

# PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENGOPTIMALISASIKAN BRANDING SEKOLAH MELALUI EKSTRAKULIKULER PADA SMKN 3 MEDAN

Chandra Winata<sup>1✉</sup>, Muhammad Fadhli<sup>2</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

DOI: 10.29313/tjpi.v13i2.14751

## Abstrak

Kegiatan ekstrakurikuler di suatu lembaga pendidikan menjadi salah satu indikator kualitas pendidikan di dalamnya secara menyeluruh. Ekstrakurikuler seakan menjadi brand image bagi sekolah yang akan meningkatkan bargaining price kepada calon peminatnya. Oleh karena itu Sekolah yang mampu menjadi juara dialah yang akan mendapatkan kepercayaan lebih banyak dari masyarakatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran kepala sekolah dalam pengelolaan serta pengembangan kegiatan ekstrakurikuler sebagai upaya meningkatkan branding SMKN 3 Medan. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa kepala sekolah memainkan peran strategis dalam menciptakan sinergi antara visi sekolah, pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk membangun citra positif sekolah di masyarakat.

**Kata Kunci:** Ekstrakurikuler; Branding; Kepala Sekolah.

---

Copyright (c) 2024 Chandra Winata, Muhammad Fadhli.

✉ Corresponding author :

Email Address : [cwinata341@gmail.com](mailto:cwinata341@gmail.com) , [muhammadfadhli@uinsu.ac.id](mailto:muhammadfadhli@uinsu.ac.id)

Received 03 Oktober 2024, Accepted 25 November 2024, Published 30 November 2024.

## PENDAHULUAN

Branding dalam dunia lembaga pendidikan, branding school adalah sebuah usaha dalam memberikan merk kepada lembaga pendidikan dengan tujuan memberikan janji tentang kelebihan dan keunikan tentang lembaga pendidikan tersebut kepada calon konsumen, agar konsumen tertarik untuk memilih lembaga pendidikan tersebut. (Rizkiyah et al, 2020)

Branding sekolah ialah teknik bagi sekolah supaya ada penguatan kepercayaan awereness masyarakat (Azizah dkk, 2022). Branding sekolah menjadi semakin penting dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, orang tua dan calon siswa dapat dengan mudah mencari informasi tentang sekolah melalui internet. Oleh karena itu, citra dan reputasi sekolah sangat berpengaruh terhadap pilihan sekolah orang tua dan calon siswa.

Dalam konteks pendidikan, branding sekolah atau school branding dapat diartikan sebagai upaya membangun citra dan brand yang kuat bagi lembaga pendidikan. Branding sekolah tidak terbatas pada logo, warna dan slogan, tetapi mencakup semua aspek yang berkaitan dengan identitas dan mutu pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Namun, citra baik dapat dibentuk melalui kualitas pendidikan yang baik. Salah satu manfaat branding sekolah adalah meningkatkan kualitas pendidikan, dengan citra dan reputasi yang baik sekolah dapat menarik calon siswa yang berkualitas ke sekolah tersebut (Azizah, 2023).

Selain itu manfaat branding sekolah juga dapat memperkuat posisi sekolah di masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Namun, branding sekolah bukanlah perkara mudah dan sederhana, untuk itu diperlukan strategi yang tepat dan konsistensi dalam membangun citra dan reputasi sekolah. (Azizah, 2023)

Dalam hal ini jelas pentingnya branding bagi lembaga pendidikan selain untuk persuasi juga digunakan untuk kekuatan dan pembeda dari lembaga pendidikan yang lain agar lebih diminati. Kalau semua lembaga pendidikan sama tidak akan menarik minat masyarakat lagi. Untuk itu, branding yang diharapkan atau diinginkan dalam setiap lembaga pendidikanpun juga berbeda. (Ema Kusuma Wardani, 2021)

Kegiatan ekstrakurikuler di suatu lembaga pendidikan menjadi salah satu indikator kualitas pendidikan di dalamnya secara menyeluruh (Jaenullah et al., 2021). Ekstrakurikuler seakan menjadi brand image bagi sekolah yang akan meningkatkan bargaining price kepada calon peminatnya. Bahkan dalam sekolah-sekolah unggulan ekstrakurikuler mendapatkan prioritas utama dalam rangka mengangkat prestise sekolah yang dikelolanya.

