



Analisis SOAR dalam Strategi Branding Sekolah di UPTD SD Negeri 3 Asam Asam

Wiwik Indrasari¹, Tanti Apriani^{2*}, Aliza Rifka Zuhairiah³, Ahmad Suriansyah⁴,
Ratna Purwanti⁵

Program Studi Administrasi Pendidikan, Pascasarjana, Universitas Lambung Mangkurat, Jl. Bridgen H. Hasan Basri, Kayu Tangi, Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia 70123.

Email Korespondensi: 2520111320023@mhs.ulm.ac.id

Abstrak

Strategi *branding* dalam dunia pendidikan merupakan langkah taktik untuk memperkenalkan sekolah dan mempromosikan citra positif yang dimiliki. Media sosial adalah salah satu alat yang ampuh dalam memperkenalkan citra sekolah ke masyarakat. Tujuan penelitian ini yakni menganalisis strategi kepala sekolah dalam mem-branding sekolah dan partisipasi warga sekolah terhadap penerapan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*). Metode yang digunakan pada penelitian adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penerapan *branding* sekolah dengan analisis SOAR di UPTD SDN 3 Asam Asam, yakni; 1) Pembinaan kegiatan keagamaan. 2) Menggalakkan program unggulan sekolah seperti Pelatar (Pemanfaatan Lingkungan Sekitar) yang dilaksanakan sebulan sekali. Pelatar bekerja sama dengan perusahaan – perusahaan sekitar. Misal sebulan sekali secara bergantian mengadakan kunjungan ke PLTU Kalselteng. Kegiatan ini tidak hanya sekedar kegiatan kunjungan, namun peserta didik juga membuat laporan tentang kegiatan kunjungan. 3) Menggalakkan program KASIH (Komunikasi Aktif, Semangat Interaksi Hebat) yang dilakukan sebulan sekali bersama orangtua. Kegiatan ini dapat meningkatkan komunikasi antar orangtua dan guru. Guru dan orangtua saling mendengarkan sharing orangtua. Dengan adanya KASIH, hal ini dapat menjalin komunikasi dan kedekatan orangtua, guru dan sekolah. 4) Promosi program sekolah melalui penguatan media sosial dengan *tagline* Canggih “Cangkal Wan Gigih”. UPTD SDN 3 Asam Asam tidak hanya mengandalkan *media social* sebagai upaya untuk mem-branding sekolah tetapi juga memanfaatkan lingkungan sekolah dan merangkul masyarakat sehingga citra sekolah naik dari mulut ke mulut.

Kata kunci: Strategi *Branding*; Analisis SOAR; Media sosial.

SOAR Analysis in School Branding Strategy at UPTD SD Negeri 3 Asam Asam

Abstract

Branding strategies in the world of education are a tactical step to introduce schools and promote their positive image. Social media is one of the powerful tools in introducing the image of the school to the public. The purpose of this study is to analyze the principal's strategy in branding the school and the participation of school residents in the application of SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) analysis. The method used in the study is a type of descriptive qualitative research. The application of school branding with SOAR analysis at UPTD SDN 3 Asam Asam, namely; 1) Fostering religious activities. 2) Promoting school flagship programs such as Pelatar (Utilization of the Surrounding Environment) which is carried out once a month. The background works with local companies. For example, once a month they take turns visiting the South Kalimantan Power Plant. This activity is not only a visit activity, but students also make a report about the visit activity. 3) Promote the KASIH (Active Communication, Spirit of Great Interaction) program which is carried out once a month with parents. This activity can improve communication between parents and teachers. Teachers and parents listen to each other's sharing. With KASIH, this can establish communication and closeness between parents, teachers and schools. 4) Promotion of school programs through strengthening social media with the Sophisticated tagline "Cangkal Wan Gigih". UPTD SDN 3 Asam Asam not only relies on social media as an effort to brand the school but also utilizes the school environment and embraces the community so that the school's image rises by word of mouth.

Keywords: Branding Strategy, SOAR Analysis, Social Media.

How to Cite: Indrasari, W., Apriani, T., Zuhairiah, A. R., Suriansyah, A., & Purwanti, R. (2025). Analisis SOAR dalam Strategi Branding Sekolah di UPTD SD Negeri 3 Asam Asam. *Empiricism Journal*, 6(4), 2530-2537. <https://doi.org/10.36312/3mvd5r11>



<https://doi.org/10.36312/3mvd5r11>

Copyright© 2025, Indrasari et al.

