



## **Penguatan Branding Madrasah Melalui Workshop Kependidikan di MAS YBH Cimindi**

**Irpan Ilmi<sup>1</sup>, Annisa Nurahmayanti<sup>2</sup>, Nur Aziz<sup>3</sup>, Diah Nurlatipah<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>STITNU Al Farabi Pangandaran

<sup>1</sup>Email : [irpanilm1@gmail.com](mailto:irpanilm1@gmail.com)

<sup>2</sup>Email : [annisanurahmayanti@stitnualfarabi.ac.id](mailto:annisanurahmayanti@stitnualfarabi.ac.id)

<sup>3</sup>Email : [info.nuraziz@yahoo.com](mailto:info.nuraziz@yahoo.com)

<sup>4</sup>Email : [diahnurlatipah@stitnualfarabi.ac.id](mailto:diahnurlatipah@stitnualfarabi.ac.id)

### **Article History:**

Received: 3 Maret 2025

Reviced: 7 Maret 2025

Accepted: 31 Maret 2025

[https://doi.org/10.62515/  
society.v2i1.983](https://doi.org/10.62515/society.v2i1.983)

### **Keywords:**

*madrasah branding,  
educational workshop,  
teachers, service learning,  
MAS YBH Cimindi*

### **Abstract**

*This Community Service (PKM) activity aims to strengthen the understanding and capacity of teachers in building madrasah branding through a collaborative educational approach. The workshop was held offline on Wednesday, April 23, 2025 at MAS YBH Cimindi involving 1 madrasah head and 15 teachers from MTs and MA levels. The material provided includes the importance of repositioning the madrasah's vision and mission, institutional communication strategies, and the use of Quizizz-based learning technology to build a positive image internally and externally. The implementation of the activity lasted for one day and continued with follow-up assistance for one week. The evaluation method was conducted through interviews, which resulted in the findings that this workshop was able to create more attractive classroom learning, encourage the use of quiz-based event-based learning, strengthen teachers' understanding of the concept of madrasah branding, and trigger the formation of the SPMB Management Team as a strategic step to strengthen the existence of the institution. With a service learning approach that includes investigation, preparation, action, and reflection stages, this activity has proven to be able to integrate conceptual understanding with implementative practices in the context of strengthening madrasah branding. This PKM is a strategic model to support the existence of madrasas in the midst of modern education competition while remaining grounded in Islamic values.*

### **Kata kunci:**

*branding madrasah,  
workshop kependidikan,  
guru, service learning,*

### **Abstrak**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan kapasitas guru dalam membangun *branding* madrasah melalui pendekatan edukatif

MAS YBH Cimindi.	yang kolaboratif. <i>Workshop</i> dilaksanakan secara luring pada Rabu, 23 April 2025 di MAS YBH Cimindi dengan melibatkan 1 kepala madrasah dan 15 guru dari jenjang MTs dan MA. Materi yang diberikan mencakup pentingnya reposisi visi-misi madrasah, strategi komunikasi kelembagaan, serta pemanfaatan teknologi pembelajaran berbasis Quizizz untuk membangun citra positif secara internal maupun eksternal. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama satu hari dan dilanjutkan dengan pendampingan tindak lanjut selama satu minggu. Metode evaluasi dilakukan melalui wawancara, yang menghasilkan temuan bahwa <i>workshop</i> ini mampu menciptakan pembelajaran di kelas yang lebih atraktif, mendorong penggunaan event base learning berbasis kuis, memperkuat pemahaman guru terhadap konsep <i>branding</i> madrasah, serta memicu terbentuknya Tim Manajemen SPMB sebagai langkah strategis memperkuat keberadaan lembaga. Dengan pendekatan <i>service learning</i> yang meliputi tahap investigasi, persiapan, tindakan, dan refleksi, kegiatan ini terbukti mampu mengintegrasikan pemahaman konseptual dengan praktik implementatif dalam konteks penguatan <i>branding</i> madrasah. PKM ini menjadi model strategis untuk mendukung eksistensi madrasah di tengah persaingan pendidikan modern dengan tetap berpijak pada nilai-nilai keislaman.
------------------	--

**How To Cite This Article:** Ilmi. I, Nurahmayanti. A, Aziz. N, Nurlatifah. D. (2025). Penguatan *Branding* Madrasah Melalui *Workshop* Kependidikan di MAS YBH Cimindi. *Society: Community Engagement and Sustainable Development*, Vol.2 (No. 1), 156-171.