Selain hal tersebut, menurut Abruzzo (2016) menyampaikan bahwa ada hubungan partisipasi ekstrakurikuler dalam mempengaruhi prestasi siswa menjadi lebih meningkat. Adanya persaingan yang ketat di bidang ekstrakurikuler yang terjadi di dunia pendidikan belakangan ini menjadi bukti bahwa sekolah harus berusaha sedemikian rupa agar lembaga pendidikan tersebut mampu mengelola kegiatan pendidikan secara baik dan bermutu tinggi.

Tingkat (2020) menyampaikan bahwa dengan kegiatan pengembangan diri salah satunya adalah ekstrakurikuler ke depan dapat menunjang masa depan siswa baik untuk mendapat pekerjaan termasuk juga untuk mengembangkan kemampuan sebagai seorang yang profesional dalam bidang sesuai ekstrakurikuler yang pernah diikuti. Pengelola lembaga pendidikan secara tidak langsung dituntut untuk mampu mengantarkan anak didiknya menjadi siswa berprestasi di banyak bidang dalam ajang lomba yang diadakan untuk tingkat para pelajar.

Baik secara akademik maupun non- akademik. Sekolah yang mampu menjadi juara dialah yang akan mendapatkan kepercayaan lebih banyak dari masyarakatnya. (Sasmito & Kewarganegaraan, 2021). Salah satu lembaga pendidikan yang melaksanakan ekstrakurikuler adalah SMKN 3 Medan SMKN 3 adalah sebuah lembaga pendidikan yang berkomitmen dalam mengembangkan potensi siswa tidak hanya dalam hal akademik, tetapi juga dalam bidang ekstrakurikuler.

Salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang sangat diminati oleh siswa di SMKN 3 adalah futsal, baik untuk siswa pria maupun wanita. Untuk ekstrakurikuler futsal pria, SMKN 3 menyediakan waktu dan fasilitas untuk latihan rutin. Mereka membentuk tim yang terdiri dari siswa-siswa yang memiliki

minat dan bakat dalam olahraga futsal. Latihan dilakukan secara teratur di lapangan futsal sekolah maupun di luar sekolah, di bawah bimbingan pelatih yang kompeten.

Tim futsal pria ini tidak hanya berpartisipasi dalam kompetisi antar sekolah, tetapi juga dalam turnamen futsal regional atau bahkan nasional. Prestasi yang diraih oleh tim futsal pria ini menjadi salah satu poin penting dalam branding SMKN 3 sebagai sekolah yang tidak hanya unggul dalam hal akademik, tetapi juga dalam prestasi olahraga. Sementara itu, untuk ekstrakurikuler futsal wanita, SMKN 3 juga memberikan kesempatan yang sama kepada siswi-siswi yang memiliki minat dalam olahraga futsal.

Mereka membentuk tim futsal wanita yang aktif berlatih dan berkompetisi dalam berbagai ajang lokal dan regional. Partisipasi siswi dalam kegiatan futsal wanita ini tidak hanya memperkuat semangat olahraga di antara siswa perempuan, tetapi juga menjadi bagian dari citra sekolah yang inklusif dan mendukung kesetaraan gender. SMKN 3 dengan bangga mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler futsal pria dan wanita sebagai alat branding sekolah.

Mereka mungkin menyebarkan informasi tentang prestasi tim futsal mereka melalui media sosial, situs web sekolah, atau bahkan melalui kerja sama dengan pihak-pihak eksternal seperti sponsor atau media lokal. Dengan demikian, mereka tidak hanya menonjolkan prestasi akademik, tetapi juga menggambarkan bahwa SMKN 3 adalah tempat yang mendukung pengembangan siswa dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk olahraga.