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Branding bukan hanya sekedar mengenai logo atau seragam, tetapi juga berkaitan dengan reputasi, janji, identitas, nilai-nilai inti, serta persepsi yang khas di pikiran publik.

Branding yang efektif akan mampu menarik siswa-siswa berkualitas dan mempertahankan pengajar terbaik, dan pada akhirnya, meningkatkan daya saing serta reputasi sekolah. Sekolah harus bisa menonjolkan keunggulannya kepada masyarakat luas sebagaimana dalam bisnis, sekolah dapat diibaratkan sebagai merek dagang, merek dagang yang sedemikian rupa dapat menarik minat dan kesadaran orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut (Jamaluddin, 2021). Strategi *branding* ini dapat diviralkan melalui jargon/slogan, visi-misi, logo sekolah yang dapat dipublikasikan melalui media sosial, website resmi sekolah, media cetak seperti poster, *banner*, pamflet, kalender sekolah, serta media publikasi lainnya (Kusrini, 2021).

Strategi *branding* dalam dunia pendidikan merupakan langkah taktik yang dapat digunakan oleh sekolah untuk memperkenalkan dirinya sebagai institusi yang berkualitas dan mempromosikan citra positif yang dimiliki. UPTD SDN 3 Asam Asam memiliki beberapa cara dalam memperkenalkan citranya ke masyarakat. Namun, beberapa tahun terakhir ini, strategi yang dirasa efektif dalam membangun *branding* sekolah ke masyarakat adalah dengan memanfaatkan media sosial menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*). Hal ini sesuai dengan penelitian dari yang dilakukan oleh (Saputri, 2023) di SMA Yadika Pondok Aren menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* dalam meningkatkan *branding* sekolah dilaksanakan dengan baik, hal tersebut ditunjukkan oleh adanya penerapan strategi *digital marketing* dalam meningkatkan branding sekolah dengan beberapa faktor pendukung seperti pemanfaatan *media social* sebagai digital marketing dan didukung oleh *direct marketing*.

Analisis SOAR adalah bentuk pembaharuan analisis SWOT dengan analisis yang bukan hanya berbasis masalah namun lebih mengarah ke solusi dalam hal faktor-faktor kekurangan (*weakness*) internal organisasi serta ancaman (*threats*) eksternal yang dihadapinya ke dalam faktor-faktor aspirasi (*aspiration*) yang dimiliki perusahaan serta hasil (*results*) terukur yang ingin dicapai. Alasan kuat yang melatar belakangi pemilihan analisis SOAR yang kemudian diintegrasikan dengan media pemanfaatan media sosial yakni fokusnya yang selaras dengan karakter media sosial yang mengedepankan konten positif, visual dan persuasif. Hal ini sejalan dengan dengan pendapat tujuan sekolah yakni ingin menonjolkan citra sekolah untuk menarik ketertarikan orang tua terhadap suatu sekolah.

Meskipun media sosial bisa disebut sebagai alat yang ampuh dan mudah dalam mempromosikan dan memperkenalkan citra sekolah ke masyarakat. Namun, pada praktiknya dilapangan hal ini belum dioptimalkan secara maksimal. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor antara kualifikasi guru, infrastruktur sekolah, dan ketersediaan fasilitas (Puspitaningrum, 2023). Sementara itu, faktor sumber daya manusia yang terampil dalam membuat konten-konten yang menarik juga sangat berpengaruh pada pengaplikasian penggunaan digital platform tersebut. Akibatnya, pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah belum sepenuhnya diterima dan direspons positif oleh masyarakat, baik karena rendahnya kualitas dan konsistensi konten, keterbatasan teknis, maupun persepsi masyarakat yang masih memandang media sosial sekolah sebagai media yang kurang kredibel dan belum mencerminkan kualitas institusi pendidikan secara utuh. Selain itu, orangtua juga beranggapan bahwa penggunaan media sosial dalam dunia pendidikan tidak penting karena dianggap sebagai hiburan semata, bukan sebagai media komunikasi dan informasi yang edukatif. Pandangan tersebut menyebabkan rendahnya perhatian dan partisipasi orangtua terhadap konten yang dipublikasikan sekolah.

