

Inclusive Education Management as a School Branding Strategy Effort

[Manajemen Pendidikan Inklusi sebagai Upaya Strategi Branding Sekolah Dasar]

Humanika Dian Nusantara¹⁾, Ida Rindaningsih²⁾

¹⁾ Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: rindaningsih1@umsida.ac.id humanikadian@gmail.com

Abstract. *Educational Management is an effort to manage the improvement of educational performance so that schools become organized and orderly until they can work on good strategies, strategies here are tactical steps, and practices to develop maximum educational management. So that education can be seen by the public as an education that has achievements, it is necessary to have an effort to brand education, here the goal of education is branding for elementary schools that implement inclusive education as a weapon. Brands or brands in educational institutions are understood as a form of impression captured by the public through performance or circulating information. Inclusive Education Management is a series of efforts to improve efforts, and performance to continue to upgrade education so that education patterns are not stagnant and monotonous. The results of the study found that the implementation of the strategy of building branding in elementary schools as multi-talent schools that educational institutions have only taken two initial stages (brand blueprint, and brand delivery)*

Keywords – Educational Management, Inclusive Education, Branding Strategy

Abstrak. *Manajemen Pendidikan merupakan upaya mengelola peningkatan performa pendidikan agar Sekolah menjadi tertata dan terorganisir dengan sampai kemudian dapat mengusahakan strategi yang baik, strategi di sini merupakan Langkah-langkah taktis, dan praksis untuk mengembangkan pengelolaan Pendidikan yang maksimal. Supaya Pendidikan dapat dilihat oleh masyarakat adalah sebagai Pendidikan yang memiliki prestasi maka diperlukan yang Namanya upaya untuk branding Pendidikan, di sini goals dari Pendidikan tersebut adalah branding untuk Sekolah Dasar yang menerapkan Pendidikan Inklusi sebagai senjata. Brand atau merek pada lembaga pendidikan dipahami sebagai bentuk kesan yang ditangkap masyarakat melalui performan ataupun informasi yang beredar. Manajemen Pendidikan Inklusi adalah serangkaian-serangkaian upaya peningkatan upaya, dan performa untuk terus mengupgrade Pendidikan agar pola Pendidikan tidak stagnan dan monoton. Hasil studi dapatkan bahwa pelaksanaan strategi membangun branding di sekolah dasar sebagai multi talent school bahwa lembaga pendidikan itu baru menempuh dua tahapan awal (brand blueprint, dan brand delivery)*

Kata Kunci - Manajemen Pendidikan, Pendidikan Inklusi, Strategi Branding

I. PENDAHULUAN

Pendidikan inklusi memiliki tujuan untuk memaksimalkan Pendidikan bagi semua kalangan baik anak berkebutuhan khusus maupun anak-anak normal yang belajar seperti biasanya. , termasuk di dalamnya adalah siswa-siswi dengan kelainan emosi, mental sosial, dan juga fisik, ataupun siswa yang memiliki kecerdasan dan/atau bakat istimewa/gifted untuk mendapatkan pendidikan yang bermutu sesuai dengan kemampuan maupun kebutuhannya. Selain itu, pendidikan inklusi adalah sebuah sistem penyelenggaraan pendidikan yang memaknai keberagaman serta non diskriminatif. Dengan adanya Pendidikan inklusi ini bangsa Indonesia diharapkan dapat mewujudkan manifestasi Pendidikan dengan berbagai macam kecerdasan dan kemampuan yang dimiliki oleh anak-anak. Pendidikan inklusi. Tugas pengasuhan ABK dapat dibilang cukup berat bukan hanya membutuhkan tenaga ekstra bagi tiap personal, melainkan juga membutuhkan bantuan orang lain yang memang sudah sangat ahli dibidangnya utamanya adalah peran dari orang tua yang sangat fundamental, jika disekolah membutuhkan tenaga Guru Pembimbing Inklusi (GPI).[1]. Secara general di Indonesia sendiri fenomena untuk kelompok disabilitas terdapat sekitar 6,2 juta orang merupakan kelompok rentan. Untuk menanggulangi kasus permasalahan tersebut dibutuhkan peran masyarakat untuk mengurangi beban sosial khususnya di dalam pendidikan.[2] . di dalam Pendidikan inklusi sangat dibutuhkan peran Kerjasama antara Guru & orang tua supaya terdapat komunikasi intens yang berorientasi untuk perkembangan anak[3].

