

## Strategi Revitalisasi Citra Sekolah Berkarakter Melalui Program *Eco Islamic School* di SD Muhammadiyah Wareng Gunungkidul

<sup>1</sup>Firmansyah, <sup>2</sup>Mohamad Joko Susilo\*

Corresponding Author: \*[joko,susilo@uii.ac.id](mailto:joko,susilo@uii.ac.id)

<sup>1</sup> Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received 12 Januari 2026

Revised 14 Juni 2026

Accepted 19 Juni 2026

### ABSTRACT

This study focuses on efforts to revitalize the image of a character-based school through the implementation of the *Eco Islamic School* Program at SD Muhammadiyah Wareng, Gunungkidul. The urgency of this study arises from the declining public trust and decreasing student enrollment, despite the school's previous reputation for having a strong Islamic identity and character education. This condition calls for a school branding strategy that goes beyond symbolic promotion and is instead grounded in the strengthening of values and authentic educational practices. The study aims to analyze the role of the *Eco Islamic School* Program as a strategy for revitalizing school image and its relationship with character development and public trust. A descriptive qualitative approach with a *literature review* method was employed, drawing on scholarly journals, books, and relevant documents. SD Muhammadiyah Wareng was examined as an illustrative context through the use of secondary data, public documents, and media reports to support the conceptual analysis. The findings indicate that the *Eco Islamic School* Program functions as a new school positioning by integrating Islamic values and environmental awareness into school culture, curriculum, and daily activities. The implementation of this program has the potential to strengthen school identity, rebuild public trust, and enhance the long term positive image and sustainability of the educational institution

**Keywords**

School Branding

*Eco Islamic School*

Character Education

School Image

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



---

**PENDAHULUAN**

Citra sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Orang tua kini tidak hanya mempertimbangkan jarak atau biaya sekolah, tetapi juga bagaimana reputasi, nilai, dan karakter lembaga tersebut tercermin di mata publik. Fenomena ini mendorong sekolah untuk tidak sekadar fokus pada pencapaian akademik, melainkan juga pada pembentukan identitas dan persepsi positif yang mampu membedakan mereka dari sekolah lain. Sekolah dengan karakter kuat biasanya lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat karena memiliki nilai khas yang dirasakan relevan dengan kebutuhan zaman. [1] Oleh karena itu penguatan citra sekolah melalui konsep dan nilai yang jelas menjadi kebutuhan mendesak bagi lembaga pendidikan, termasuk bagi sekolah-sekolah berbasis Islam yang ingin menunjukkan keunggulan karakter dan moral dalam praktik pembelajarannya. Di sinilah pentingnya upaya revitalisasi citra sekolah agar mampu menampilkan kembali kekuatan dan nilai aslinya di tengah tantangan modernisasi pendidikan.

SD Muhammadiyah Wareng dahulu dikenal sebagai sekolah yang cukup diminati dan memiliki citra positif di mata masyarakat. Namun beberapa tahun terakhir reputasi itu menurun drastis. Berdasarkan laporan media, sejumlah SD di Gunungkidul termasuk Wareng bahkan tidak mendapat murid baru pada tahun ajaran 2025, sementara jumlah siswa aktif di Wareng kini hanya sekitar 33 orang dan kelas 1 serta 2 kosong sama sekali. [2] Situasi ini

---

menunjukkan bahwa perubahan demografi, persaingan sekolah lain, serta menurunnya minat masyarakat berpengaruh besar pada melemahnya citra sekolah. Karena itu, diperlukan upaya revitalisasi yang lebih terarah, bukan hanya lewat promosi, tetapi melalui pembangunan kembali identitas, karakter, dan nilai-nilai khas sekolah agar kepercayaan publik dapat pulih dan SD Muhammadiyah Wareng kembali dikenal sebagai sekolah yang layak dipilih.

Kondisi SD Muhammadiyah Wareng menunjukkan bahwa sekolah ini masih memiliki modal identitas yang kuat berupa nilai keislaman dan karakter yang pernah mengakar, namun dalam perjalanannya modal tersebut belum dikelola secara adaptif untuk menjawab perubahan lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif. Di satu sisi, identitas dan sejarah positif sekolah menjadi kekuatan internal yang dapat dihidupkan kembali, tetapi di sisi lain keterbatasan inovasi, lemahnya visibilitas program unggulan, serta perubahan preferensi masyarakat menjadi tantangan yang tidak dapat diabaikan. Pada saat yang sama, meningkatnya kesadaran publik terhadap pendidikan karakter dan kepedulian lingkungan membuka peluang strategis bagi sekolah untuk menghadirkan pembaruan citra yang lebih kontekstual dan bermakna. Oleh karena itu, revitalisasi citra sekolah tidak cukup dilakukan melalui simbol atau slogan, melainkan perlu diarahkan pada pembentukan identitas yang mudah dikenali melalui keunikan program, mudah diingat melalui konsistensi praktik nyata, serta mampu membangun kembali kepercayaan publik melalui kesesuaian antara nilai yang dikomunikasikan dan realitas pendidikan yang dijalankan.

