
SEKOLAH PASCASRJANA UNNES**

Nama Mahasiswa : Dwi Titik Irdiyanti
NIM : 0101620015
Judul Disertasi : Pengembangan Model Manajemen Branding Sekolah Berbasis
Media Sosial Di Smk Swasta Kota Surakarta
Posisi : Co – Promotor
Lama Penulisan : 909 Hari
Disertasi
Ujian Kelulusan : 31 Januari 2024



**PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN *BRANDING*
SEKOLAH BERBASIS MEDIA SOSIAL
DI SMK SWASTA KOTA SURAKARTA**

DISERTASI

Oleh:

**Dwi Titik Irdiyanti
NIM 0101620015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEPENDIDIKAN
PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
TAHUN 2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disertasi dengan judul: "PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN *BRANDING* SEKOLAH BERBASIS MEDIA SOSIAL DI SMK SWASTA KOTA SURAKARTA", karya:

Nama : Dwi Titik Irdiyanti

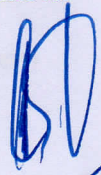
NIM : 0101620015

Program Studi : Manajemen Kependidikan S3

telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke Ujian Terbuka.

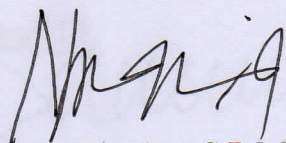
Semarang, 22 Januari 2024

Promotor



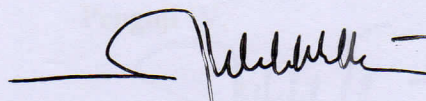
Prof. Dr. Haryono, M.Psi.
NIP 196202221986011001

Kopromotor I



Dr. Nina Oktarina, S.Pd, M.Pd
NIP 197810072003122002

Kopromotor II



Dr. Awalya, M.Pd., Kons
NIP 196011011987102001

PERSETUJUAN PENGUJI DISERTASI TAHAP II

Disertasi dengan judul **“PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN BRANDING SEKOLAH BERBASIS MEDIA SOSIAL di SMK SWASTA KOTA SURAKARTA”** karya,

nama : Dwi Titik Irdiyanti

NIM : 0101620015

program studi : Manajemen Kependidikan

telah dipertahankan dalam Ujian Disertasi Tahap II Pascasarjana Universitas Negeri Semarang pada hari Rabu, tanggal 31 Januari 2024

Semarang, 12 Februari 2024



Ketua

(Prof. Dr. Fathur Rohman, M.Hum)

NIP (196612101991031003)

Penguji I,

(Prof. Dr. Bambang Sumarjoko, M.Pd.)

NIP (196205141985031003)

Penguji III,

(Prof. Dr. Suwito Eko Pramono, M.Pd)

NIP (195809201985031003)

Penguji V,

(Dr. Nina Oktarina, S.Pd., M.Pd.)

NIP (197810072003122002)

Sekretaris,

(Prof. Dr. Eko Handoyo, M.Si)

NIP (196406081988031001)

Penguji II,

(Prof. Dr. Tri Joko Raharjo)

NIP (195903011985111001)

Penguji IV,

(Dr. Awalya, M.Pd. Kons)

NIP (196011011987102 001)

Penguji VI,

(Prof. Dr. Haryono, M.Psi.)

NIP (196202221986011001)

ABSTRAK

Irdiyanti, Dwi Titik. 2024. Pengembangan Manajemen *Branding* Sekolah Berbasis Media Sosial di SMK Swasta Kota Surakarta. *Disertasi*. Program Studi Manajemen Kependidikan. Pascasarjana. Universitas Negeri Semarang. Promotor Prof. Dr. Haryono, M.Psi., Kopromotor Dr. Nina Oktarina, M.Pd., Anggota Promotor Dr. Awalya, M.Pd., Kons.