Untuk mengupayakan Pendidikan Inklusi yang maksimal di dalam suatu Instansi Pendidikan khususnya Sekolah yang berbasis Islam maka sangat diperlukan Program-program & manajemen Sekolah inklusi yang baik. Berbicara mengenai Manajemen Sekolah, Kebijakan Manajemen Sekolah memiliki tujuan untuk memperkuat kapasitas manajerial dan meningkatkan kualitas Pendidikan. dengan fokus inovasi dan kolaborasi tentunya dapat mendorong sekolah menjadi *Center of Excellent*[4]. Untuk mewujudkan dorongan menjadi sekolah Center Of Excellent maka membutuhkan dorongan motivasi yang maksimal kepada seluruh warga Sekolah khususnya unsur Pimpinan, Guru, karyawan. Motivasi sangat dibutuhkan untuk melakukan bentuk Tindakan berupa pendampingan dengan terhadap peserta didik. Oleh sebab itu pihak yang memegang ruang kepemimpinan sekolah atau unsur manajemen organisasi perlu memperhatikan hal-hal yang dapat memotivasi karyawan supaya memberikan kinerja yang baik. Untuk memotivasi kinerja tenaga pendidik maupun kependidikan, maka diperlukan pengondisian dari Lembaga Pendidikan hal ini unsur pimpinan sangat berpengaruh untuk melakukan upaya ini. Motivasi yang dibangun bisa dalam bentuk pengarahan dan pemeliharaan kondisi kerja untuk memberikan stimulant bagi tenaga pendidik[5] Dengan adanya pola manajemen demikian. Maka perlunya ada ikhtiar untuk membangun branding Sekolah yang berorientasi pada program-program yang menjadi daya tawar, menarik, dan unik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat secara menyeluruh. Perlu diketahui saat ini Lembaga Pendidikan di Indonesia semakin berkembang (Statistik 2021) menyebutkan bahwa ada terdapat setidaknya sekitar 217.283 sekolah yang ada di Indonesia dengan angka sebesar itu dunia Pendidikan memunculkan istilah *branding* atau yang disebut *School Branding* yang bertujuan untuk menciptakan “image” di masyarakat.[6].

Sebuah merek sekolah perlu dibangun berdasarkan perencanaan yang matang, sejalan dengan visi dan misi sekolah, dan pemasaran harus tepat sasaran untuk menarik siswa sesuai dengan rencana. Agar peserta didik mencapai tujuan dan kualitasnya diperlukan keterampilan seperti kemampuan berkomunikasi atau menyampaikan informasi secara efektif, bersosialisasi dan berpromosi terkait lembaga pendidikan, memberikan informasi tanpa diterima oleh masyarakat secara akurat dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi. [7]. *Brand image* yang dapat dilakukan oleh sekolah ini dapat melalui media sosial, *Word of mouth*, atau membangun relasi hubungan dengan pihak luar [8]. Lembaga atau institusi ini memiliki peran yang sangat fundamental dalam mewujudkan Pendidikan yang memadai dapat disebut sebagai ciri atau wadah Pendidikan apabila memenuhi ciri fisiknya, adanya fungsi yang jelas ada pelakunya dan juga ada ciri simboliknya yang menjadi letak brand sekolah tersebut[9] dalam penelitian yang ditulis oleh Sahidah di SDN Karanganyar menjelaskan bahwa Strategi Branding merupakan upaya untuk membangun citra positif serta menciptakan ke khasan yang nantinya akan menjadi sebuah keunggulan di dalam sekolah tersebut.[9]

Sekolah inklusi memiliki orientasi untuk mewadahi siswa siswi berkebutuhan khusus dengan karakteristik yang berbeda beda. Misalkan dengan penelitian E. Susdarwono yang menyoroti model pembelajaran brain based learning melalui media kartu belajar untuk siswa autis dengan menciptakan model pembelajaran yang berbasis kemampuan otak dengan tiga strategi yakni menciptakan kemampuan yang belajar, menciptakan model pembelajaran siswa yang menantang kemampuan berfikir siswa, dan menciptakan model pembelajaran yang menyenangkan [10]. Di sisi lain penelitian milik Linda J. Graham ada sekolah inklusi yang menerapkan model pembelajaran dengan belajar di Taman bermain khusus untuk siswa siswi inklusi. Taman bermain ini difungsikan dengan model belajar bermain dengan model pembelajaran komunikatif yang menerapkan interaksi sosial dengan keterlibatan aktif anak-anak penyandang ADHD dengan para guru di sekolah itu [11]