Citra sekolah *school image* merupakan representasi persepsi yang berkembang di kalangan masyarakat mengenai identitas, budaya organisasi, mutu layanan pendidikan, serta karakteristik yang dimiliki oleh suatu lembaga pendidikan. Dalam kajian manajemen pendidikan, branding sekolah dipahami sebagai proses strategis yang bertujuan membangun identitas, reputasi, dan keunggulan khas lembaga, bukan sekadar aktivitas promosi atau penyebaran informasi kepada publik.[3] Temuan penelitian mengindikasikan bahwa efektivitas branding sekolah sangat ditentukan oleh kemampuan lembaga dalam mengintegrasikan visi, nilai, dan budaya organisasi ke dalam praktik pendidikan yang dapat dirasakan secara langsung oleh peserta didik maupun masyarakat.[4] Citra positif sekolah terbentuk melalui kesesuaian antara nilai yang dikomunikasikan dengan realitas yang diwujudkan dalam proses pendidikan. Atas dasar itu, branding sekolah tidak hanya berperan dalam memperkuat reputasi lembaga, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kepercayaan publik dan memperkuat identitas sekolah secara berkelanjutan.

Kajian mengenai branding sekolah menunjukkan bahwa tema tersebut telah dikembangkan melalui berbagai pendekatan dan fokus penelitian. Sebagian studi

menempatkan branding sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan melalui penguatan program unggulan dan diferensiasi institusi.[5] Kajian lainnya menyoroti pentingnya reputasi sekolah dalam membangun kepercayaan masyarakat, sedangkan beberapa penelitian menekankan kontribusi kurikulum berbasis budaya lokal dalam membentuk identitas lembaga pendidikan.[6], [7] Meskipun memiliki fokus yang berbeda, penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan kesamaan pandangan bahwa identitas sekolah merupakan faktor yang berpengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap kualitas pendidikan. Namun demikian, sebagian besar kajian masih memosisikan branding sekolah, pendidikan karakter, pembangunan kepercayaan publik, dan penguatan nilai-nilai sekolah sebagai aspek yang dikaji secara terpisah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara branding sekolah, pendidikan karakter Islam, dan kepedulian lingkungan belum banyak dibahas secara komprehensif dalam satu kerangka konseptual yang terintegrasi.

Keterbatasan tersebut membuka peluang untuk mengembangkan konsep *Eco Islamic School* sebagai pendekatan pendidikan yang memadukan nilai religius, pembentukan karakter, dan kesadaran lingkungan dalam satu sistem pendidikan yang utuh. Konsep *Eco Islamic School* tidak hanya merujuk pada kegiatan atau program sekolah yang berorientasi pada lingkungan, tetapi merupakan kerangka pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, etika lingkungan, dan budaya sekolah berkelanjutan ke dalam seluruh proses penyelenggaraan pendidikan. Konsep ini didasarkan pada pemahaman bahwa manusia memiliki tanggung jawab moral dan spiritual untuk menjaga kelestarian lingkungan sekaligus mengembangkan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai keislaman, kepedulian sosial, disiplin, tanggung jawab, dan keberlanjutan.[8] Penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat diwujudkan melalui pengembangan kurikulum, budaya sekolah, kebijakan kelembagaan, serta berbagai bentuk pembiasaan yang dilakukan secara konsisten dalam kehidupan sekolah. Dalam perspektif ini, *Eco Islamic School* berfungsi sebagai fondasi pembentukan identitas lembaga yang mampu memperkuat citra sekolah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan membangun reputasi institusi secara berkelanjutan.

Meskipun penelitian mengenai branding sekolah, pendidikan karakter Islam, pembangunan kepercayaan masyarakat, dan pendidikan lingkungan telah berkembang dalam berbagai kajian, integrasi keempat aspek tersebut dalam konteks revitalisasi citra sekolah masih relatif jarang ditemukan. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada branding sebagai instrumen peningkatan reputasi dan daya saing lembaga pendidikan.[9] Penelitian lainnya lebih banyak membahas pendidikan karakter, program unggulan sekolah, atau kurikulum berbasis budaya lokal sebagai sarana pembentukan identitas institusi.[10] Sementara itu, kajian mengenai pendidikan lingkungan umumnya diarahkan pada