## Pendahuluan

Lembaga pendidikan dalam menghadapi era persaingan yang semakin ketat, *branding* madrasah menjadi salah satu aspek penting yang menentukan citra dan daya saing suatu institusi di mata masyarakat (Aziz & Suryana, 2024). *Branding* bukan sekadar logo atau slogan, tetapi mencerminkan kualitas, karakter, serta keunggulan nilai-nilai yang ditawarkan oleh madrasah kepada masyarakat (Ilmi & Nukhbattillah, 2023). Oleh karena itu, penguatan *branding* madrasah harus menjadi bagian integral dari strategi pengembangan lembaga, termasuk di lingkungan Madrasah Aliyah Swasta (MAS) YBH Cimindi.

Namun, dalam pelaksanaannya, masih ditemukan sejumlah kendala salah satunya adalah lemahnya peran guru dalam menciptakan dan memperkuat citra positif madrasah banyak guru yang belum menyadari bahwa mereka bukan hanya pendidik di ruang kelas, tetapi juga duta yang merepresentasikan kualitas dan identitas madrasah di hadapan masyarakat. Kurangnya pemahaman terhadap konsep *branding* pendidikan, minimnya pelatihan, serta belum adanya

budaya institusional yang menekankan peran guru dalam membangun citra madrasah turut memperburuk kondisi ini (Hidayat et al., 2023). Kondisi ini juga tampak di MAS YBH Cimindi, di mana *branding* madrasah masih belum terlihat secara optimal. Peran guru dalam membangun narasi positif tentang madrasah melalui aktivitas pembelajaran, interaksi sosial, maupun keterlibatan dalam kegiatan publik masih belum terstruktur dengan baik (Aziz et al., 2024). Bukan hanya itu, eksistensi keberadaan MAS YBH Cimindi di internet itu sangat minim, dan tidak ada aktivitas yang dipublikasi ke dunia maya. Akibatnya, keunggulan dan potensi madrasah kurang dikenal oleh masyarakat luas, sehingga berpengaruh terhadap kepercayaan publik dan minat peserta didik baru (Sonia Azizah et al., 2022).

Melihat kondisi tersebut, perlu adanya upaya penguatan *branding* madrasah melalui pendekatan kependidikan yang melibatkan secara aktif para guru sebagai agen utama perubahan (Ilmi et al., 2025). Penguatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan citra madrasah, tetapi juga mendorong tumbuhnya budaya kerja yang profesional, inovatif, dan berorientasi pada mutu pendidikan. Dengan demikian, MAS YBH Cimindi dapat lebih dikenal sebagai madrasah yang unggul dan kompetitif, baik dari segi akademik maupun nilai-nilai keislaman yang diusungnya. Selain itu, penguatan *branding* madrasah juga dapat diwujudkan melalui optimalisasi media sosial dan publikasi kegiatan-kegiatan positif madrasah (Bandawati et al., 2024). Guru dapat dilibatkan secara langsung dalam proses dokumentasi, publikasi, dan promosi berbagai aktivitas madrasah, sehingga setiap pencapaian dan nilai positif yang dimiliki madrasah dapat tersampaikan secara luas dan efektif (Karsono et al., 2021).

Penelitian mengenai penguatan *branding* lembaga pendidikan telah banyak dilakukan untuk menjawab tantangan daya saing madrasah di era modern. Suryani dan Widodo (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Strategi Branding Madrasah Melalui Kegiatan Berbasis Komunitas*" menekankan bahwa keterlibatan aktif madrasah dalam kegiatan sosial dan edukatif berbasis komunitas dapat meningkatkan citra positif lembaga di mata masyarakat. Hal ini senada dengan pendekatan *service learning* yang mengintegrasikan pembelajaran dengan pelayanan sosial secara kontekstual. Selanjutnya, Rahmawati (2020) melalui studi berjudul "*Implementasi Service Learning dalam*