Komponen pada Analisis SOAR

Komponen SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) merupakan analisis yang baru dibanding SWOT yang sudah lama dan sudah mendarah daging pada manusia. Namun, SOAR muncul pada era sekarang ini telah menunjukkan dan telah memberikan banyak manfaat. Hal ini telah terbukti dengan contoh diatas dan ternyata lebih efisien ketimbang SWOT. Identifikasi dari pada SOAR sendiri:

1. *Strength* (kekuatan)

Secara bahasa berarti kekuatan yang mana dalam kekuatan ini, kita mengukur dari kekuatan yang ada pada diri kita masing-masing. Kita di tuntut untuk mengidentifikasi kekuatan apa yang ada pada diri kita, yang nantinya itu akan dijadikan modal awal kita

- untuk melanjutkan ke jenjang selanjutnya. Kekuatan kita merupakan aset terbesar dalam diri kita. Jadi, perlu kemaksimalan dalam mengorganisir aset yang kita miliki.
2. *Opurtunity* (peluang)
Sebuah peluang dari apa yang itu bisa memungkinkan untuk bisa kita aplikasikan. Kata peluang yang bermakna suatu momentum dimana kita mampu untuk memanfaatkan apa dari kesempatan yang ada didepan kita.
 3. *Aspirations* (aspirasi)
Aspirasi merupakan suatu langkah bagaimanakah masa depan yang kita inginkan. Jadi ini merupakan suatu bentuk gambaran mengenai apa yang kita harapkan, inginkan untuk meraih masa depan.
 4. *Result* (hasil)
Result merupakan suatu hasil. Yakni suatu bentuk kinerja atau *action* yang kita lakukan dan itu membuahkan suatu hasil. Hasil sendiri tentu ada bentuk, bukti dsb. Maka dari itu, hasil-hasil tersebut kita dapat ukur dan membuktikan tentang apa yang ada pada diri kita masing-masing.

Pembaharuan yang berasal dari hasil pemikiran manusia yang kemudian dikaji efektifitasnya dalam hal faktor-faktor kekurangan (*weakness*) internal organisasi serta ancaman (*threats*) eksternal yang dihadapinya ke dalam faktor-faktor aspirasi (*aspiration*) yang dimiliki perusahaan serta hasil (*results*) terukur yang ingin dicapai. Metode analisis SOAR ini berpendapat bahwa faktor kekurangan dan ancaman dapat memunculkan perasaan negatif bagi para anggota perusahaan, sehingga menurunkan motivasi mereka untuk berbuat yang terbaik (Ria susanti, 2024).

Tabel 3. Diagram Analisis SOAR

Pertanyaan Strategis	<i>Strenght (Kekuatan)</i> Apa saja aset terbesar industri tersebut	<i>Opportunities (Peluang)</i> Apa peluang pasar terbesar industri tersebut?
Menghargai Maksud	<i>Aspirations (Aspirasi)</i> Apa masa depan yang menjadi pilihan industri tersebut)	<i>Result (Hasil)</i> Apa saja dampak yang dihasilkan

Sumber: (Stravos & Cole, 2013)

Dalam pengelolaan pendidikan agar tujuan pendidikan tercapai, harus melibatkan masyarakat dan pemangku kepentingan dalam mengelola pendidikan. Orang tua peserta didik yang tergabung dalam masyarakat maupun pengguna layanan pendidikan memiliki porsi yang besar untuk turut serta meningkatkan mutu pendidikan yang dilakukan oleh sekolah, sehingga akan terjadi kemitraan yang saling melengkapi dan menjadi bagian penting dalam peningkatan mutu pendidikan di satuan Pendidikan (Supardi, dkk., 2023). Oleh karena itu UPTD SDN 3 Asam Asam beberapa tahun terakhir ini menjalin Kerjasama yang baik dengan seluruh masyarakat terutama komite dan paguyuban. Komite dan Paguyuban UPTD SDN 3 Asam Asam menjadi mediator antara sekolah dengan semua wali peserta didik, sehingga dengan fungsi dan kemitraan yang terjalin baik dengan komite UPTD SDN 3 Asam Asam dapat melaksanakan berbagai program kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan sehingga visi misi sekolah dan kepuasan orang tua peserta didik tercapai bersama-sama. Program-program yang sudah berjalan dengan komite dan paguyuban antara lain, pentas seni akhir tahun, perpisahan kelas VI, *market day*, pelaksanaan Hari Besar Agama dan kegiatan sosialisasi *bullying* serta perlombaan antar kelas. Kolaborasi antara orang tua dan guru dicapai melalui pembentukan kerjasama dalam perkumpulan orang tua peserta didik yang dikoordinir oleh komite sekolah. Hubungan kerja sama atau kemitraan antara sekolah dan orang tua ada untuk memastikan bahwa peserta didik berkembang secara maksimal. Dari uraian ini, UPTD SDN 3 Asam Asam menggunakan analisis SOAR untuk branding sekolah. Memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada disekitar sekolah untuk mem *branding* sekolah.