---

pembentukan perilaku ekologis peserta didik tanpa mengaitkannya secara langsung dengan strategi penguatan citra lembaga.[11] Keadaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terkait bagaimana nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, dan kepedulian lingkungan dapat diintegrasikan sebagai dasar revitalisasi citra sekolah. Kajian yang secara khusus menempatkan *Eco Islamic School* sebagai kerangka konseptual untuk membangun kembali identitas sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan masih belum banyak ditemukan dalam literatur pendidikan Islam.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan perspektif yang berbeda dibandingkan dengan penelitian branding sekolah yang telah dilakukan sebelumnya. Jika sebagian besar penelitian terdahulu menempatkan branding sebagai strategi promosi, penguatan program unggulan, pembangunan reputasi, atau pengelolaan kurikulum tertentu, penelitian ini memandang *Eco Islamic School* sebagai kerangka integratif yang menghubungkan branding sekolah, pendidikan karakter Islam, dan kepedulian lingkungan dalam satu strategi revitalisasi citra sekolah.[12] Kebaruan penelitian terletak pada upaya memaknai branding bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan peningkatan reputasi lembaga, melainkan sebagai proses penguatan identitas sekolah yang dibangun melalui internalisasi nilai-nilai Islam dan etika lingkungan secara berkelanjutan. Perspektif ini memperluas pemahaman mengenai branding pendidikan dengan menempatkan budaya sekolah, karakter peserta didik, dan nilai keberlanjutan sebagai unsur utama pembentukan citra lembaga. Fokus penelitian ini dibatasi pada kajian konseptual mengenai pemanfaatan *Eco Islamic School* sebagai strategi revitalisasi citra sekolah berbasis karakter, sehingga tidak diarahkan untuk mengukur efektivitas implementasi program secara empiris. Kontribusi penelitian diharapkan dapat memperkaya khazanah manajemen pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan strategi penguatan identitas sekolah yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat dan perkembangan pendidikan berkelanjutan.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi, studi ini dilakukan untuk memperluas kajian mengenai revitalisasi citra sekolah melalui pendekatan *Eco Islamic School* sebagai kerangka penguatan identitas lembaga pendidikan. Kajian ini difokuskan pada analisis konseptual mengenai hubungan antara branding sekolah, pendidikan karakter Islam, dan kepedulian lingkungan dalam membentuk citra sekolah yang berkelanjutan. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengkaji konsep *Eco Islamic School* sebagai strategi revitalisasi citra sekolah yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, dan etika lingkungan; serta (2) menyusun model strategi branding sekolah yang berorientasi pada penguatan identitas kelembagaan dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan dasar Muhammadiyah. Kontribusi penelitian ini

diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan citra sekolah berbasis nilai dan prinsip keberlanjutan. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan konseptual bagi lembaga pendidikan dalam mengembangkan identitas sekolah yang memiliki karakter kuat, relevan dengan kebutuhan masyarakat, dan mampu beradaptasi terhadap dinamika perkembangan pendidikan.

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian tersebut, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut: (1) bagaimana konsep *Eco Islamic School* dapat digunakan sebagai strategi revitalisasi citra sekolah melalui integrasi nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, dan kepedulian lingkungan?. (2) bagaimana model strategi branding sekolah berbasis *Eco Islamic School* dapat dirumuskan untuk memperkuat identitas lembaga sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mutu pendidikan yang diselenggarakan?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*literature review*) untuk mengkaji secara konseptual hubungan antara branding sekolah, pendidikan karakter Islam, dan kepedulian lingkungan dalam konteks revitalisasi citra sekolah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada sintesis dan analisis berbagai gagasan, temuan empiris, serta kerangka teoretis yang relevan dengan konsep *Eco Islamic School* dan strategi branding lembaga pendidikan. Data penelitian diperoleh melalui penelusuran pada berbagai literatur dengan dibatasi pada artikel ilmiah terbit tahun 2020–2025 yang membahas school branding, Islamic education, character education, environmental education, dan Eco School. Artikel dipilih berdasarkan relevansi topik, ketersediaan teks penuh, serta keterkaitannya dengan fokus penelitian. Kata kunci yang digunakan meliputi “school branding”, “school image”, “Islamic school branding”, “character education”, “eco school”, dan “Eco Islamic School”.

Analisis data dilakukan dengan mengadaptasi model analisis interaktif yang mencakup tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap kondensasi data, berbagai informasi yang diperoleh dari literatur diseleksi, dikategorikan, dan disusun berdasarkan tema-tema utama penelitian. Tahap berikutnya berupa penyajian data melalui deskripsi naratif dan sintesis konseptual untuk mengidentifikasi hubungan antar konsep, pola pemikiran, serta kecenderungan temuan dalam penelitian terdahulu. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara tematik dan interpretatif guna merumuskan pemahaman konseptual mengenai strategi revitalisasi citra sekolah berbasis Eco Islamic School [13]. Unit analisis dalam penelitian ini meliputi konsep

---

branding sekolah, pendidikan karakter Islam, pendidikan lingkungan, serta berbagai model penguatan identitas lembaga pendidikan yang ditemukan dalam literatur. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan tema-tema tersebut ke dalam kategori penguatan identitas sekolah, strategi branding, budaya sekolah, dan pembangunan kepercayaan publik.