*Meningkatkan Reputasi Sekolah Islam di Perkotaan*" menunjukkan bahwa program pembelajaran yang melibatkan siswa dan guru secara langsung ke dalam kegiatan pelayanan masyarakat mampu membangun reputasi sekolah dan memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga. Penelitian tersebut menjadi relevan dengan model *workshop* kependidikan yang diusung dalam konteks *branding* madrasah. Di sisi lain, Amaliah (2019) dalam penelitiannya tentang "*Peran Kegiatan Pelatihan dan Workshop dalam Meningkatkan Daya Tarik Lembaga Pendidikan*" menyimpulkan bahwa pelatihan atau *workshop* yang bersifat terbuka dan aplikatif, terutama yang melibatkan peserta luar, dapat berfungsi sebagai sarana promosi institusional secara tidak langsung. Ketiga penelitian tersebut memperkuat landasan teoritik bahwa strategi *branding* tidak semata melalui media atau iklan, tetapi juga melalui aktivitas nyata yang memberikan dampak dan kesan positif bagi masyarakat, sebagaimana pendekatan yang digunakan dalam *workshop* kependidikan berbasis *service learning* di MAS YBH Cimindi.

Berdasarkan paparan di atas, terlihat bahwa penguatan *branding* madrasah tidak dapat dilakukan secara instan, tetapi memerlukan strategi yang terencana dan partisipatif, terutama dengan melibatkan guru sebagai motor penggerak perubahan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana *workshop* kependidikan yang dirancang dengan pendekatan *service learning* mampu memperkuat *branding* madrasah, khususnya di MAS YBH Cimindi, sebagai upaya strategis dalam meningkatkan kepercayaan publik dan minat calon peserta didik baru.

## Kajian Teori

*Branding* lembaga pendidikan, khususnya madrasah, merupakan proses strategis yang bertujuan membentuk citra positif dan membedakan identitas lembaga di tengah masyarakat. Menurut Aaker (1996), *branding* bukan hanya berkaitan dengan logo atau simbol visual, tetapi juga mencakup nilai, budaya, dan reputasi yang ditampilkan secara konsisten oleh seluruh elemen lembaga, termasuk tenaga pendidik (Aaker, 1996). Dalam hal ini madrasah, guru memiliki peran sentral sebagai agen perubahan yang dapat mencerminkan kualitas dan

karakter madrasah kepada peserta didik, orang tua, dan masyarakat luas (Mufroh et al., 2025).

Untuk mengatasi permasalahan ini, perlu dilakukan upaya penguatan kapasitas guru melalui pendekatan kependidikan yang menekankan pada kolaborasi, refleksi, dan keterlibatan aktif. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *professional learning community* DuFour (2004) yang mendorong para pendidik untuk belajar bersama, berbagi praktik baik, dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis lembaga. Melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan pengembangan *branding*, guru akan merasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap madrasah dan termotivasi untuk berkontribusi secara maksimal. *Branding* madrasah, jika dilihat dari perspektif pendidikan Islam, tidak hanya menyangkut aspek akademik, tetapi juga mencakup internalisasi nilai-nilai keislaman dalam praktik pembelajaran, interaksi sosial, serta kontribusi sosial madrasah terhadap masyarakat (Ilmi, 2021). Menurut Ilham (2019), madrasah harus mampu menampilkan dirinya sebagai lembaga yang tidak hanya unggul dalam ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai penjaga moral dan spiritual masyarakat. Oleh karena itu, *branding* madrasah harus merefleksikan keunikan identitas tersebut. Kolaborasi antarguru dan antara guru dengan manajemen sekolah menciptakan ruang dialog, saling belajar, serta pengembangan inovasi bersama. Vescio, dkk. (2008) menunjukkan bahwa kolaborasi yang terstruktur dapat meningkatkan keprofesionalan guru dan berdampak positif terhadap iklim sekolah serta hasil belajar siswa.

Selain kolaborasi, refleksi profesional juga memiliki peran penting. Melalui refleksi, guru dapat mengevaluasi praktik mengajarnya, memahami tantangan yang dihadapi, serta mengidentifikasi kontribusinya dalam pencitraan madrasah. Refleksi ini perlu difasilitasi dalam forum-forum yang mendorong keterbukaan, evaluasi diri, dan komitmen untuk berkembang. Zeichner & Liston dalam Bashori (2015) menyatakan bahwa guru reflektif adalah mereka yang secara sadar dan kritis menganalisis praktik pendidikannya demi perbaikan berkelanjutan (Bashori, 2015).