Kata Kunci: Manajemen, *Branding* Sekolah, SMK Swasta

Sekolah swasta di Kota Surakarta menghadapi tantangan kehilangan eksistensi karena penerapan strategi *branding* yang masih bersifat konvensional. Perkembangan media sosial yang pesat menjadi potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk meningkatkan citra dan daya tarik sekolah. Media sosial menjadi alat yang strategis untuk membangun dan mengelola *brand* sekolah. Melalui media sosial, sekolah dapat menjalin interaksi langsung dengan berbagai pihak terkait, seperti siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat umum, sehingga memungkinkan peningkatan visibilitas dan pemahaman mengenai nilai-nilai pendidikan yang diterapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan pelaksanaan manajemen *branding* yang telah dilakukan oleh SMK Swasta di Kota Surakarta serta menganalisis efektivitas strategi *branding* tersebut, (2) Mendeskripsikan rancangan manajemen *branding* yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan SMK Swasta di Kota Surakarta serta menganalisis efektivitas strategi *branding* tersebut, (3) Menguji kepraktisan dan kelayakan model manajemen *branding* sekolah berbasis media sosial pada SMK swasta di Surakarta. Subjek penelitian adalah kepala SMK Swasta Kota Surakarta. Metode penelitian menggunakan *Research and Development*, dengan pentahapan, yaitu: (1) studi pendahuluan, (2) pengembangan desain model, dan (3) evaluasi model. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, FGD, dan angket. Teknik analisis data menggunakan deskriptif presentase dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pelaksanaan praktik manajemen *branding* tidak menerapkan fungsi-fungsi manajemen dan bersifat konvensional, (2) model dikembangkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan sekolah, (3) model pengembangan manajemen *branding* berbasis media sosial memiliki tingkat efektivitas tinggi, dengan rincian skor rasional model sebesar 3,90; asumsi model sebesar 4,00; tahapan fungsi manajemen sebesar 3,60; keterlaksanaan model sebesar 3,95; dan visualisasi model sebesar 3,50. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan pengembangan model manajemen *branding* berbasis media sosial layak digunakan untuk meningkatkan eksistensi SMK Swasta Kota Surakarta.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa melalui model manajemen *branding* berbasis media sosial layak dan efektif digunakan sekolah untuk memperkuat citra positif sekolah dan meningkatkan animo masyarakat untuk bersekolah di SMK Swasta Surakarta. Buku panduan model manajemen *branding* diharapkan bisa menjadi panduan atau referensi sekolah dalam mengimplementasikan model manajemen *branding* berbasis media sosial.

ABSTRACT

Irdiyanti, Dwi Titik. 2024. The development of Social Media-Based School *Branding* Management at Private Vocational High School in Surakarta City. Dissertation. Education Management Program. Doctoral Program. Universitas Negeri Semarang. Promoter Prof. Dr. Haryono, M.Psi., Co-promoter Dr. Nina Oktarina, M.Pd., Member of Promoter Dr. Awalya, M.Pd., Kons.

Keywords: Management, School *Branding*, Private Vocational High School

Private schools in Surakarta City are facing challenges of losing their existence due to the implementation of conventional *branding* strategies. The rapid development of social media represents untapped potential to enhance the school's image and appeal. Social media serves as a strategic tool for building and managing the school's brand. Through social media, schools can establish direct interactions with various stakeholders, including students, parents, alumni, and the general public, thereby enabling increased visibility and understanding of the educational values implemented.

This research aims to: (1) Describe the implementation of *branding* management carried out by Private Vocational Schools in Surakarta City and analyze the effectiveness of these *branding* strategies, (2) Describe the design of *branding* management that aligns with the characteristics and needs of Private Vocational Schools in Surakarta City and analyze the effectiveness of these *branding* strategies, (3) Test the practicality and feasibility of the school *branding* management model based on social media in private vocational schools in Surakarta. The research subjects are the heads of Private Vocational Schools in Surakarta City. The research method uses Research and Development, with phases including: (1) preliminary study, (2) model design development, and (3) model evaluation. Data collection techniques involve interviews, observations, documentation, focus group discussions (FGD), and questionnaires. Data analysis techniques include descriptive percentage and quantitative analysis.