Sekolah SD Muhammadiyah 2 Taman menggunakan program sekolah inklusi yang berada di bidang kesiswaan yang memiliki orientasi mewadahi seluruh bakat, minat, dan model pembelajaran antara siswa siswi inklusi dengan siswa siswi reguler. namun antar sekolah swasta mengalami persaingan tersendiri. sehingga mengharuskan sebuah lembaga pendidikan bertindak proaktif dalam memasarkan lembaganya untuk menarik minat calon siswa dan memperoleh kepercayaan masyarakat.. Pendidikan Inklusi berupa pendampingan di kelas, pendampingan diluar kelas Ketika talent dan homevisit. Adanya manajemen Pendidikan inklusi di Sekolah Dasar tersebut menjadi program unggulan Sekolah sebagai sarana promosi. Program inklusi ini sudah berjalan hingga sekarang telah berjalan sampai dengan puncaknya anak-anak spesial dapat belajar Bersama dengan anak-anak normal biasanya. dalam keadaan yang normal biasanya sekolah yang dinilai baik & menarik dimata masyarakat memiliki manajemen pengelelolaan yang sudah tertata dengan rapi baik secara sumber daya manusianya maupun hal-hal lainnya yang berkaitan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen Pendidikan inklusi sebagai upaya strategi Branding sekolah dasar. Di SD Mumtaz manajemen Pendidikan yang digunakan adalah manajemen Pendidikan islam yang mana manajemen Pendidikan ini menekankan pada tanggung jawab intelektual, implentasi akhlak & moral yang berdasarkan Al-Qur'an & Sunnah serta di landasi dengan pendekatan teologis berupa teks wahyu Al-Qur'an & Hadits.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pemahaman dan pendekatan interaksi sosial. Paradigma Metode penelitian kualitatif. yang digunakan dari penelitian kualitatif ini adalah menggunakan paradigma interpretatif atau fenomenologi yang ini menggunakan tradisi berpikir ilmu-ilmu sosial, khususnya dalam hal sosiologi dan antropologi.[15]. Menurut Bogdan & Taylor melalui buku yang ditulis oleh Sugiyono Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data-data secara deksriptif, sedangkan menurut Kirk & Miller penelitian kualitatif adalah tradisi ilmu Sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan Manusia.[16] Penelitian ini tentunya akan banyak bersinggungan dengan *konteks sosial*, nilai, penggalian makna, dan penggalian secara ilmiah. Maka dari itu kehadiran peneliti dalam penelitian sangat diperlukan namun tidak mempengaruhi dinamika objek yang diteliti sebab peneliti termasuk dalam pihak *insider* di dalam kancan penelitian.[17]

Penelitian ini bersifat deksriptif dimana penelitian ini berupaya untuk menarasikan proses-proses sosial sebagai upaya untuk menggali metode Pendidikan inklusi dalam upaya untuk membangun strategi branding sekolah secara komprehensif. Data yang digali ini tentunya melibatkan wawancara dengan informan seperti kepala Sekolah Waka bagian kesiswaan yang tentunya membidangi inklusi, Waka di bagian Humas, Waka kurikulum beserta staff kesiswaan hingga koordinator yang membidangi guru inklusi. Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji kredibilitas triangulasi, yang dimana di dalam penelitian ini kredibilitas disebut sebagai validitas internal sedangkan triangulasi merupakan sebuah konsep metodologis pada penelitian kualitatif yang menggunakan upaya pengecekan dari berbagai sumber.[18]. Triangulasi ini dilakukan pengamatan secara terus menerus hingga datanya jenuh sampai kemudian mengakibatkan variasi yang tinggi sekali [19], sampai Subyek penelitian ini adalah di SD Muhammadiyah 1-2 Taman dimana sekolah ini berupaya untuk membangun strategi branding baru di tengah-

tengah persaingan dengan sekolah yang sedang mengalami kemajuan serta letak kondisi geografis di dekat pasar dan padat penduduk serta di dalam penelitian ini mencoba untuk mengintegrasikan Manajemen Perihal Manajemen Pendidikan inklusi dan juga upaya strategi Branding Sekolah.

Analisis data penelitian ini menggunakan reduksi data yang artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memilih hal-hal yang penting ini merujuk pada proses pemilihan, pemasangan, perhatian pada penyederhanaan, dan sangat pokok pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang terjadi dalam catatan – catatan lapangan tertulis. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek kualitatif berlangsung sampai pada laporan yang tersusun menjadi laporan yang komprehensif dan holistik. Setelah itu menggunakan penyajian data Alur yang paling penting selanjutnya dari analisis data adalah penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan di dalam sebuah penelitian.[20]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Manajemen Pendidikan Inklusi

Secara umum Adanya Pendidikan Inklusi ini di latar belakangi oleh keinginan dan kesamaan hak sesama warga Negara untuk mendapatkan Pendidikan yang Layak bagi semua kalangan dengan berbagai latar belakang, hal ini telah diatur dalam UU Pendidikan nomor 20 pasal 5 menyatakan “bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan yang sama tanpa diskriminasi. Ini menjadi dasar bagi pendidikan inklusi, di mana semua anak, termasuk yang berkebutuhan khusus, memiliki hak untuk mendapatkan pendidikan yang layak”. Undang undang ini juga diperkuat dengan UU Pendidikan yang lain yakni UU Nomor 08 tahun 2016 pasal 4 tentang penyandang disabilitas yang berbunyi “bahwa penyandang disabilitas berhak untuk mendapatkan pendidikan yang layak dan aksesibilitas dalam pendidikan. Ini mendukung prinsip inklusi dalam pendidikan”.