## **Metode**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode *Service Learning* (SL). Service Learning merupakan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman yang menghubungkan teori akademik dengan tindakan nyata dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat (Cahyono, 2016). Metode ini bertujuan untuk pentingnya penguatan branding madrasah melalui *Workshop* Melalui Kependidikan di MAS YBH Cimindi Berbasis *Service Learning*.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di MAS YBH Cimindi, yang berlokasi di Jl. Bunisari No. 148 Cimindi, Kabupaten Pangandaran, Prov. Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada Rabu, 23 April 2025 pukul 09.00 – 12.00 WIB, dengan tenaga pendidik 1 Kepala Madrasah dan sebanyak 15 guru dari guru MTs dan MA. Fokus utama dari kegiatan ini adalah penguatan *branding* madrasah melalui penyelenggaraan *workshop* melalui kependidikan berbasis metode *Service Learning*. Hal ini bertujuan untuk memperkuat *branding* madrasah melalui pelibatan aktif guru dengan pendekatan *service learning* yang menekankan pada kolaborasi, refleksi, dan partisipasi langsung. Melalui kolaborasi antara tim pengabdian dan guru, kegiatan ini diarahkan untuk membangun kesadaran bersama mengenai pentingnya citra madrasah, menggali potensi keunggulan lembaga, serta menyusun strategi *branding* yang relevan dan aplikatif.

Menurut Haryono (2024) Tahapan yang dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam proses *service learning* ini yaitu Investigasi, Persiapan, Tindakan, dan Refleksi.

### **1. Investigasi**

Pada tahap awal ini, tim PKM melakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi langsung dan wawancara dengan pihak madrasah. Kegiatan investigasi dilakukan untuk memahami permasalahan yang dihadapi mitra, dalam hal ini terkait dengan rendahnya pemanfaatan media digital interaktif dalam proses pembelajaran. Informasi yang dikumpulkan digunakan sebagai dasar dalam merumuskan bentuk kegiatan pengabdian yang relevan dan berdampak nyata.

## 2. Persiapan

Setelah kebutuhan mitra teridentifikasi, tim PKM menyusun rencana kegiatan yang mencakup tujuan, metode pelaksanaan, materi pelatihan, serta perangkat evaluasi. Tim juga menyiapkan bahan ajar, modul penggunaan media pembelajaran, dan perangkat pendukung lainnya. Koordinasi dengan pihak madrasah dilakukan secara intensif agar pelaksanaan kegiatan berjalan efektif dan sesuai dengan jadwal yang disepakati.

## 3. Tindakan

Tahap ini merupakan pelaksanaan kegiatan inti berupa pelatihan atau pendampingan secara langsung kepada guru-guru madrasah. Dalam kegiatan ini, peserta dibimbing untuk memahami konsep media pembelajaran interaktif dan mempraktikkan penggunaannya. Tim PKM juga memberikan sesi praktik langsung untuk membuat soal evaluasi berbasis digital, serta membuka ruang diskusi untuk menyelesaikan kendala teknis yang dihadapi oleh guru.

## 4. Refleksi

Pada tahap akhir, tim PKM bersama mitra melakukan evaluasi kegiatan guna mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, serta peluang perbaikan. Refleksi ini dilakukan melalui diskusi, angket kepuasan peserta, dan dokumentasi hasil kerja. Dari kegiatan ini, diperoleh umpan balik yang menjadi bahan pertimbangan dalam merancang kegiatan lanjutan yang lebih optimal. Refleksi juga menjadi momen penting untuk menumbuhkan kesadaran kritis atas makna pengabdian dan kontribusi nyata yang diberikan.