Dalam penelitian ini, SD Muhammadiyah Wareng Gunungkidul tidak ditempatkan sebagai objek penelitian lapangan yang dianalisis melalui observasi, wawancara, maupun pengumpulan data empiris secara langsung. Sekolah tersebut digunakan sebagai konteks ilustratif untuk membantu memahami relevansi penerapan konsep Eco Islamic School dalam revitalisasi citra lembaga pendidikan Islam. Analisis terhadap konteks sekolah dilakukan berdasarkan data sekunder yang bersumber dari dokumen publik, publikasi resmi, serta informasi yang tersedia pada berbagai sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengembangkan model konseptual mengenai strategi branding sekolah berbasis nilai keislaman dan kepedulian lingkungan tanpa melakukan generalisasi empiris terhadap kondisi sekolah yang ditelaah. Dengan demikian, hasil penelitian lebih diarahkan pada pengembangan pemahaman teoretis dan konseptual yang dapat menjadi rujukan bagi lembaga pendidikan lain yang memiliki karakteristik serupa.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Kontekstual Citra dan Identitas SD Muhammadiyah Wareng**

Berdasarkan analisis data sekunder dan berbagai sumber yang relevan, SD Muhammadiyah Wareng pernah dikenal sebagai salah satu lembaga pendidikan dasar Islam yang memiliki posisi penting di wilayahnya. Identitas sekolah pada periode tersebut ditandai oleh penguatan nilai-nilai keislaman, budaya sekolah yang relatif terbangun dengan baik, serta citra lembaga yang lekat dengan pembentukan karakter peserta didik. Kondisi tersebut tercermin dari tingginya tingkat partisipasi masyarakat dan jumlah peserta didik yang relatif besar pada dekade 1990-an. Temuan ini menunjukkan bahwa pada masa tersebut SD Muhammadiyah Wareng memiliki identitas kelembagaan yang cukup kuat dan memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat sebagai lembaga pendidikan berbasis nilai-nilai Islam.[14]

Analisis terhadap perkembangan sekolah menunjukkan adanya perubahan kondisi yang memengaruhi posisi dan citra lembaga di tengah masyarakat. Beberapa sumber mengindikasikan bahwa munculnya lembaga pendidikan baru dengan fasilitas dan layanan yang lebih beragam, perubahan karakteristik demografis masyarakat, serta meningkatnya persaingan antar sekolah telah menjadi faktor yang berkontribusi terhadap melemahnya daya tarik sekolah[14]. Selain itu, identitas khas yang sebelumnya menjadi pembeda sekolah

tidak lagi terlihat secara dominan dalam ruang publik. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan relevansi citra sekolah di tengah perubahan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat terhadap layanan pendidikan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan kembali identitas sekolah menjadi salah satu aspek penting dalam upaya revitalisasi citra lembaga. Dalam perspektif branding pendidikan, citra sekolah tidak hanya dibentuk melalui komunikasi eksternal, tetapi juga melalui kemampuan lembaga dalam menghadirkan nilai-nilai yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan hasil sintesis literatur, salah satu pendekatan yang berpotensi digunakan untuk mendukung proses revitalisasi tersebut adalah konsep *Eco Islamic School*. Dalam penelitian ini, konsep tersebut dipandang sebagai alternatif kerangka penguatan identitas sekolah yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, dan kepedulian lingkungan sebagai unsur pembeda lembaga pendidikan.

Secara teoretis, *Eco Islamic School* merupakan konsep pendidikan yang memadukan ajaran Islam dengan prinsip-prinsip keberlanjutan lingkungan dalam penyelenggaraan pendidikan. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penguatan pemahaman keagamaan peserta didik, tetapi juga mendorong terbentuknya perilaku yang mencerminkan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagai bagian dari implementasi nilai-nilai Islam. Penerapannya dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan dan budaya sekolah yang mendukung pelestarian lingkungan, seperti pengelolaan kebersihan, pemanfaatan sumber daya secara bijaksana, penghijauan lingkungan sekolah, serta pembiasaan perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan karakteristik tersebut, *Eco Islamic School* dapat dipandang sebagai suatu kerangka pendidikan yang menghubungkan pembentukan karakter religius dengan kesadaran ekologis, sehingga berpotensi memperkuat identitas sekolah sekaligus menghadirkan diferensiasi yang relevan dalam konteks pendidikan Islam masa kini.