Manajemen Pendidikan inklusi di SD Muhammadiyah 2 Taman ini di awali dengan tahap perencanaan. Perencanaan manajemen Pendidikan Inklusi merupakan Langkah awal yang harus dilakukan di awal proses. Perencanaan ini mencakup, Latar belakang, pemikiran jangka Panjang ke masa depan yang membentuk kerangka jangka Panjang supaya dapat membentuk kerangka masa depan bagi beberapa siswa inklusi, perencanaan ini juga dapat diarikan sebagai suatu kegiatan integrasi yang nantinya untuk mewujudkan efektifitas tujuan terbentuknya Pendidikan inklusi.[21] perencanaan pembelajaran inklusi di SD Muhammadiyah 2 Taman menekankan adanya pelaksanaan, assessment, penyusunan perencanaan pembelajaran terkait silabus, Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP), dan juga program pembelajaran Individu (PPI). Serta beberapa terapi siswa siswi inklusi hingga pelatihan khusus Guru GPI yang di agendakan secara Rutin. Menurut Ida Rindaningsih, perencanaan merupakan sekumpulan ide yang disusun pada tingkat operasional yang diusulkan untuk mencocokkan untuk mencocokkan kebutuhan sumber daya yang ada pada Lembaga tersebut.[22]

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Lembaga Sekolah khususnya yang menaungi Inklusi menyatakan bahwa: Pelaksanaan pendidikan inklusi di Sekolah SD Muhammadiyah 2 Taman didorong oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah ingin memastikan bahwa semua siswa, tanpa memandang kemampuan atau kebutuhan khusus, memiliki kesempatan yang sama untuk belajar dan berkembang. Kami percaya bahwa pendidikan inklusi dapat membantu meningkatkan kualitas hidup siswa dan mempersiapkan mereka untuk menjadi warga negara yang produktif dan berkontribusi pada masyarakat”.

Dari pernyataan diatas Sekolah memiliki 4 Goals terhadap siswa siswi inklusi agar mereka juga berkembang dan memiliki masa depan yang cerah sebagaimana layaknya Anak-anak Reguler yang telah ada di Sekolah tersebut. Namun hal ini tentunya perlu didukung dengan manajemen SDM dan juga manajemen Kurikulum yang memadai, berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa:

“Untuk mengelola kurikulum yang memenuhi kebutuhan siswa berkebutuhan khusus, kami menerapkan pendekatan yang fleksibel dan adaptif. Pertama, kami melakukan analisis kebutuhan individu setiap siswa dengan berkebutuhan khusus. Ini melibatkan kolaborasi dengan guru, psikolog khususnya untuk Assesment kebutuhan dan orang tua untuk memahami kekuatan, tantangan, dan gaya belajar masing-masing siswa”.

Dari hasil wawancara tersebut ternyata masih ada lagi beberapa hal yang kemudian menjadi Langkah-langkah supaya siswa siswi inklusi dapat lebih memahami pembelajaran dan sesuai dengan target dan standarisasi yang telah ditentukan, hal tersebut dinyatakan sebagai berikut:

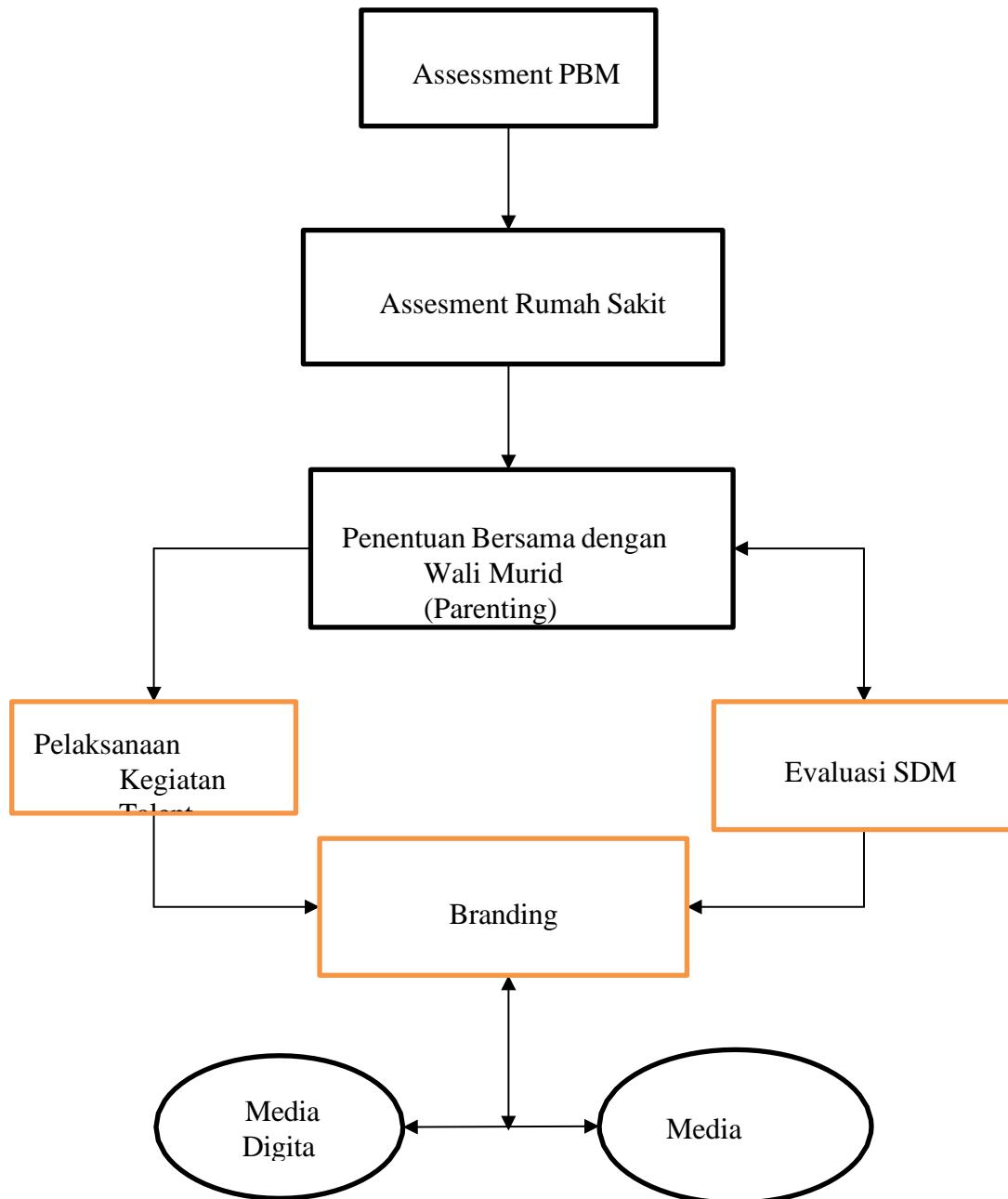
“kedua, kami menerapkan metode pengajaran yang beragam, seperti pembelajaran berbasis proyek, pembelajaran kolaboratif, dan penggunaan media visual untuk membantu siswa memahami materi dengan lebih baik. Kami juga memberikan pelatihan kepada guru tentang cara mengimplementasikan strategi pengajaran yang inklusif dan bagaimana mengelola kelas yang beragam”.