SMKN 3 memiliki beragam kegiatan ekstrakurikuler yang menjadi bagian integral dari pengembangan siswa-siswinya. Salah satu dari kegiatan ekstrakurikuler yang populer di sekolah ini adalah futsal, baik untuk siswa pria maupun wanita. Kegiatan futsal ini tidak hanya sebagai sarana olahraga, tetapi juga menjadi alat untuk mempererat hubungan antar siswa, meningkatkan keterampilan bermain futsal, serta mempromosikan semangat tim dan kompetisi sehat di antara siswa.

Selain futsal, SMKN 3 juga menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler lainnya seperti (1) Paskibra (2) Pramuka (3) Seni dan Budaya (4) Kewirausahaan (5) Penelitian Ilmiah. SMKN 3 secara aktif mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler tersebut sebagai alat branding sekolah. Mereka mungkin mengadakan turnamen futsal antar sekolah sebagai bagian dari upaya branding mereka, serta menampilkan prestasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler ini dalam acara-acara sekolah maupun dalam komunikasi dengan masyarakat luas.

Hal ini membantu memperkuat citra sekolah sebagai tempat yang tidak hanya fokus pada pendidikan formal, tetapi juga dalam mengembangkan potensi siswa di berbagai bidang. Peran kepemimpinan kepala sekolah sangat penting dalam mempromosikan branding sekolah dan mengelola kegiatan ekstrakurikuler. Berikut beberapa peran utama kepala sekolah dalam konteks ini:

**Visi dan Arah Strategis:** Kepala sekolah bertanggung jawab untuk menetapkan visi dan arah strategis sekolah, termasuk bagaimana ekstrakurikuler dapat menjadi bagian integral dari identitas dan branding sekolah. Mereka harus mengkomunikasikan visi ini kepada staf, siswa, dan orang tua untuk memastikan semua pihak terlibat dalam pencapaian tujuan tersebut.

**Pendukung Utama Ekstrakurikuler:** Kepala sekolah harus menjadi pendukung utama kegiatan ekstrakurikuler, termasuk futsal dan kegiatan lainnya. Mereka harus menunjukkan komitmen mereka terhadap pengembangan siswa di luar kelas dengan memberikan dukungan materi, fasilitas, dan waktu bagi kegiatan ekstrakurikuler.

**Rekrutmen dan Pembinaan Staf:** Kepala sekolah berperan dalam merekrut dan membina staf pengajar dan pelatih ekstrakurikuler yang berkualitas. Mereka harus memastikan bahwa staf ini memiliki keterampilan, pengetahuan, dan semangat untuk membimbing siswa dalam mencapai prestasi dalam kegiatan ekstrakurikuler.

**Pengembangan Program:** Kepala sekolah dapat memimpin pengembangan program ekstrakurikuler yang relevan dan menarik bagi siswa. Mereka harus berkolaborasi dengan staf dan siswa untuk merancang kegiatan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan siswa serta mendukung visi dan misi sekolah.

**Promosi dan Komunikasi:** Kepala sekolah memiliki peran penting dalam mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler dan prestasi siswa kepada masyarakat sekolah orang tua, dan komunitas

lokal. Mereka dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti surat kabar sekolah, situs web, media sosial, dan pertemuan komunitas untuk menyoroti prestasi siswa dan meningkatkan kesadaran akan kegiatan ekstrakurikuler.

**Mendorong Kolaborasi:** Kepala sekolah dapat memfasilitasi kolaborasi antara kegiatan ekstrakurikuler dan pelajaran di kelas. Mereka dapat mendorong guru untuk mengintegrasikan pembelajaran dari kegiatan ekstrakurikuler ke dalam kurikulum formal dan sebaliknya, menciptakan pengalaman belajar yang holistik bagi siswa.

Dengan memainkan peran-peran ini secara efektif, kepala sekolah dapat membantu membangun citra positif sekolah, meningkatkan partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler, dan meningkatkan prestasi akademik serta non-akademik siswa.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Studi kasus dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana peran kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui ekstrakurikuler di SMK Negeri 3 Medan. Adapun lokasi penelitian saya di SMK Negeri 3 MEDAN, Sumatera Utara.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari berbagai sumber data, yaitu, wawancara mendalam dengan partisipan kunci, yaitu kepala sekolah, guru, dan siswa SMK Negeri 3 Medan yang nantinya di deskripsikan lebih dalam lagi.