### **Integrasi Konsep Branding Sekolah Berkarakter dalam Kerangka *Eco Islamic School***

Branding sekolah sejatinya bukan sekadar urusan tampilan luar seperti logo, slogan, atau spanduk promosi, melainkan proses membangun identitas dan nilai karakter yang hidup dalam keseharian warga sekolah. Dalam konteks ini, branding bekerja sebagai pembentuk budaya, karena nilai-nilai yang diusung sekolah akan tercermin dalam sikap guru, perilaku siswa, serta pola interaksi di lingkungan belajar. Penekanan pada nilai religius, misalnya, tidak hanya ditunjukkan melalui kegiatan ibadah, tetapi juga melalui keteladanan akhlak, kedisiplinan tampak dari keteraturan aturan dan kebiasaan, kepedulian hadir dalam sikap saling membantu dan menjaga lingkungan, sementara integritas tercermin dari kejujuran dan tanggung jawab seluruh warga sekolah [16]. Dengan demikian, branding sekolah yang kuat adalah branding yang mampu menginternalisasi nilai-nilai karakter tersebut sehingga

---

identitas sekolah tidak hanya dikenal, tetapi juga dirasakan dan dipercaya oleh masyarakat.

Prinsip dasar *Eco Islamic School* dapat dipahami sebagai upaya sadar sekolah dalam membentuk karakter peserta didik melalui pendidikan lingkungan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, dan di sinilah letak kekuatannya, kepedulian terhadap alam tidak diajarkan sebagai konsep sekuler semata, tetapi diposisikan sebagai bagian dari amanah keagamaan. Nilai-nilai ekologis Qur'ani seperti tanggung jawab sebagai khalifah fil ardh, larangan berbuat kerusakan, serta adab menjaga kebersihan dan keseimbangan alam diintegrasikan ke dalam pembelajaran dan pembiasaan sehari-hari. Praktiknya bukan hanya berhenti pada materi ajar, tetapi melibatkan seluruh warga sekolah guru, siswa, dan tenaga kependidikan dalam aktivitas nyata seperti pengelolaan lingkungan, kebiasaan hidup bersih, dan program keberlanjutan sekolah [17]. Dengan demikian, *Eco-Islamic School* tidak hanya membentuk kesadaran ekologis, tetapi juga menanamkan karakter religius yang aplikatif, konsisten, dan mudah dirasakan dampaknya oleh masyarakat.

Keterhubungan antara branding karakter dan konsep *Eco Islamic School* terletak pada kemampuannya menghadirkan positioning baru yang membedakan SD Muhammadiyah Wareng dari sekolah lain secara substantif, bukan simbolik. Di sini, *Eco Islamic School* berfungsi sebagai identitas strategis yang menampilkan sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang tidak hanya menekankan aspek religius, tetapi juga kepedulian ekologis yang diwujudkan dalam praktik nyata. Citra sekolah kemudian diperkuat melalui aktivitas keseharian seperti pembiasaan menjaga lingkungan, integrasi nilai Islam dalam pembelajaran kontekstual, serta keterlibatan siswa dalam program berkelanjutan sehingga branding tidak berhenti pada slogan atau jargon. Dengan pengalaman belajar yang langsung, relevan, dan berkarakter, peserta didik tidak hanya memahami nilai yang diajarkan, tetapi juga menghidupkannya, dan pada saat yang sama masyarakat dapat merasakan identitas sekolah secara autentik [18]. Inilah yang menjadikan *Eco Islamic School* sebagai sarana branding karakter yang kredibel, berdaya saing, dan berkelanjutan.

### **Model Revitalisasi Citra Sekolah Melalui Implementasi Program *Eco Islamic School***

Strategi internal revitalisasi di SD Muhammadiyah Wareng dimulai dari penguatan budaya sekolah yang menempatkan nilai ibadah dan kepedulian lingkungan sebagai kebiasaan harian, bukan sekadar kegiatan insidental. Dalam praktiknya, pembiasaan religius seperti doa bersama, kedisiplinan, dan keteladanan guru dipadukan dengan aktivitas sederhana menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekolah, sehingga nilai karakter terbentuk secara alami. Pendekatan ini kemudian diperkuat melalui pengembangan kurikulum tematik berbasis *Eco Islamic* yang mengintegrasikan materi pelajaran dengan nilai

keislaman dan kesadaran ekologis, agar pembelajaran menjadi kontekstual dan bermakna bagi siswa. Agar strategi tersebut berjalan konsisten, sekolah juga melakukan pelatihan guru yang berfokus pada pendekatan pembelajaran berkarakter dan ramah lingkungan, sehingga pendidik tidak hanya memahami konsep, tetapi mampu menerjemahkannya ke dalam praktik pembelajaran sehari-hari. Dengan demikian, revitalisasi dimulai dari dalam sekolah sebagai fondasi utama pembentukan citra dan identitas yang berkelanjutan [19].

Strategi eksternal dan publikasi dijalankan dengan terlebih dahulu menyusun identitas visual sekolah yang selaras dengan konsep *Eco Islamic*, sehingga logo, slogan, dan materi publikasi mencerminkan nilai keislaman, kepedulian lingkungan, serta karakter sekolah secara konsisten. Identitas tersebut kemudian diperkuat melalui optimalisasi media sosial dan kanal publikasi sekolah dengan menampilkan aktivitas nyata, seperti praktik pembelajaran ramah lingkungan, kegiatan keagamaan, dan capaian siswa, agar masyarakat tidak hanya melihat klaim, tetapi bukti konkret dari nilai yang diusung. Pada saat yang sama, sekolah membangun kemitraan strategis dengan tokoh masyarakat, ortom Muhammadiyah, dan orang tua sebagai bagian dari ekosistem branding, karena keterlibatan pihak-pihak tersebut berfungsi sebagai penguat kepercayaan publik sekaligus media komunikasi yang efektif. Dengan pola ini, branding sekolah bergerak dari ruang internal menuju ruang publik secara terarah, autentik.