Tidak kalah Penting juga di dalam internal Sekolah, baik guru GPI dengan orang tua anak berkebutuhan Khusus juga saling memotivasi dan saling berbagi strategi untuk perkembangan anak

didiknya serta ada workshop parenting khusus bagi orang tua anak berkebutuhan inklusi supaya lebih memahami pola perkembangan anak, hal ini dinyatakan dalam hasil wawancara bahwa antara guru GPI dengan wali siswa memiliki keterlibatan aktif dan saling memotivasi melalui komunikasi intens, tak jarang juga dari pihak Sekolah melaksanakan home visit untuk controlling perkembangan siswa, dengan harapan bahwa rencana dan goals yang ada pada siswa benar-benar tercapai. Lalu kami juga mengadakan workshop parenting untuk walimurid anak-anak spesial kami agar orang tua lebih memahami dan mengaplikasikan metode-metode yang telah diberikan Ketika workshop sesuai dengan kebutuhan.

Sebab dari hasil wawancara berikutnya, pihak sekolah menyatakan bahwa tenaga pendidik yang terlatih untuk membimbing anak berkebutuhan khusus dan telah ada pelatihan khusus bagi guru tersebut, pernyataan tersebut adalah: perlu adanya pelajaran khusus bagi guru GPI agar Ketika membimbing anak-anak spesial lebih maksimal, isi dari pelatihan tersebut adalah meliputi pemahaman konsep Pendidikan inklusi yang mana guru diajarkan untuk memahami keragaman Pendidikan dan juga keragaman anak-anak spesial, berikutnya adalah strategi pengajaran inklusif, yang mana lebih banyak berisi mengenai Teknik pengajaran, strategi pengajaran yang disesuaikan dengan jenis ABK. Kemudian ada penanganan kebutuhan siswa ABK yang lebih banyak menekankan pada pendekatan aplikatif, dan yang terakhir adalah komunikasi efektif, sebab komunikasi ini bagian fundamental terlebih Ketika berhadapan dengan wali siswa yang beraneka ragam pandangan.

B. Alur Pendidikan Inklusi



Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Menyusun Visi, Misi dan Tujuan Sekolah Inklusi - Menyusun rencana jangka pendek hingga jangka Panjang (1 Tahun untuk Jangka Pendek, 3 Tahun untuk Jangka Menengah dan 5 Tahun untuk Jangka Panjang) - Membangun kemitraan dengan tim psikolog sebagai Langkah assessment awal
Pengorganisasian	<ul style="list-style-type: none"> - Menetapkan Struktur bagi guru inklusi - Menentukan peran, dan tanggung jawab masing-masing guru inklusi - Menyusun alur komunikasi dan juga pelaporan
Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk guru shadow setiap bulan ada pertemuan rutin untuk melakukan pelatihan dan upgrade diri tentang pelatihan inklusi - Melakukan Assesment setelah penerimaan siswa inklusi baru - Terapi yang diadakan setiap minggu hingga bulanan. Di SD Muhammadiyah 1-2 Taman memiliki program terapi olah tubuh hingga terapi Al-Qur'an
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring hasil perkembangan siswa siswi inklusi yang dilaksanakan setiap semester. - Di SD Muhammadiyah 1-2 Taman karena siswa siswi inklusi melebur Bersama dengan siswa siswi reguler, setiap minggu siswa siswi inklusi memiliki laporan hasil belajar - Setiap 1 bulan sekali ada parenting Bersama dengan Wali Murid siswa siswi Inklusi untuk melaporkan hasil perkembangan.