Observasi, yaitu peneliti melakukan observasi lapangan terkait situasi disekolah tersebut dibidang strategi kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui ekstrakurikuler. Serta didukung oleh dokumen-dokumen resmi SMK Negeri 3 Medan, serta artikel, jurnal dan buku yang relevan dengan penelitian ini. Oleh karena itu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Observasi yang mana peneliti melakukan observasi di beberapa sekolah dasar untuk melihat strategi kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui ekstrakurikuler secara langsung.

Selanjutnya dengan wawancara peneliti mewawancarai kepala sekolah, guru, dan siswa untuk mendapatkan informasi tentang Peran kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui ekstrakurikuler. Dan peneliti melakukan dokumentasi dengan menganalisis dokumen kegiatan ekstrakurikuler berupa paskibra, pramuka, seni dan budaya, kewirausahaan, penelitian ilmiah. yang dapat membantu dalam menyelesaikan laporan ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peran Kepala Sekolah dalam Mengelola dan Mengembangkan Kegiatan Ekstrakurikuler untuk Meningkatkan Branding SMKN 3 Medan**

Branding sekolah menjadi salah satu elemen penting dalam dunia pendidikan saat ini. Branding yang kuat tidak hanya meningkatkan citra sekolah tetapi juga menarik minat masyarakat untuk mempercayakan pendidikan anak-anak mereka. Di SMKN 3 Medan, upaya penguatan branding sekolah dilakukan melalui optimalisasi kegiatan ekstrakurikuler. Dalam hal ini, kepala sekolah memegang peran sentral sebagai pemimpin, inovator, dan pengelola strategi untuk memaksimalkan potensi ekstrakurikuler sebagai media branding. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan sarana pengembangan bakat, minat, dan keterampilan siswa di luar kurikulum formal (Rosyadi, 2023).

Kepala sekolah berperan sebagai pengarah dalam menetapkan visi dan misi ekstrakurikuler yang selaras dengan nilai dan tujuan sekolah. Di SMKN 3 Medan, kepala sekolah perlu memastikan bahwa program ekstrakurikuler tidak hanya menonjolkan prestasi siswa tetapi juga memperkuat identitas dan citra positif sekolah di mata masyarakat. Salah satu peran penting kepala sekolah adalah memilih dan mengembangkan jenis-jenis ekstrakurikuler yang relevan dengan kebutuhan siswa dan tren industri, mengingat SMKN 3 Medan merupakan sekolah kejuruan. Program seperti desain grafis, robotika, dan wirausaha dapat menjadi daya tarik sekaligus mencerminkan kompetensi sekolah dalam mencetak lulusan yang siap kerja (Maharani, 2024).

Untuk mengoptimalkan branding sekolah, kepala sekolah harus memiliki strategi yang terencana dan terukur. Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan adalah:

1. Promosi Prestasi Ekstrakurikuler Prestasi siswa dalam berbagai kompetisi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, harus dipublikasikan secara luas melalui media sosial, website sekolah, dan media lokal. Kepala sekolah berperan aktif dalam mendukung siswa dan guru pembimbing agar kegiatan ini menjadi kebanggaan bersama.
2. Kolaborasi dengan Industri dan Komunitas Melalui kolaborasi dengan dunia usaha dan komunitas lokal, kepala sekolah dapat membuka peluang bagi siswa untuk menampilkan keterampilan mereka di berbagai forum. Ini tidak hanya memberikan pengalaman berharga bagi siswa tetapi juga meningkatkan eksposur sekolah.
3. Peningkatan Sarana dan Prasarana Ekstrakurikuler Kepala sekolah bertanggung jawab untuk memastikan fasilitas ekstrakurikuler memadai dan mendukung kegiatan siswa. Misalnya, menyediakan ruang praktik khusus atau alat-alat yang relevan dengan kegiatan ekstrakurikuler unggulan.
4. Melibatkan Alumni sebagai Brand Ambassador Alumni yang telah sukses dapat menjadi aset berharga untuk memperkuat branding sekolah. Kepala sekolah dapat melibatkan mereka dalam kegiatan ekstrakurikuler, baik sebagai pembimbing, narasumber, maupun sponsor kegiatan (Nokman, 2023).