Implementasi Program *Eco Islamic School* diposisikan sebagai solusi konkret untuk merevitalisasi citra dan karakter SD Muhammadiyah Wareng melalui aktivitas yang nyata dan mudah dikenali masyarakat. Program seperti green worship area menanamkan kesadaran bahwa ibadah tidak terpisah dari kepedulian terhadap lingkungan, sementara Jumat Hijau membiasakan siswa berpartisipasi dalam kegiatan bersih lingkungan dan penghijauan sebagai praktik nilai tanggung jawab dan disiplin. Inisiatif bank sampah syariah dan sedekah sampah mengajarkan konsep pengelolaan lingkungan yang selaras dengan prinsip keadilan, kebermanfaatan, dan kepedulian sosial dalam Islam. Adapun *eco project* siswa dirancang sebagai proyek pembelajaran kontekstual yang mendorong kreativitas, kerja sama, serta kepemimpinan, sehingga karakter tidak hanya diajarkan, tetapi dialami langsung oleh peserta didik.

Agar program-program tersebut tidak bersifat seremonial, sekolah menerapkan mekanisme evaluasi dan keberlanjutan secara terstruktur melalui pemantauan rutin, refleksi bersama guru dan siswa, serta pelibatan orang tua dan masyarakat sekitar. Setiap kegiatan dievaluasi berdasarkan dampaknya terhadap perubahan perilaku siswa, konsistensi pelaksanaan, dan kontribusinya terhadap citra sekolah di mata publik. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar penyempurnaan program agar tetap relevan dan berkelanjutan. Dengan pola demikian, *Eco Islamic School* tidak hanya berfungsi sebagai program unggulan,

---

tetapi juga sebagai sistem pembiasaan yang menguatkan karakter siswa sekaligus membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap identitas dan kualitas sekolah [20].

Revitalisasi branding melalui pendekatan *Eco Islamic School* secara bertahap membangun kembali kepercayaan publik terhadap SD Muhammadiyah Wareng. Kepercayaan ini tumbuh bukan karena janji promosi, melainkan karena berpotensi mendorong perubahan persepsi masyarakat terkait budaya sekolah, perilaku siswa, dan konsistensi program yang dijalankan. Ketika sekolah mampu menampilkan kesesuaian antara nilai yang dikomunikasikan dengan praktik pendidikan sehari-hari, maka persepsi publik bergeser dari keraguan menuju keyakinan. Dalam konteks ini, secara konseptual dapat memperkuat kepercayaan publik melalui pengalaman langsung orang tua dan lingkungan sekitar yang melihat sekolah kembali hadir sebagai lembaga yang dapat dipercaya dalam membentuk karakter anak [21].

Pada saat yang sama, revitalisasi memperkuat identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang memiliki keunikan dan nilai pembeda yang jelas. Integrasi nilai religius dan kepedulian lingkungan menjadikan citra sekolah lebih bermakna dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Identitas yang kuat dan konsisten ini diperkirakan dapat meningkatkan daya tarik sekolah secara berkelanjutan, karena orang tua tidak hanya mencari sekolah akademik, tetapi juga sekolah yang memiliki visi nilai jangka panjang [22]. Dengan demikian, revitalisasi branding berbasis *Eco Islamic School* berpotensi menciptakan citra positif yang bertahan lama serta memperkuat posisi sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif.

Dalam upaya merevitalisasi citra sekolah secara sistematis, strategi branding tidak dapat disajikan secara parsial, melainkan perlu dipahami sebagai sebuah proses yang berurutan dan saling berkaitan. Berdasarkan sintesis berbagai temuan literatur dan analisis konseptual yang dilakukan, penelitian ini merumuskan suatu model konseptual revitalisasi citra sekolah berbasis *Eco Islamic School* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