Pemilihan analisis SOAR dalam branding sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam didasarkan pada karakter dan kebutuhan sekolah yang menitikberatkan pada pengembangan potensi dan kolaborasi dengan masyarakat. *Branding* sekolah tidak hanya

membangun citra ,tetapi juga menumbuhkan rasa kepercayaan dan partisipasi dari semua warga sekolah. Dibandingkan dengan analisis SWOT,SOAR dipandang lebih efektif dalam *branding* pendidikan karena SWOT cenderung menyoroti kelemahan dan ancaman yang dapat menimbulkan masalah dan keterbatasan. Sedangkan SOAR, berfokus pada potensi,harapan dan hasil sehingga membantu membangun citra positif pada sekolah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pemilihan jenis penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menghasilkan data deskriptif berupa pemikiran melalui informan tertulis atau lisan dari masing-masing individu. Penelitian ini berlokasi di UPTD SDN 3 Asam Asam. Sekolah Dasar Negeri yang berada di Desa Simpang Sungai Baru Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. Waktu pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada hari Kamis, 19 November 2025. Subjek pada penelitian ini yaitu Kepala Sekolah UPTD SDN 3 ASAM ASAM Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut.

Adapun teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah) wawancara mendalam, pengamatan (observasi) dan FGD (*Fokus Group Discussion*) dengan kepala sekolah,warga sekolah dan orangtua. FGD dilaksanakan secara terstruktur dengan pedoman diskusi yang membahas tentang pemahaman tentang branding sekolah,peran media sosial dalam branding sekolah, partisipasi orangtua dan kendala dalam pelaksanaan. Dengan adanya FGD ini, peneliti mendapatkan gambaran mengenai keterlibatan orangtua dalam branding sekolah,baik melalui dukungan program sekolah, penyebaran informasi maupun kolaborasi dalam kegiatan sekolah. Teknik observasi dijalankan untuk menggali data dengan mengamati, memperhatikan dan mendengarkan bagaimana cara kerja kepala sekola dan tenaga pendidik dalam menaikkan *branding* sekolah ke masyarakat.

Metode wawancara pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur di mana wawancara ini hanya menggunakan instrumen pertanyaan standar yang akan dikulik secara mendalam namun fleksibel dan mengalir seperti obrolan sehari-hari terhadap narasumber. Pada wawancara ini dilaksanakan selama 60-120 menit untuk setiap narasumber. Pemilihan narasumber menggunakan *teknik purposive sampling* yaitu memilih informan yang memiliki pengetahuan,pengalaman dan keterlibatan langsung dengan fokus penelitian. Disini peneliti mewawancarai Bapak Agus Salim selaku pejabat kepala sekolah selama 11 tahun dan Bapak Abdul Basid selaku operator dan ketua tim media di sekolah serta ketua komite ibu Yeyen. Peneliti mendapatkan informasi lebih dalam dari informan. Untuk menjaga validitas data dilakukan dengan strategi yaitu triangulasi sumber disini membandingkan hasil wawancara antar narasumber untuk memperoleh konsistensi informasi. Member check untuk konfirmasi hasil wawancara kepada narasumber untuk kesesuaian makna. Kecakupan referensi yaitu mengaitkan temuan wawancara dengan data pendukung.