C. STRATEGI BRANDING SEKOLAH MELALUI MANAJEMEN PENDIDIKAN INKLUSI

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan branding Sekolah yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 2 Taman Sidoarjo ini meliputi :

1. Melakukan riset sebagai Langkah awal

SD Muhammadiyah 2 Taman melakukan Riset sebagai awal untuk memahami target dari kebutuhan, *Audiens*, kompetitor kemudian mengidentifikasi tema yang sesuai atau menggunakan ide yang sesuai dengan kebutuhan pmakasar. Dari sini kemudian Sekolah dapat memahami latar Belakang , pemikiran, dan perilaku konsumen lalu dapat mengaplikasinya pada strategi branding Sekolah. [23] setelah melakukan riset mengenai kebutuhan dasar dan sebagai Langkah awal, SD Muhammadiyah 2 Taman ini memiliki poin penting yang menjadi sebuah Langkah awal sebagai pembentukan strategi branding sekolah inklusi, hal tersebut terdapat dalam pernyataan:

“ada beberapa point penting yang menjadi dasar, yang pertama adalah komitmen terhadap Pendidikan inklusi yang menjadi patokan bahwa setiap siswa, tanpa memandang latar belakang atau kondisi fisik, berhak mendapatkan pendidikan yang layak, yang kedua adalah upaya untuk pengembangan kurikulum yang responsif sebagai ikhtiar untuk memenuhi kebutuhan siswa yang semakin beragam khususnya siswa inklusi, yang ketiga adalah promosi nilai-nilai keragaman untuk menciptakan lingkungan belajar yang memiliki sikap gotong royong, interaktif, dan dorongan positif antar siswa, dan yang terakhir adalah evaluasi berkala terhadap strategi branding yang diterapkan untuk memastikan efektivitasnya dalam menciptakan lingkungan inklusif” Dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa strategi branding merupakan suatu upaya yang tersistem dengan berbagai komponen. Namun komponen tersebut saling berkaitan secara fungsional. Mengaitkan dengan teori kerangka kerja Mckinsey, terdapat beberapa unsur kerja untuk ketercapaian sebuah branding, salah satunya adalah system, sistem ini berkaitan erat dengan dasar-dasar manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. SD Muhammadiyah 2 Taman setidaknya telah melaksanakan tahapan ini untuk menjalankan branding sekolah. Salah satu teori yang memaparkan tentang branding Sekolah adalah “*The Neyma Way Canvas*” dimana dalam teori ini menguraikan 3 langkah sebagai bentuk branding Lembaga, 3 langkah tersebut adalah *brand blue print*, *brand delivery*, dan *brand evaluation*. Brand blueprint merupakan upaya yang dilakukan pihak internal untuk merancang gambaran ideal tentang brand yang akan dibentuk dan ditangkap kesannya oleh publik. Langkah ini biasanya tertulis dalam rencana pengembangan lembaga untuk jangka menengah maupun panjang, atau dalam bentuk naskah-naskah tertulis lainnya. Merupakan sebuah ide yang didokumentkan agar tercipta konsep yang baik dan benar supaya menjadi landasan peraturan yang tertulis. Ide-ide yang diterapkan dalam pelaksanaan di mulai dengan menciptakan program yang inovatif dan produktif menjadi salah satu ajang untuk mengembangkan bakat siswa dan memiliki kompetensi bersaing dalam ranah nasional maupun internasional. Salah satunya adalah logo yang menjadi bentuk dari *Brand Blue print* yang kemudian telah ditetapkan oleh sebuah Lembaga, Logo yang bertulisan multitalent school dikenalkan melalui iklan di berbagai macam media masa, mulai cetak, elektronik, pamflet, baliho dan media masa lainnya. terutama media masa yang bisa dipercaya dan bisa menjangkau seluruh lapisan. Memang media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan branding.