## Hasil dan Diskusi

Hasil dari pelaksanaan kegiatan Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk Workshop Kependidikan di MAS YBH Cimindi memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan mutu kelembagaan. Salah satu capaian utamanya adalah transformasi dalam praktik pembelajaran di kelas. Guru mulai berinovasi dengan pendekatan yang lebih atraktif dan partisipatif, meninggalkan metode konvensional yang monoton. Penggunaan media visual serta platform digital interaktif mulai diterapkan secara kreatif, menciptakan suasana belajar yang lebih hidup dan menyenangkan. Pendekatan *event-based learning* juga mulai diintegrasikan dalam pembelajaran, misalnya

melalui kuis digital sebagai bagian dari penilaian formatif. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan siswa, tetapi juga memberikan umpan balik langsung kepada guru mengenai pemahaman peserta didik, sekaligus memotivasi siswa untuk lebih aktif dan fokus dalam mengikuti kegiatan belajar.

Lebih jauh, kegiatan workshop ini juga mendorong lahirnya kesadaran kolektif akan pentingnya membangun identitas madrasah yang khas dan berkarakter. Inisiatif dari guru dan staf mulai bermunculan dalam bentuk perbaikan sistem informasi, penataan lingkungan sekolah, dan peningkatan kualitas komunikasi internal. Budaya kerja yang lebih kolaboratif tumbuh, memperkuat semangat bersama dalam memajukan madrasah sebagai institusi pendidikan yang unggul. Sebagai tindak lanjut yang konkret, terbentuklah Tim Manajemen Penerimaan Siswa Baru (SPMB) yang terdiri dari unsur pimpinan, guru, dan perwakilan siswa. Tim ini bertugas menyusun strategi promosi, merancang materi publikasi, dan menjalin komunikasi yang efektif dengan calon siswa dan orang tua. Pembentukan tim ini menandai langkah strategis dalam mengimplementasikan hasil workshop ke dalam program berkelanjutan yang mendukung penguatan branding madrasah secara terstruktur.

### **Investigasi Permasalahan *Branding* di MAS YBH Cimindi**

Tahap awal kegiatan PKM dimulai dengan proses investigasi yang berlangsung selama kurang lebih satu setengah bulan. Dalam fase ini, tim pelaksana PKM melakukan observasi dan wawancara dengan pihak madrasah, khususnya kepala madrasah dan guru, untuk mengidentifikasi akar masalah yang berkaitan dengan lemahnya strategi *branding* MAS YBH Cimindi. Berdasarkan hasil investigasi, ditemukan bahwa *branding* madrasah belum terkonsep secara menyeluruh, masih bergantung pada tradisi lama, dan belum melibatkan seluruh komponen madrasah secara aktif. Belum adanya tim khusus yang menangani promosi serta terbatasnya pemanfaatan teknologi dalam proses pembelajaran juga menjadi bagian dari permasalahan inti yang menghambat eksistensi madrasah dalam persaingan antar lembaga pendidikan Islam.

### **Menyusun Strategi *Workshop* dan Konsolidasi**

Tahapan selanjutnya adalah persiapan kegiatan, yang melibatkan penyusunan modul *workshop*, konsolidasi internal tim PKM, serta koordinasi dengan pihak madrasah. Persiapan ini tidak hanya berorientasi pada

penyusunan materi, tetapi juga penentuan metode pelatihan yang interaktif, serta strategi pelibatan peserta agar tercipta proses belajar yang partisipatif. *Workshop* dirancang tidak hanya sebagai sesi penyampaian materi, melainkan sebagai ruang dialog untuk mengeksplorasi pengalaman guru, serta menumbuhkan kesadaran bersama akan pentingnya peran mereka dalam membentuk citra madrasah. Pemateri utama dan narasumber teknis juga disiapkan dengan cermat agar setiap sesi dapat menggugah perspektif baru dan membangun kompetensi praktis guru.

### **Implementasi *Workshop Branding* Madrasah di MAS YBH Cimindi**

Pelaksanaan *workshop* menjadi titik sentral dari kegiatan PKM ini. Materi pertama yang disampaikan oleh Irpan Ilmi, S.Hum., M.M., dosen STTINU Al Farabi Pangandaran sekaligus Ketua LPPM, membuka wawasan mengenai persoalan mendasar dalam proses *branding* madrasah. Ia menegaskan bahwa *branding* bukanlah sekadar pencitraan atau slogan yang bersifat sementara dan hanya permukaan semata, melainkan sebuah konsistensi nilai dan identitas yang diinternalisasi dalam seluruh aspek operasional madrasah. Pendekatan ini mengharuskan lembaga pendidikan tidak hanya fokus pada tampilan eksternal, tetapi terlebih pada pembangunan narasi keunggulan yang autentik dan berakar kuat dalam potensi internal.