Menurut Spradley Analisis data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dengan berbagai teknik seperti teknik analisis domain, teknik analisis taksonomi, teknik analisis komonensial dan teknik analisis tema kultural. Analisis Domain adalah usaha yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan gambaran umum terkait data untuk menjawab fokus penelitian, analisis Taksonomi adalah analisis data terhadap keseluruhan data yang dihasilkan dari domain-domain yang telah ditetapkan. Contoh penerapan analisis domain berupa strategi komunikasi kepala sekolah,peran guru dalam pengelolaan media social,respon masyarakat terhadap media social sekolah dan kendala penggunaan media social. Analisis Komponensial adalah analisis data yang dilakukan untuk mencari data yang berbeda atau yang kontras, seperti contoh guru yang aktif menggunakan media social sekolah dengan guru yang tidak aktif. Kemudian analisis Tema Kultural yakni analisis yang digunakan untuk mencari gejala-gejala yang menjadi kaitan antara ketiga data yang didapatkan melalui analisis di atas yang akan menjadi landasan karena sebelumnya masih belum jelas. Contoh analisis tema kultural yaitu media social belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat sebagai sarana komunikasi formal antar sekolah. Tahapan awal pada penelitian kualitatif adalah tahap memasuki lapangan dengan *grand tour* dan *minitour question*, analisis datanya dengan analisis domain. Tahap ke dua adalah menentukan fokus, teknik pengumpulan data dengan *minitour question*, analisis data dilakukan dengan analisis taksonomi.

Selanjutnya pada tahap *selection*, pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan struktural, analisis data. dengan analisis komponensial. Setelah analisis komponensial dilanjutkan analisis tema kultural yaitu menyusun secara cermat semua data yang didapatkan lalu mengerjakan rekonstruksi dalam bentuk skripsi, narasi dan argumentasi terhadap hasil tersebut. Jadi analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman dilakukan secara interaktif melalui proses *data reduction*, *data display*, dan *verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ruang lingkup gambaran umum yang didapatkan dari hasil penelitian adalah; a) identitas sekolah. b) deskripsi *setting* penelitian. c) struktur organisasi sekolah. d) visi dan misi. e) Keadaan guru/pendidik & peserta didik. Observasi dilaksanakan secara langsung di lingkungan UPTD SDN 3 Asam Asam. Meski sekolah Negeri, UPTD SDN 3 Asam Asam juga mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam praktik pembelajaran sehari-hari. Sekolah juga memfasilitasi siswa dalam mengembangkan bakatnya dalam seni, hal ini sejalan dengan ekstrakurikuler tari. Observasi difokuskan analisis SOAR untuk *branding* sekolah.

Dari hasil pengamatan langsung, baik didalam maupun luar area sekolah, terlihat bahwa semua warga sekolah memanfaatkan progam-progam sekolah untuk *branding* sekolah. Salah satu bentuk nyata yaitu, setiap kegiatan sekolah di dokumentasikan dan di unggah ke *channel* resmi sekolah. Menjalankan komunitas belajar rutin secara aktif seminggu sekali. Menjalin kemitraan dengan masyarakat yang diwakilkan oleh komite dan paguyuban untuk bekerja sama dalam kegiatan sekolah.

Temuan hasil penelitian tentang analisis SOAR dalam *branding* sekolah UPTD SDN 3 Asam Asam Pak Agus Salim selama menjadi kepala sekolah, melakukan terobosan untuk menaikkan nama sekolah. Tidak hanya mengandalkan dunia *media social*, tetapi juga memanfaatkan lingkungan sekolah dan merangkul warga masyarakat sehingga citra sekolah naik dari mulut ke mulut dan juga *media social*. Berdasarkan kerangka SOAR, kepemimpinan kepala sekolah, komitmen warga, dan karakteristik lingkungan sekolah yang mendukung pembelajaran. Kekuatan inilah yang kemudian dijadikan peluang berupa dukungan masyarakat dan *branding* sekolah yang memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai sumber belajar.

Setelah penjelasan tentang SOAR, maka paparan selanjutnya berkenaan dengan strategi *branding* sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam. Strateginya adalah berupa:

1. Membuat jargon, '*tagline*', ataupun slogan yang menarik kemudian direalisasikan dengan program sekolah. Misalnya slogan UPTD SDN 3 Asam Asam "Canggih" yang memiliki arti Cangkal Wan Gigih. Slogan ini sudah kami gunakan sejak tahun 2023 di komunitas belajar UPTD SDN 3 Asam Asam.
2. Mengembangkan program unggulan yang menjadi ciri khas sekolah seperti program sekolah adiwiyata (Efendi, Damsar, & Miko 2021), sekolah alam (Kusrini 2021); sekolah ramah anak (Artianti & Subowo 2017; Indraswati, dkk., 2020).
3. Meningkatkan pelayanan prima pendidik maupun tenaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Bagi pendidik misalnya dengan menyelenggarakan pelatihan, mendatangkan ahli, melakukan studi banding, memberikan kesempatan untuk studi lanjut, menempatkan sesuai kompetensi keahliannya, serta melibatkan dalam diklat (Mukhtar 2015; PGB 2015). Adapun bagi tenaga kependidikan dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan, melakukan studi banding, serta melakukan evaluasi (Santosa & Trisandi 2020).