Meskipun peran kepala sekolah sangat penting, tantangan tetap ada. Keterbatasan anggaran sering menjadi kendala dalam pengembangan ekstrakurikuler. Selain itu, rendahnya partisipasi siswa atau dukungan orang tua juga dapat menghambat upaya branding melalui kegiatan ini. Untuk mengatasi hal tersebut, kepala sekolah harus kreatif dalam mencari solusi, seperti menggandeng mitra eksternal atau mengadakan kegiatan yang lebih menarik bagi siswa. Dengan peran aktif kepala sekolah dalam mengelola ekstrakurikuler, SMKN 3 Medan dapat membangun reputasi sebagai sekolah yang inovatif, kompeten, dan berorientasi pada masa depan siswa. Branding yang kuat tidak hanya meningkatkan jumlah pendaftar tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan di sekolah tersebut (Janah, 2024).

#### Strategi Kepala Sekolah Dalam Mengoptimalkan Branding Smkn 3 Medan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler

Branding sekolah adalah proses membangun identitas dan citra positif yang membedakan sebuah institusi dari yang lain. Di era persaingan ketat seperti saat ini, branding sekolah menjadi faktor penting untuk menarik minat siswa baru, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan memperluas pengaruh pendidikan. Salah satu strategi yang dapat diandalkan adalah pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler. Di SMKN 3 Medan, kepala sekolah memegang peranan kunci dalam merancang dan mengimplementasikan strategi untuk mengoptimalkan branding sekolah melalui kegiatan ini (Maharani, 2024).

Sebagai sekolah kejuruan, SMKN 3 Medan memiliki keunggulan di bidang keterampilan vokasi. Kepala sekolah dapat memanfaatkan ini dengan menyusun program ekstrakurikuler yang relevan, seperti robotika, desain grafis, multimedia, dan wirausaha. Kegiatan tersebut tidak hanya mencerminkan identitas sekolah tetapi juga memberikan nilai tambah bagi siswa dalam menghadapi dunia kerja. Program ekstrakurikuler yang berorientasi pada keunggulan sekolah dapat meningkatkan daya tarik SMKN 3 Medan di mata masyarakat. Ketika siswa menunjukkan hasil karya atau memenangkan lomba yang sesuai dengan bidang kejuruan mereka, publik akan mengasosiasikan sekolah ini dengan kualitas dan inovasi (Velayati, 2024).

Kepala sekolah memiliki peran penting dalam menjalin kerjasama dengan pihak eksternal, seperti perusahaan, perguruan tinggi, dan komunitas profesional. Kemitraan ini dapat mendukung pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler yang berkualitas. Contohnya, kepala sekolah dapat menggandeng perusahaan teknologi untuk mendukung program robotika atau startup lokal untuk membimbing siswa dalam kegiatan wirausaha. Selain itu, partisipasi dalam kompetisi yang diselenggarakan oleh mitra eksternal akan memberikan eksposur yang lebih besar bagi SMKN 3 Medan. Prestasi siswa dalam lomba berskala regional maupun nasional akan meningkatkan kredibilitas dan branding sekolah (Nurafiaty, 2022).

Dalam era digital, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun branding. Kepala sekolah dapat menginstruksikan tim media sekolah untuk mempublikasikan kegiatan ekstrakurikuler secara rutin, termasuk dokumentasi latihan, kompetisi, dan pencapaian siswa. Konten yang kreatif dan informatif dapat menarik perhatian masyarakat luas dan memperkuat citra positif SMKN 3 Medan. Selain itu, kepala sekolah dapat memanfaatkan website resmi sekolah untuk memperkenalkan program unggulan ekstrakurikuler, testimoni siswa, dan informasi tentang pencapaian sekolah (Nokman, 2023).