Selain itu, penekanan terhadap pentingnya pembaharuan visi dan misi madrasah sebagai fondasi strategis untuk memperkuat *branding*. Dalam konteks manajemen pendidikan, visi dan misi bukan hanya sekadar dokumen formal yang jarang diperbarui, melainkan harus dinamis dan responsif terhadap perkembangan zaman serta kebutuhan *stakeholder*. Pembaharuan visi dan misi ini berfungsi sebagai panduan utama yang mampu mengarahkan seluruh program kerja dan aktivitas madrasah agar selaras dengan tujuan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan teori manajemen strategis yang menyatakan bahwa visi dan misi yang relevan mampu meningkatkan komitmen internal dan memperjelas diferensiasi madrasah dalam persaingan pendidikan.

Peran event sebagai media efektif dalam membangun *engagement* dengan khalayak publik. Penyelenggaraan event yang terjadwal secara rutin, baik mingguan, bulanan, maupun tahunan, berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan *awareness* dan membangun citra positif

madrasah di masyarakat. Event-event ini tidak hanya sekadar aktivitas formal, tetapi harus dikemas secara inovatif dan relevan sehingga mampu menghadirkan nilai tambah bagi peserta dan publik. Konsep ini mencerminkan prinsip marketing *experiential* yang menekankan pengalaman pelanggan sebagai alat diferensiasi dan loyalitas.

Tidak kalah penting, pemateri menyoroti aspek pendanaan yang menjadi tantangan krusial dalam pengembangan madrasah. Ia menegaskan bahwa ketergantungan penuh pada dana BOS/BOP tidak akan mencukupi kebutuhan madrasah untuk berinovasi dan mengembangkan kualitas layanan. Oleh karena itu, jalinan kolaborasi dan kemitraan strategis dengan pihak eksternal menjadi solusi yang harus diupayakan secara serius.

Secara keseluruhan, pemaparan ini mengajak seluruh pemangku kepentingan madrasah untuk melihat *branding* sebagai proses holistik yang melibatkan penataan internal yang kuat, komunikasi yang konsisten dengan publik, serta pengelolaan sumber daya yang inovatif dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan citra madrasah secara formal, tetapi juga memperkokoh posisi madrasah sebagai lembaga pendidikan yang adaptif, kredibel, dan mampu bersaing dalam era globalisasi pendidikan saat ini (Aziz, 2025).



**Gambar 1.** Pemaparan Materi Oleh Irpan Ilmi, S.Hum., M.M.

Kegiatan ini tidak berlangsung satu arah. Sesi diskusi dan praktik menjadi momen penting bagi peserta untuk berbagi pengalaman sekaligus menemukan inspirasi baru. Beberapa guru mengaku terbantu, tidak hanya dalam hal teknis, tetapi juga dalam memahami pentingnya reposisi visi madrasah. Kepala MAS YBH Cimindi, Nandar Kusnandar, S.T., S.Pd.I., menegaskan bahwa *workshop* semacam ini dibutuhkan untuk mendorong lembaganya tetap relevan.

Pada sesi teknis, Dede Sadid M., S.Ag. membimbing peserta dalam penggunaan platform digital *Quizizz* sebagai media evaluasi. Kegiatan ini disambut antusias oleh guru-guru karena dinilai mampu menciptakan suasana belajar yang lebih menarik dan interaktif. Selain meningkatkan kualitas pembelajaran, penggunaan teknologi seperti *Quizizz* juga menjadi bagian dari strategi *branding* madrasah yang menunjukkan adaptasi terhadap era digital. Lewat simulasi langsung, guru-guru diajak menjelajahi metode baru dalam menyampaikan materi pelajaran, sekaligus menumbuhkan keterampilan digital yang kini menjadi keniscayaan. Ia menekankan bahwa teknologi bukan pengganti guru, tetapi alat bantu agar proses pembelajaran terasa lebih hidup, interaktif, dan menarik bagi peserta didik.