Strategi analisis SOAR dalam branding sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut sebagai berikut:

1. Pembiasaan sholat Dhuha dan sholat Dhuhur berjamaah dan juga tidak kalah pentingnya pembiasaan sopan santun kepada orangtua, guru dan teman. Jadi, UPTD SDN 3 Asam Asam tidak hanya fokus pada nilai akademik saja melainkan juga nilai agama. Apalagi untuk kurikulum saat ini ada 8 Dimensi Profil Pancasila salah satunya yaitu Keimanan dan Ketaqwaan Terhadap Tuhan YME. Kebiasaan agama inilah salah satunya menjadi daya tarik masyarakat untuk memilih sekolah kami, meski sekolah kami berstatus negeri tetap mengutamakan nilai-nilai agama dalam pembelajaran. Oleh karena itu, walau di

- sekitar lingkungan kami ada juga MI dan Sekolah Swasta, namun sekolah kami masih memiliki jumlah murid yang banyak diantara sekolah sekitar. UPTD SDN 3 Asam Asam terdiri dari 12 rombongan kelas dengan jumlah siswa keseluruhan 270 siswa. Untuk tahun ini kelas 1 terdiri dari 2 kelas, masing masing kelas berisi 20 siswa. Tahun 2024 kelas 1 hanya 35 siswa. Ini berarti naik 12,5% dari tahun sebelumnya.
2. Menggalakkan program unggulan Pelatar (Pemanfaatan Lingkungan Sekitar) dan Linimasa (Literasi Numerasi Bersama). Program ini digalakkan mulai tahun 2024 oleh salah satu Guru Penggerak di UPTD SDN 3 Asam Asam. Sampai saat ini program ini masih berjalan. Untuk Pelatar kegiatan ini setiap sebulan sekali dilaksanakan. Untuk Linimasa 2 minggu sekali setiap hari Selasa dan Kamis. Program Pelatar bekerja sama dengan PLTU Unit Kalselteng yang berada di wilayah Asam Asam. Hasil dari program pelatar ini, selain peserta didik mengenal lingkungan sebagai sumber belajar, mereka juga dibekali ilmu komunikasi. Dimana hasil dari kegiatan laporan nanti dilaporkan dan dipajang dimading sekolah. Program ini salah satu kekuatan kami, karena hasil dari program ini, peserta didik tidak hanya mendapatkan ilmu langsung dari teknisi PLTU tetapi dapat meningkatkan literasi siswa. Karena dengan program ini siswa bisa berani membacakan hasil laporan kunjungannya.
 3. Menggalakkan program KASIH (Komunikasi Aktif, Semangat Interaksi Hebat). Program ini dilakukan sebulan sekali, secara bergantian mengundang orangtua untuk sharing tentang perkembangan anaknya. Program ini juga menjadi ajang kepala sekolah dan tenaga pendidik untuk mengevaluasi kekurangan dalam mendidik anak selama sebulan. Dengan adanya program KASIH diharapkan adanya komitmen antara pihak sekolah dan orangtua dalam membangun komunikasi terbuka secara rutin. Hal ini menjadi kekuatan untuk menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif. Dari sisi peluang, program KASIH membuka ruang keterlibatan orangtua sebagai mitra aktif dalam memajukan pendidikan. Pada aspek aspirasi, sekolah tidak hanya berfokus pada nilai akademik tetapi juga pada perkembangan social, emosional dan karakter melalui evaluasi bersama. Program KASIH diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan orangtua terhadap kinerja sekolah.
 4. Promosi program program sekolah melalui akun media sosial sekolah. Setiap kegiatan didokumentasikan lalu di unggah ke media sosial sekolah, hal ini terbukti dapat menarik minat orangtua untuk bergabung bersama sekolah kami.