2. Logo Sekolah, Data Siswa Inklusi, dan media Massa sebagai Manifestasi teori Neyma Way Canvas

Langkah Selanjutnya dari teori Neyma Way Canvas adalah *brand delivery*, dikatagorikan sebagai *promise* kepada publik, bahwa program *multitalent school* telah berjalan, dan telah menunjukkan hasilnya. Upaya-upaya ini sejalan dengan pendapat Karsono dkk, bahwa branding bagi sekolah tidak hanya sekadar memperkenalkan nama sekolah saja, melainkan menampilkan suatu identitas agar mudah dikenal oleh publik. Bagi sekolah swasta, strategi branding memiliki arti sangat penting. Dalam wawancara mengenai branding Pendidikan inklusi ini, SD Muhammadiyah 2 Taman telah memanfaatkan platform digital sebagai upaya branding Sekolah Inklusi, dalam wawancara dengan kepala Sekolah SD Mumtaz melibatkan media digital, dan media cetak sebagai branding sekaligus memiliki logo sebagai Branding Sekolah



GAMBAR.1 LOGO BERTULISKAN MULTITALENT SCHOOL

Lembaga sekolah mengusung *tagline* “sekolah terbaik untuk generasi terbaik”. Tagline ini tertulis pada billboard yang saat ini dipajang di tepi-tepi jalan, yang kemudian menjadi ciri khas sekolah. Jika ditelusuri dari informan, bahwa tagline di atas belum ada korelasinya dengan program multitalent school. Artinya tagline itu masih berupa tekad lain dari sekolah untuk menyediakan layanan terbaik pada masyarakat. Oleh karenanya penting bagi sekolah membangun kerjasama yang baik dengan seluruh stakeholders guna mencapai visi, misi, dan target dari sekolah tersebut . dari simbol dan tagline tersebut sebenarnya dapat diambil kesimpulan bahwa SD Muhammadiyah 2 Taman memiliki tidak hanya menampung anak-anak regular namun juga menampung berbagai macam jenis anak-anak berkebutuhan khusus yang memiliki berbagai macam jenis kemampuan serta bakat yang beragam. Yang berikutnya dalam manifestasi teori branding *Neyma Way Canvas* sekolah SD Muhammadiyah 2 Taman menggunakan platform digital untuk upaya branding Sekolah, beberapa diantaranya adalah menggunakan platform PWMU milik PWM Jawa Timur, Inews sebagai wilayah promosi Sekolah Inklusi. Dari media-media tersebut akhirnya dapat menarik konsumen untuk mendaftar di SD Muhammadiyah 2 Taman, dan memang yang menjadi hal yang menarik minat adalah Sekolah Inklusi.[25] Berikut Penulis Tampilkan Data Jenis ABK yang ada di SD Muhammadiyah 1-2 Taman.

IV. SIMPULAN

Manajemen Pendidikan Inklusi yang dapat diambil dari Teori Manajemen Pendidikan ada 4 langkah yakni meliputi, Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga evaluasi. didapatkan bahwa manajemen Pendidikan di atas telah dilaksanakan dengan berbagai Langkah-langkah kongkrit yang kemudian dapat menjadi strategi branding yang diterapkan dalam pengembangan Sekolah, khususnya dalam penerapan Branding Sekolah. Strategi membangun branding di sekolah dasar sebagai multi talent school ditinjau dari perspektif *the neyma way canvas* yang seharusnya meliputi tiga langkah yaitu: *brand blueprint*, *brand delivery* dan *brand evaluation*, didapatkan bahwa lembaga pendidikan itu telah menempuh dua tahapan awal, namun masih belum ditemukannya langkah ketiga, *brand evaluation*. Pertama, *brand blue print* berkaitan dengan rancangan, kesiapan, dan petunjuk mekanisme dan sarana sekolah sudah relevan upayanya dalam memfasilitasi siswa-siswi untuk menyalurkan bakatnya, khususnya bakat dari siswa-siswi inklusi yang kemudian dapat menjadi *Multitalent School*. Pertama, *brand blue print* berkaitan dengan rancangan, kesiapan, dan petunjuk mekanisme dan sarana sekolah sudah relevan upayanya dalam memfasilitasi siswa-siswi untuk menyalurkan bakatnya, khususnya bakat dari siswa-siswi inklusi yang kemudian dapat menjadi *Multitalent School*. Kedua *Brand Delivery* berkaitan dengan pengembangan branding di wilayah Media Digital dan juga media Cetak.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada informan SD Muhammadiyah 1-2 Taman yang berperan dalam pelaksanaan kegiatan penelitian mulai dari kepala sekolah, Wakil Kepala bidang kesiswaan, tim kerja bidang kehumasan, wali siswa dan masyarakat dalam pemetaan data serta untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih bisa melakukan Manajemen Pendidikan dan juga dapat membahas perihal branding di lembaga sekolah ini.