The research findings indicate that (1) the implementation of *branding* management practices does not apply management functions and is conventional in nature, (2) the model is developed according to the characteristics and needs of the school, (3) the social media-based *branding* management development model has a high level of effectiveness, with detailed rational model scores of 3.90; model assumption scores of 4.00; management function stage scores of 3.60; model feasibility scores of 3.95; and model visualization scores of 3.50. Based on these results, it can be concluded that the development of a social media-based *branding* management model is suitable for enhancing the existence of Private Vocational Schools in Surakarta City.

From this research, it can be concluded that the social media-based *branding* management model is appropriate and effective for schools to strengthen the positive image of the school and increase the community's interest in enrolling at SMK Swata Surakarta. The guidebook for the *branding* management model is expected to serve as a guide or reference for schools in implementing the social media-based *branding* management model.



**KEPUTUSAN
DIREKTUR SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
No. B/30/UN37.2/TD.06/2024**

**Tentang
PENGANGKATAN PROMOTOR, KOPROMOTOR, DAN ANGGOTA PROMOTOR**

Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa
Direktur Pascasarjana Universitas Negeri Semarang,

Menimbang : Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan studi bagi para mahasiswa Program Doktor pada Pascasarjana Unnes dalam penyusunan dan pertanggung jawaban disertasi, maka dipandang perlu menetapkan keputusan tentang pengangkatan dosen pembimbing/promotor.

Mengingat : 1. Surat Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Nomor tentang Penugasan Penyelenggaraan Program Doktor (S3) **Manajemen Kependidikan, S3** Unnes;
2. Peraturan Rektor Unnes Nomor 29 Tahun 2016 Tentang Pedoman Akademik Pascasarjana Unnes
3. Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang:
a. Nomor 162/O/2004 tentang penyelenggaraan pendidikan di Unnes;
b. Nomor 164/O/2004 tentang pedoman Umum Tugas Akhir, Skripsi, Tesis, dan Disertasi bagi mahasiswa Unnes;
c. Surat Perintah Rektor Nomor B/295/UN37/HK/2020 tentang Pemberhentian Wakil Rektor Bidang Perencanaan dan Kerjasama dan Pengangkatan Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Negeri Semarang Antarwaktu Periode 2019-2023.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : I. Mengangkat Saudara-saudara yang namanya tercantum di bawah ini,

- a. 1. Nama : Prof. Dr. Haryono, M.Psi.
2. N I P : 196202221986011001
3. Jabatan : Profesor
4. Pangkat/Golru : Pembina Utama - IV/e
Sebagai PROMOTOR
- b. 1. Nama : Dr. Nina Oktarina, S.Pd., M.Pd.
2. N I P : 197810072003122002
3. Jabatan : Lektor Kepala
4. Pangkat/Golru : Pembina - IV/a
Sebagai KOPROMOTOR
- c. 1. Nama : Dr. Awalya, M.Pd.
2. N I P : 196011011987102001
3. Jabatan : Lektor Kepala
4. Pangkat/Golru : Pembina - IV/a
Sebagai ANGGOTA PROMOTOR

dalam penulisan DISERTASI, mahasiswa yang bernama :

Nama : DWI TITIK IRDIYANTI
N I M : 0101620015
Program Studi : **Manajemen Kependidikan, S3**

II. Menugasi Saudara - saudara tersebut untuk melaksanakan bimbingan penulisan Disertasi sesuai Pedoman Penulisan Disertasi Mahasiswa Program S3 Sekolah Pascasarjana Universitas Negeri Semarang

III. Apabila pada kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Semarang
pada tanggal 23 Januari 2024
Direktur,



Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum.
NIP. 196612101991031003

Tindakan disampaikan Yth:

1. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
2. Wakil Direktur Bid. Akad. dan Mawa Pascasarjana UNNES
3. Wakil Direktur Bid. Umum dan Keuangan Pascasarjana UNNES
4. Koordinator Prodi Manajemen Kependidikan, S3
5. Koordinator Bagian Pascasarjana UNNES
6. Mahasiswa yang bersangkutan

** SK ini berlaku s.d. 23 Januari 2026; Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN.*