Kehadiran digital yang konsisten dan profesional akan memberikan kesan modern dan terpercaya kepada calon siswa dan orang tua. Kontribusi nyata kepada masyarakat. Kepala sekolah dapat mendorong kegiatan ekstrakurikuler berbasis pengabdian masyarakat, seperti bakti sosial, pelatihan teknologi bagi masyarakat sekitar, atau pameran karya siswa. Kegiatan ini tidak hanya mempererat hubungan sekolah dengan lingkungan sekitar tetapi juga menunjukkan bahwa SMKN 3 Medan berperan aktif dalam pembangunan komunitas. Branding positif ini akan memperkuat citra sekolah sebagai institusi yang peduli dan berintegritas.

Kepala sekolah harus memastikan bahwa seluruh komponen sekolah, termasuk guru, siswa, dan tenaga kependidikan, memahami pentingnya branding sekolah. Melalui pelatihan dan komunikasi yang efektif, kepala sekolah dapat menciptakan budaya sekolah yang mendukung tercapainya tujuan branding. Guru sebagai pembina ekstrakurikuler, misalnya, perlu diberdayakan untuk menghasilkan program yang kreatif dan inovatif. Selain itu, kepala sekolah dapat mengadakan apresiasi rutin bagi siswa berprestasi untuk memotivasi mereka agar terus berkontribusi dalam membangun citra positif sekolah.

Strategi kepala sekolah dalam mengoptimalkan branding SMKN 3 Medan melalui kegiatan ekstrakurikuler melibatkan berbagai aspek, mulai dari penyusunan program yang relevan, kemitraan strategis, pemanfaatan media sosial, hingga pengabdian masyarakat. Dengan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang konsisten, kegiatan ekstrakurikuler dapat menjadi sarana efektif untuk memperkuat citra positif sekolah. Sebagai pemimpin, kepala sekolah harus memastikan bahwa semua elemen sekolah bekerja bersama dalam mewujudkan visi branding yang unggul. SMKN 3 Medan pun dapat menjadi sekolah yang tidak hanya dikenal karena prestasi akademiknya tetapi juga kontribusinya dalam membentuk generasi muda yang kompeten dan berkarakter (Lidan, 2023).

## SIMPULAN

Kepala sekolah memiliki peran kunci dalam mengoptimalkan branding sekolah melalui kegiatan ekstrakurikuler. Dengan strategi yang tepat, kepala sekolah dapat menjadikan ekstrakurikuler sebagai sarana untuk memperkuat citra positif SMKN 3 Medan. Dukungan seluruh komunitas sekolah, mulai dari siswa, guru, orang tua, hingga alumni, menjadi elemen penting dalam mewujudkan branding yang berkelanjutan. Melalui langkah-langkah ini, SMKN 3 Medan dapat menjadi sekolah yang tidak hanya dikenal karena prestasi akademiknya tetapi juga sebagai institusi yang unggul dalam membentuk karakter dan keterampilan siswa.

Strategi branding merupakan bagian dari konsep brand management yang bertujuan untuk merealisasikan perkembangan dari lembaga, dari strategi branding ini menjadi sebuah pilihan strategi dalam meningkatkan daya saing serta dapat sebagai jalanya proses perkembangan potensi lembaga, dan pastinya memiliki ciri khas / nama yang dapat diingat masyarakat tersendiri bagi lembaga. Dengan demikian, strategi branding digunakan lembaga pendidikan untuk meningkatkan perkembangan potensi brand image dari lembaga yang berdaya saing dan agar dapat diminati oleh masyarakat dan peserta didik baru.