REFERENSI

- [1] A. A. Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat," *J. Ilm. Kesehat. Masy. Media Komun. Komunitas Kesehat. Masy.*, vol. 12, no. 3, hal. 145–151, 2020, doi: 10.52022/jikm.v12i3.102.
- [2] A. Halim, "Manajemen Marketing Pendidikan Islam," *Unkn. Doc.*, vol. 5, no. 1, hal. 1–26, 2020.
- [3] A. I. Awaluddin, B. S. Baskara, A. A. Zein, dan ..., "Workshop School Branding dan Inovasi Sekolah Digital," *J. Pengabdi.* ..., vol. 3, no. 2, hal. 654–659, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/412%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/412/334>
- [4] A. Muslih, "Artikel info," *Aaaaa*, vol. 1, no. April, hal. 9–22, 2011.
- [5] Alvi Violita Dewi, Mirnawati, dan Eviani Damastuti, "Pola Kerjasama Guru Dan Orangtua Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Anak Tunarungu Di Masa Pandemi Covid-19 Di SLB Paramita Graha Banjarmasin," *Spec. Spec. Incl. Educ. J.*, vol. 3, no. 1, hal. 32–41, 2022, doi: 10.36456/special.vol3.no1.a5307. *Asian J. Manag. Anal.*, vol. 1, no. 2, hal. 79–88, 2022, doi: 10.55927/ajma.v1i2.1448.
- [6] A. R. Sustiyo Wandi, Tri Nurharsono, "Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang," *J. Phys. Educ. Sport. Recreat.*, vol. 2, no. 8, hal. 524–535, 2013.
- [7] A. Z. F. Januariani, "Analisis Manajemen Pelayanan Sekolah Inklusi Melalui Pengamatan Lingkungan Faktor Internal Dan Eksternal," *Inov. J. Penelit. Pendidikan, Agama, dan Kebud.*, vol. 9, no. 2, hal. 184–205, 2023, doi: 10.55148/inovatif.v9i2.428.
- [8] B. B., "Manajemen Pendidikan Islam," *Manag. Educ. J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 7, no. 2, hal. 26–52, 2021, doi: 10.18592/moe.v7i2.5429.
- [9] B. E. Wardana, "Certified Manajemen Pendidikan Islam (Teori, Prinsip, Aspek, Fungsi, dan Konsep),"
- [10] E. Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. 2020. [Daring]. Tersedia pada: http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx
- [11] E. T. Susdarwono, "Pembelajaran Brain-based Learning (BbL) Melalui Media Kartu Bermain Pintar (KBP) Untuk Anak Autis Pada Materi Serangga," *Spec. Spec. Incl. Educ. J.*, vol. 3, no. 1, hal. 1–13, 2022, doi: 10.36456/special.vol3.no1.a5266.
- [12] F. F. Oktaviani dan C. Sutarsih, "Strategi School Branding di Sekolah Menengah Atas," *Edukatif J. Ilmu Pendidik.*, vol. 6, no. 4, hal. 3338–3345, 2024, doi: 10.31004/edukatif.v6i4.7355.
- [13] I. Dewi, *Kenali Kesulitan Belajar Spesifik Pada Anak*. 2019.
- [14] J. Jarvis, J. McMillan, K. Bissaker, K. Carson, dan ..., "Inclusive School Communities Project," vol. 15, no. 1, hal. 135–152, 2020, [Daring]. Tersedia pada: https://researchnow-admin.flinders.edu.au/ws/files/34994422/3._JFA_Purple_Orange_Final_Evaluation_Report.pdf
- [15] M. Devi, S. Suyatno, dan S. Sukirman, "School Branding Strategy In Facing The Impact Of Zoning System," *Int. J. Educ. Manag. Innov.*, vol. 3, no. 3, hal. 288–304, 2022, doi: 10.12928/ijemi.v3i3.6089.
- [16] M. Musradinur, "Rekonstruksi Manajemen Marketing Lembaga Pendidikan Islam sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan Persaingan Global," *Unkn. Doc.*, hal. 177–190, 2019.
- [17] N. Furkan dan A. A. Adiansha, "The impact of school management and organizational culture on teachers' performance: A look at educational transformation.," *J. Educ. Manag. Instr.*, vol. 4, no. 1, hal. 41–57, 2024, doi: 10.22515/jemin.v4i1.9102.
- [18] N. H. A. Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, vol. 5, no. 1. 2020.
- [19] N. L. Mauliddiyah, "sejarah perkembangan manajemen lembaga pendidikan islam Title," vol. 5, no. 1, hal. 6, 2021.
- [20] Rika Sartika, Johara Indrawati, dan Sufyarma Marsidin, "Teori Motivasi Dalam Manajemen Pendidikan Islam," *Nidhomiyah J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 1, hal. 12–42, 2022, doi: 10.38073/nidhomiyah.v3i1.839.
- [21] Sahidah Nur Azizah, "Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di SDN Karanganyar Yogyakarta," Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- [22] Ida Rindaningsih, "Perencanaan Sumber Daya Manusia & kompetensi terhadap kinerja Pegawai" Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, "Jurnal Pendidikan & riset ilmu Sains"
- [23] T. Turap, T. B. Merupakan, T. B. Lebih, dan T. D. Turap, *metode penelitian kualitatif Title*.
- [24] Yeni Dwi Herlinawati, Ida Rindaningsih, a case study of Classroom Management in an inclusive School: Teachers, Strategies in overcoming Bullying in early childhood Education *Pedagogia: Jurnal Pendidikan Hilal*, Strategies to build elementary School Branding As a Multi-Talent School

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.