### **Gambar 1.** Alur Branding Revitalisasi *Eco Islamic School*

Branding Revitalisasi *Eco Islamic School* dimulai dari tahap pembacaan kondisi dan citra sekolah, yakni upaya memahami dinamika reputasi lembaga berdasarkan sejarah, persepsi masyarakat, serta tantangan yang dihadapi saat ini. Dari pemahaman tersebut, sekolah kemudian menetapkan arah revitalisasi dan positioning dengan menegaskan kembali identitas sebagai sekolah Islam berkarakter melalui pendekatan *Eco Islamic School* yang relevan dengan kebutuhan zaman. Tahap berikutnya adalah penguatan internal, di mana budaya sekolah, kurikulum, dan peran guru diperkuat agar nilai-nilai Islam dan kepedulian lingkungan benar-benar hidup dalam praktik pendidikan. Setelah fondasi internal kokoh, sekolah mengimplementasikan program-program nyata sebagai wujud konkret branding, sehingga citra tidak berhenti pada slogan, tetapi tercermin dalam aktivitas sehari-hari. Keseluruhan proses ini kemudian diarahkan pada tahap komunikasi dan penguatan kepercayaan publik di mana konsistensi antara nilai, program, dan praktik pendidikan membangun citra positif serta keberlanjutan sekolah dalam jangka panjang.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *Eco Islamic School* dapat digunakan sebagai strategi revitalisasi citra sekolah melalui integrasi nilai-nilai keislaman, pendidikan karakter, dan kepedulian lingkungan ke dalam budaya sekolah, kurikulum, serta praktik pendidikan sehari-hari. Pendekatan ini menempatkan branding sekolah tidak sekadar sebagai aktivitas promosi, tetapi sebagai proses penguatan identitas lembaga yang diwujudkan secara nyata dan konsisten dalam kehidupan sekolah. Berdasarkan hasil analisis konseptual, model strategi branding berbasis *Eco Islamic School* dapat dirumuskan melalui tahapan pembacaan kondisi dan citra sekolah, penetapan arah revitalisasi dan positioning, penguatan budaya serta kurikulum, implementasi program nyata, dan komunikasi publik yang berkelanjutan. Model ini berpotensi memperkuat identitas sekolah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendukung keberlanjutan citra positif lembaga pendidikan Islam di tengah dinamika persaingan pendidikan yang semakin kompleks.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena dilakukan melalui pendekatan studi literatur sehingga temuan yang dihasilkan masih bersifat konseptual dan belum didukung oleh data empiris yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Selain itu, SD Muhammadiyah Wareng digunakan sebagai konteks ilustratif berdasarkan data sekunder sehingga hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk menggambarkan kondisi sekolah secara menyeluruh. Oleh karena itu, model revitalisasi citra sekolah berbasis *Eco Islamic School* yang dirumuskan dalam penelitian ini masih memerlukan pengujian lebih lanjut melalui studi lapangan pada sekolah yang menerapkan konsep serupa. Penelitian selanjutnya dapat

---

mengkaji efektivitas implementasi Eco Islamic School terhadap penguatan citra sekolah, peningkatan kepercayaan masyarakat, minat peserta didik, serta pembentukan karakter siswa melalui pendekatan kualitatif, kuantitatif, maupun mixed methods.