Oleh karena itu peran kepala sekolah sangat penting dalam mengelola dan mengembangkan kegiatan ekstrakurikuler untuk meningkatkan branding SMKN 3 Medan. Melalui perencanaan yang matang, kolaborasi strategis, dan promosi yang efektif, kegiatan ekstrakurikuler dapat menjadi alat yang ampuh untuk membangun citra positif sekolah. Kepala sekolah yang visioner dan berkomitmen dapat menjadikan SMKN 3 Medan sebagai sekolah yang unggul dalam membentuk generasi muda yang kompeten, berkarakter, dan siap bersaing di era global.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. M. (2019). Penerapan Pendidikan Karakter Pada Kegiatan Ekstrakurikuler Melalui Metode Pembiasaan. *DIDAKTIKA : Jurnal Kependidikan*, 12(2), 183–196. <https://doi.org/10.30863/didaktika.v12i2.185>
- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10, 59–72.
- Azizah, Y. (2023). *Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat*. 6(2), 250–257.
- Azizah, Y. A., & Budiyo, A. (2023). Implementasi branding sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan sekolah dasar. *eL-Muhbib jurnal pemikiran dan penelitian pendidikan dasar*, 7(1), 132-141
- Baik Di Sma Korpri Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 6, 26.
- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568–3576. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>
- Di, E., Dasar, S., Febriyani, H., & Hasanah, E. (2023). *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan Pentingnya Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kegiatan*. 5(5), 2031– 2038.
- Ema Kusuma Wardani. (2021). *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menciptakan School Branding Di Smp Islam Al-Azhar 29 Bsb Semarang Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam*.
- Fanisyah, E., Matin, & Rahmawati, D. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Melalui Strategi Branding di SMP Islam Al Falaah Tangerang Selatan. *Improvement: Jurnal Ilmiah Untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan*, 9(1), 9–23. <https://doi.org/10.21009/improvement.v9i1.26870>
- Fitriningsih, D., & Mukhibat. (2023). Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan Di Sman 1 Badegan. *Journal of Islamic Education Management*, 02, 14–25. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/edumanagerial%7C14>
- Janah, M. (2024). *Strategi Branding Sekolah Para Juara di Sekolah Dasar Muhammadiyah Condongcatur Sleman (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Lestari, R. Y. (2016). Peran Kegiatan Ekstrakurikuler Dalam Mengembangkan Watak Kewarganegaraan Peserta Didik. *Untirta Civic Education Journal*, 1(2), 136–152. <https://doi.org/10.30870/ucej.v1i2.1887>
- Lidan, A., Syahputra, A., Ahmad Dai Robby, S. P., Hidayat, M., Al-Adawiyah, R., Nur, R., ... & Nasution, S. (2023). *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan*. umsu press.
- Maharani, W. M. (2024). *Strategi Penguatan Branding Sekolah Melalui Ekstrakurikuler Keagamaan untuk meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 1 Praya Tengah Lombok Tengah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Maharani, W. M. (2024). *Strategi Penguatan Branding Sekolah Melalui Ekstrakurikuler Keagamaan untuk meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 1 Praya Tengah Lombok Tengah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Mukhlisin, A., Hartinah, S., & Sudiby, H. (2024). Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Peningkatan Mutu Pendidikan melalui Kurikulum Merdeka. *Journal of Education Research*, 5(1), 545-553

- Nokman, R. (2023). *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan Daya Saing Pendidikan Di Smp Islam Terpadu Harapan Ummat Purbalingga* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Nokman, R. (2023). *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan Daya Saing Pendidikan Di Smp Islam Terpadu Harapan Ummat Purbalingga* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Noor Yanti. (2016). *Pelaksanaan Kegiatan Ekstrakurikuler Dalam Rangka Pengembangan Nilai-Nilai Karakter Siswa Untuk Menjadi Warga Negara Yang*
- Nurafiaty, S., Rahayu, T., & Pramono, H. H. (2022). *Strategi Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter pada Pembelajaran Pendidikan Jasmani* (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions. *Proceedings of The ICECRS*, 7, 1–7. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020366>
- Rosyadi, I., Widyaningsih, R. A., & Uzliwa, C. A. (2023). Perilaku Profesionalisme Kepala Sekolah. *Thawalib: Jurnal Kependidikan Islam*, 4(1), 13-28.
- Sasmito, S., & Kewarganegaraan, P. (2021). *Optimalisasi Kegiatan Ekstrakurikuler : SEBUAH*. 2(November), 524–533. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5681650>
- Velayati, O., Maisyaroh, M., Sultoni, S., & Sumarsono, R. B. (2024). Kemitraan Sekolah dan Orang Tua dalam Mewujudkan Karakter Peserta Didik Unggul di SD Laboratorium UM. *Proceedings Series of Educational Studies*, 43-59.