

ABSTRAK

Salma Nirmala (1212010152), "PENGARUH STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM PEMBELAJARAN BERBASIS *INFORMATION TECHNOLOGY* TERHADAP PENINGKATAN *SCHOOL BRAND IMAGE* (Penelitian di Madrasah Interaktif MIMHA Bandung)"

Kepala madrasah memiliki peran strategis dalam menerapkan pembelajaran berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan efektivitas pendidikan. Selain itu, citra sekolah (*school brand image*) menjadi faktor penting dalam menarik minat siswa dan orang tua dalam memilih institusi pendidikan yang berkualitas. Oleh karena itu, strategi kepala madrasah dalam mengintegrasikan teknologi informasi dalam proses pembelajaran menjadi topik yang relevan untuk dikaji.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis teknologi informasi di Madrasah Interaktif MIMHa Bandung, (2) menjelaskan peningkatan *school branding* di Madrasah Interaktif MIMHa Bandung, dan (3) menganalisis pengaruh strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis teknologi informasi terhadap peningkatan *school brand image*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei/ ex post facto dengan teknik pengumpulan data berupa angket, dokumentasi, dan wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah 33 guru yang mengajar di MI dan MTs Informatika MIMHa Bandung. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas kemudian analisis regresi linear sederhana menggunakan program SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis teknologi informasi berada dalam kategori cukup dengan rata-rata skor 3,03; (2) *school brand image* di MI dan MTs Informatika MIMHa Bandung berada dalam kategori sedang dengan rata-rata skor 2,71; dan (3) terdapat pengaruh positif strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis teknologi informasi terhadap peningkatan *school brand image*. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *school brand image* dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,437, yang berarti strategi kepala madrasah menjelaskan 43,7% variabilitas *school brand image*, sementara 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas tenaga pendidik, fasilitas pembelajaran, metode pengajaran (penggunaan metode Qur'an sendiri dan pola asuh ramah anak), media promosi madrasah, serta tingkat kepuasan siswa dan orang tua terhadap layanan pendidikan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 10,171 + 0,516X$, dengan uji t menunjukkan t-hitung sebesar 4,906 lebih besar dari t-tabel (1,697) dan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi kepala madrasah memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan *school brand image*. Artinya, semakin baik strategi kepala madrasah dalam pembelajaran berbasis *technology information*, semakin meningkat pula *school brand image* secara positif. Berdasarkan temuan penelitian ini, direkomendasikan agar kepala madrasah terus mengembangkan strategi inovatif dalam pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan daya saing dan citra sekolah.

Kata kunci: Strategi kepala madrasah, pembelajaran berbasis *information technology*, *school brand image*

ABSTRACT

The principal of the madrasah has a strategic role in implementing information technology-based learning to improve the effectiveness of education. In addition, the image of the school (school brand image) is an important factor in attracting students and parents in choosing a quality educational institution. Therefore, the strategy of the principal of the madrasah in integrating information technology in the learning process is a relevant topic to study.

This study aims to: (1) describe the strategy of the principal of the madrasah in information technology-based learning at the Interactive Madrasah MIMHa Bandung, (2) explain the increase in school branding at the Interactive Madrasah MIMHa Bandung, and (3) analyze the influence of the strategy of the principal of the madrasah in information technology-based learning on improving the school brand image.

The research method used is a survey/ex post facto method with data collection techniques in the form of questionnaires, documentation, and interviews. Respondents in this study were 33 teachers who teach at MI and MTs Informatika MIMHa Bandung. Data analysis was carried out by testing validity, reliability, normality, linearity and then simple linear regression analysis using the SPSS version 27 program.

The results of the study showed that: (1) the strategy of the madrasah principal in information technology-based learning was in the sufficient category with an average score of 3.03; (2) school brand image at MI and MTs Informatika MIMHa Bandung was in the moderate category with an average score of 2.71; and (3) there was a positive influence of the strategy of the madrasah principal in information technology-based learning on increasing school brand image. Simple linear regression analysis showed that the strategy of the madrasah principal in information technology-based learning had a significant effect on increasing school brand image with a determination coefficient (R^2) of 0.437, which means that the strategy of the madrasah principal explains 43.7% of the variability of school brand image, while 56.3% is influenced by other factors such as the quality of educators, learning facilities, teaching methods (use of the Qur'an method itself and child-friendly parenting), madrasah promotional media, and the level of student and parent satisfaction with educational services. The regression equation obtained is $Y = 10.171 + 0.516X$, with the t-test showing a t-count of 4.906 greater than the t-table (1.697) and a significance level of $0.001 < 0.05$, so it can be concluded that the madrasah principal's strategy has a significant influence on increasing school brand image. This means that the better the madrasah principal's strategy in technology information-based learning, the more the school brand image will increase positively. Based on the findings of this study, it is recommended that madrasah principals continue to develop innovative strategies in utilizing information technology to improve the competitiveness and image of the school.

Keywords: *Madrasah principal strategy, information technology-based learning, school brand image*