## References

- [1] M. J. Susilo, "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat," *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, vol. 12, no. 01, hlm. 1–6, 2022, Diakses: 9 November 2025. [Daring]. Tersedia pada: [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=Nb2lNzMAAAAJ&citation\\_for\\_view=Nb2lNzMAAAAJ:5ugPr518TE4C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Nb2lNzMAAAAJ&citation_for_view=Nb2lNzMAAAAJ:5ugPr518TE4C)
- [2] P. R. Pertana, "Belasan SD di Gunungkidul Tak Dapat Murid Baru Tahun Ini." Diakses: 9 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.detik.com/jogja/kota-pelajar/d-8012875/belasan-sd-di-gunungkidul-tak-dapat-murid-baru-tahun-ini>
- [3] E. Budiarti, D. Anggreini, D. A. P. Susanti, Y. Damayanti, dan Y. Yunita, "Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia," *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 6, Mei 2023, doi: <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>.
- [4] A. Baihaqi dan A. Z. Miskiyah, "Strategi Pemasaran Pendidikan Muhammadiyah dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 8, Nov 2025, doi: <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i11.9666>.
- [5] I. Rahmawati, H. Anwar, K. Wathoni, dan I. Maromi, "Building Public Trust through The Excellency Program; A Study on Tahfidz Branding in Pesantren," *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 7, no. 1, hlm. 287–298, Jan 2023, doi: [10.33650/al-tanzim.v7i1.3897](https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i1.3897).
- [6] T. Trivena, "Implementasi MUSEUM BERLIAN (Murah Senyum, Bersih, Literat, Ber-Akhlak Mulia dan Nasionalis) sebagai Branding Sekolah bagi Pembentukan Karakter Siswa SD," *Jurnal Basicedu*, vol. 7, no. 4, hlm. 1990–1999, Agu 2023, doi: [10.31004/basicedu.v7i4.5719](https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i4.5719).
- [7] R. I. Saputri, "Strategi Branding dalam Peningkatan Kepercayaan Masyarakat pada Sekolah Dasar Islam Terpadu," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 14, no. 1, hlm. 85–94, Mar 2024, doi: [10.30863/ajmpi.v14i1.5050](https://doi.org/10.30863/ajmpi.v14i1.5050).
- [8] D. Sabtina dan M. Mahariah, "Internalizing Islamic Ecotheology through School Culture to Foster Eco-Character: Internalisasi Ekoteologi Islam melalui Budaya Sekolah untuk Menumbuhkan Karakter Peduli Lingkungan," *Halaqa: Islamic Education Journal*, vol. 9, no. 2, hlm. 21–41, Jul 2025, doi: [10.21070/halaqa.v9i2.1754](https://doi.org/10.21070/halaqa.v9i2.1754).
- [9] N. Khonsa, R. Rugaiyah, D. Rahmawati, M. Takdir, L. I. Mayasari, dan A. R. Syam, "Rekonstruksi Kepercayaan Publik Melalui Integrasi Branding, Fasilitas, dan Legitimasi: Systematic Literature review," *Proceeding of Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, vol. 3, no. 1, hlm. 156–167, Des 2025, Diakses: 14 Juni 2026. [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/semnas-ps/article/view/63616>
- [10] T. Khoshtaria, D. Datuashvili, dan A. Matin, "The impact of brand equity dimensions on university reputation: an empirical study of Georgian higher education," *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 30, no. 2, hlm. 239–255, Jul 2020, doi: [10.1080/08841241.2020.1725955](https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1725955).
- [11] I. Cahyaningsih, K. K, dan M. Kamal, "Pembentukan Karakter Peduli Lingkungan melalui Pendidikan Agama Islam di Sekolah Dasar," *Dirasat: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, vol. 8, no. 1, hlm. 102–116, Okt 2022, doi: [10.26594/dirasat.v8i1.3015](https://doi.org/10.26594/dirasat.v8i1.3015).
- [12] R. Aisi dan S. Zakir, "Strategi Branding Reputasi Lembaga Pendidikan Islam: Integrasi Nilai Islam dalam Membangun Identitas dan Kepercayaan Publik," *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, vol. 23, no. 3, hlm. 347–356, Okt 2025, doi: [10.36835/jipi.v23i3.181](https://doi.org/10.36835/jipi.v23i3.181).
- [13] M. B. Miles, A. M. Huberman, dan J. Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications, 2018.
- [14] K. C. Media, "Dulu Jaya, Kini Sepi Murid: SD Muhammadiyah Wareng Gunungkidul Bertahan dengan 33 Murid," *KOMPAS.com*. Diakses: 10 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://regional.kompas.com/read/2025/07/16/050000778/dulu-jaya-kini-sepi-murid--sd-muhammadiyah-wareng-gunungkidul-bertahan>
- [15] S. Edy, S. Fauzi, Nenda, dan M. Z. E. Wahyu, "Integrated Cultural-Educational Branding: An Innovative Strategies for Building a Sustainable Image in Islamic Primary School," *Progresiva* :

- Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, vol. 13, no. 03, hlm. 351–366, Des 2024, doi: 10.22219/progresiva.v13i03.37447.
- [16] B. Cahyanto, A. M. Wibowo, A. Arifuddin, D. K. Dewi, E. R. Salamah, dan A. G. Don, “Innovation of Brand Building and Character Development in Islamic School: A Transformation Based on School Core Values,” *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 6, no. 3, hlm. 465–481, Sep 2025, doi: 10.31538/munaddhomah.v6i3.1784.
- [17] A. Gulzar, T. Islam, M. Hamid, dan S. M. Haq, “Environmental ethics towards the sustainable development in Islamic perspective: A Brief Review,” *Ethnobotany Research and Applications*, vol. 22, hlm. 1–10, Nov 2021, Diakses: 15 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://ethnobotanyjournal.org/index.php/era/article/view/3231>
- [18] C. J. Cirrincione, “Public high school branding initiatives and their association to a student’s sense of belonging,” Thesis, University of Illinois at Urbana-Champaign, 2024. Diakses: 15 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://hdl.handle.net/2142/124305>
- [19] M. Varela Losada, “Environmental Education for sustainability in initial teacher training in Infant and Primary Education,” *Environmental Education Research*, vol. 24, no. 3, hlm. 476–477, Mar 2018, doi: 10.1080/13504622.2016.1269876.
- [20] S. Sholawati dan A. Khilmiyah, “The Evaluation of The Character Education Program in Muhammadiyah Elementary Schools,” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 12, no. 02, Agu 2023, doi: 10.30868/ei.v12i02.3649.
- [21] Ahmad Walid dan Abd.Malik, “Increasing Public Interest through School Image Branding through a Trending Approach,” *educazione*, vol. 1, no. 1, hlm. 41–53, Des 2023, doi: 10.61987/educazione.v1i1.492.
- [22] S. R. Kusbah dan K. Khozin, “Global Branding of Religious Education: Islamic Green Schools in Achieving the SDGs,” *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman*, vol. 14, no. 3, hlm. 1202–1219, Nov 2025, doi: 10.54437/urwatulwutsqo.v14i3.2498.
-