Untuk mendeskripsikan analisis SOAR dalam menentukan Strategi Branding Sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam, peneliti langsung fokus kepada penjelasan elemen SOAR sebagai berikut

a) *Strenght* (Kekuatan)

Yaitu kekuatan yang dimiliki UPTD SDN 3 Asam Asam tersebut, kekuatan ini bersifat dan berasal dari internal dalam lembaga UPTD SDN 3 Asam Asam sendiri dan dapat dinikmati manfaatnya pada saat sekarang ini. Kekuatan ini dapat dilihat dari kompetensi sumber daya manusianya seperti guru, kepala sekolahnya, dan tenaga kependidikannya. Dan juga UPTD SDN 3 Asam Asam letaknya strategis dekat dengan fasilitas umum. Saat ini UPTD SDN 3 Asam Asam memiliki 1 Kepala Sekolah dan 17 Guru. Dari 17 Guru tersebut 15 Guru ASN (5 PNS dan 12 PPPK) yang sudah berstatus guru profesional. UPTD SDN 3 Asam Asam memiliki bangunan yang kelas yang cukup, sehingga tidak perlu rolling bergantian jam masuk kelasnya. Tidak hanya itu, tersedia juga wastafel di setiap ruang kelas sebagai bentuk menuju sekolah sehat.

b) *Opportunities* (Peluang)

Yaitu peluang-peluang yang dimiliki oleh SD tersebut, peluang ini biasanya berasal dari orang-orang atau pihak-pihak yang ada di sekeliling SD tersebut (*eksternal*). Yaitu dapat berasal dari stakeholder dan kerjasama dengan berbagai kemitraan. Di UPTD SDN 3 Asam Asam, untuk dukungan dari stakeholder seperti menjalin hubungan baik dengan para orang tua murid melalui rapat-rapat, juga menjalin hubungan baik dengan para CSR dan komite sekolah melalui rapat-rapat. UPTD SDN 3 Asam Asam juga memiliki kerjasama dengan beberapa dinas, seperti dinas kesehatan (Puskesmas), dinas pendidikan (Perpustakaan), Kepolisian dan CSR Lingkar Tambang serta CSR pelayaran. Sekolah kami beberapa kali mendapatkan bantuan dari CSR lingkar tambang seperti,

beasiswa siswa berprestasi dan tidak mampu. Bantuan juga berupa bantuan fisik untuk kelangsungan kegiatan belajar mengajar, seperti bangku, meja kursi dan papan tulis. Baru-baru ini juga CSR Pelayaran memberikan 10 sepeda tinjau untuk kategori siswa tidak mampu.

c) *Aspiration* (Aspirasi)

Yaitu ide dan gagasan-gagasan untuk membangun dan kemajuan SD, aspirasi atau ide ini acuan untuk masa depan sekolah. Untuk pembelajaran, SD kami sudah melaksanakan pembelajaran berbasis digital. Hal ini dapat diketahui dari beberapa guru menggunakan aplikasi Pendidikan dalam mengajar seperti Youtube, Quiziz, Google meet dll.

d) *Result* (Hasil)

Yaitu hasil yang diharapkan dari program-program unggulan di UPTD SDN 3 Asam Asam ini adalah meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap UPTD SDN 3 Asam Asam dan memiliki daya saing yang tinggi dibandingkan sekolah lain.

KESIMPULAN

Branding sekolah atau citra sekolah yang baik ini seringkali menunjukkan indikator tingginya jumlah peminat yang terkadang melebihi jumlah kuota yang diterima. Beberapa hal yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu bagaimana penerapan analisis SOAR dalam menentukan Strategi *Branding* Sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah ini. Sekolah perlu mengoptimalkan media sosial sebagai sarana branding. Media sosial dimanfaatkan untuk membagikan informasi terkait kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta keunggulan sekolah secara rutin sehingga semakin dikenal masyarakat. UPTD SDN Asam Asam senantiasa mengembangkan strategi pemasarannya. dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, selain update dari mulut ke mulut bahkan media sosial, UPTD SDN 3 Asam Asam memiliki *tagline* dengan nama lebih yang mudah diingat dan diterima oleh masyarakat luas, yaitu "Canggih" dengan *tagline* "Cangkal Wan Gigh". Melalui *tagline* dan *spirit* diatas, UPTD SDN 3 Asam Asam senantiasa berubah kearah yang lebih baik untuk menjadi SD unggulan. *Tagline* tidak hanya sebagai slogan tetapi juga tercermin dalam setiap kegiatan proses pembelajaran, budaya sekolah dan perilaku seluruh warga sekolah. UPTD SDN 3 Asam Asam disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan program-program unggulan yang sudah berjalan, dan melakukan evaluasi agar program tersebut sesuai dengan perkembangan zaman. Kerjasama dan dukungan dari orangtua perlu terus ditingkatkan, karena kepuasan layanan pendidikan kepada masyarakat dapat menjadi sarana promosi yang efektif melalui komunikasi dari mulut ke mulut.

REKOMENDASI

Ditengah semakin ketatnya persaingan dunia pendidikan saat ini, inovasi dan kreativitas sangat diperlukan oleh UPTD SDN 3 Asam Asam agar tetap bisa mendapatkan tempat di hati masyarakat, UPTD SDN 3 Asam Asam harus bekerja lebih keras untuk melakukan strategi *branding* dalam mempertahankan *brand* dan kualitas pendidikan terutama melalui media sosial. Selain perlunya peningkatan *branding* sekolah melalui media sosial dengan konten-konten menarik dan kalimat persuasif untuk menarik minat masyarakat tentunya sekolah juga masih mengandalkan sistem *branding* sekolah melalui mulut ke mulut untuk menjangkau masyarakat yang belum terlalu familiar dengan *gedget* (ponsel), tentunya hal ini masih terus di evaluasi demi tercapainya tujuan sekolah maka dari itu UPTD SDN 3 Asam Asam akan terus meningkatkan kualitas pendidikan baik dari segi sarana prasarana dan kemampuan pendidik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Agus Salim selaku Kepala Sekolah di UPTD SDN 3 Asam Asam yang telah membantu penulis dalam proses pengumpulan data dan pemberi informasi terkait sekolah UPTD SDN 3 Asam Asam. Penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang ikut berkontribusi dalam proses penyusunan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Artadianti, K., & Subowo, A. (2017). Implementasi Sekolah Ramah Anak (SRA) pada Sekolah Percontohan di SD Pekunden 01 Kota Semarang Sebagai Upaya Untuk Mendukung Program Kota Layak Anak (KLA). *Journal of Public Policy and Management Review*, 6(3), 128-144. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/16683>
- Efendi, R., Damsar, D., & Miko, A. (2021). Upaya Dalam Mensosialisasikan Karakter Peduli Lingkungan Di SMA Adabiah 2 Padang Dan MAN 1 Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 2141-48.
- Indraswati, D., Widodo, A., Rahmatih, A. N., Maulyda, M. A., & Erfan, M. (2020). Implementasi sekolah ramah anak dan keluarga di sdn 2 hegarsari, sdn kaligintung, dan sdn 1 sangkawana. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 7(01), 51-62.
- Jamaluddin, M. B. (2021). Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap (*Master's thesis, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri* (Indonesia)). <https://www.proquest.com/openview/7efacfe994fa77084d435c4c213b9786/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Kusrini, K. (2021). Strategi Komunikasi Word of Mouth (WOM) Sebagai Upaya Promosi SDIT Alam Biruni. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 28-32.
- Puspitaningrum, A. C., Nurhadi, M., Supriyanto, H., Prasetya, M. S., Hermansyah, D., Fitri, N. A., & Riskiawan, A. I. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Mengembangkan Keterampilan Guru SMP dalam Membuat LKPD. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm> Vol. 7, No. 2, April 2023, Hal. 1317-1329
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77-84.
- Ria susanti, P. R. (2024). Analisis Soar Dalam Pengembangan Kurikulum Operasional Satuan Pendidikan (Kosp) Di Raudhatul Athfal (Ra) Kabupaten Hulu Sungai Sungai Utara. *Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Dakwah*, 20(1), 1–19. https://jurnal.staialjami.ac.id/index.php/AI_JAMI/article/view/190
- Santosa, Sedya, and Trisandi. (2020). "Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat di SMP KSM Sonit Pulau Masoni Daerah Perbatasan Sulawesi Tengah." *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa* 10(2):43–52. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44356/>
- Stavros, Jacqueline M and Matthew L Cole, "SOARing towards Positive Transformation and Change," The ABAC ODI Visions Action Outcome 1, no. 1 (2013). <https://core.ac.uk/download/pdf/233620849.pdf>
- Supardi, S., Qurtubi, A., & Fatoni, H. (2023). Kemitraan Sekolah dan Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMP IT Raudhatul Jannah Cilegon. *Journal on Education*, 5(4), 11196–11203. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2053>