Lebih jauh, penguasaan media pembelajaran yang inovatif akan memberikan dampak signifikan terhadap kualitas pembelajaran di MAS YBH Cimindi. Peningkatan kualitas ini tidak hanya terlihat dari hasil belajar siswa yang lebih optimal, tetapi juga turut berkontribusi pada peningkatan daya tarik madrasah di mata calon peserta didik dan masyarakat luas. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan, kualitas pembelajaran yang unggul menjadi salah satu faktor pembeda yang menentukan “daya jual” madrasah, yang berimplikasi langsung pada peningkatan jumlah pendaftar dan keberlanjutan lembaga (Prasetya et al., 2024).



**Gambar 2.** Pemberian Materi Oleh Wakil Madrasah Bidang Kurikulum

Dengan adanya fitur analitik dalam *Quizizz*, guru dapat dengan mudah mengidentifikasi soal-soal yang paling banyak salah dijawab, sehingga dapat diketahui topik mana yang masih belum dipahami secara menyeluruh oleh mahasiswa. Informasi ini sangat bermanfaat bagi guru untuk merancang pembelajaran remedii atau penguatan materi secara lebih terfokus. Selain itu,

keterlibatan mahasiswa juga mencerminkan preferensi mereka terhadap metode pembelajaran yang bersifat digital dan gamifikasi. Hal ini memberikan gambaran kepada guru mengenai pendekatan yang lebih sesuai dengan karakteristik generasi pembelajar saat ini. Umpaman balik instan dari Quizizz juga mempercepat proses evaluasi, baik bagi mahasiswa maupun guru, sehingga perbaikan pembelajaran dapat dilakukan secara real-time dan berkelanjutan.

### **Refleksi *Workshop* Serta Dampak Emosional dan Kesadaran**

Proses reflektif dilakukan melalui wawancara informal dengan peserta *workshop*, khususnya guru, untuk mengevaluasi dampak kegiatan secara emosional dan praktis. Menariknya, refleksi ini juga mendorong semangat siswa untuk turut serta menjadi duta promosi madrasah. Dalam wawancara dengan beberapa siswa, muncul keinginan untuk mengenalkan madrasah melalui media sosial, testimoni, maupun cerita pengalaman positif selama belajar di MAS YBH Cimindi. Antusiasme siswa menjadi indikasi bahwa *branding* madrasah mulai menyentuh aspek afeksi, tidak lagi berhenti pada aspek kognitif atau prosedural. Sebagaimana dikemukakan oleh Kholil et al. (2022), pendekatan *service learning* yang menggabungkan pembelajaran praktis dan pelayanan sosial dapat meningkatkan kesadaran peran serta mendorong partisipasi aktif dalam perubahan sosial. Dalam konteks ini, keterlibatan guru dan siswa dalam *workshop* bukan hanya sebagai peserta pasif, melainkan sebagai agen perubahan yang mulai memahami makna strategis dari *branding* lembaga.

Keterlibatan aktif guru dalam pengembangan *branding* juga berdampak pada perubahan budaya organisasi. Madrasah tidak lagi hanya bergantung pada individu tertentu untuk mengelola reputasi lembaga, tetapi membangun sistem kerja kolaboratif yang berbasis kesadaran kolektif (Hermawan & Carnawi, 2024). Dalam jangka panjang, budaya ini akan memperkuat posisi madrasah di tengah masyarakat karena memiliki identitas yang kuat, otentik, dan didukung oleh seluruh komponen internal secara konsisten (Ilmi & Dikrilah, 2025). Dengan demikian, tantangan minimnya kesadaran dan keterlibatan guru dalam pengembangan *branding* madrasah perlu dijawab dengan pendekatan yang memadukan kolaborasi sebagai fondasi, refleksi sebagai penggerak kesadaran, dan keterlibatan aktif sebagai wujud konkret dari kepemilikan terhadap lembaga. Ketiga pendekatan ini saling melengkapi dan menjadi kunci utama

dalam membangun *branding* madrasah yang kuat, otentik, dan berkelanjutan (Zainiya Anisa, 2022).

## Kesimpulan

Kegiatan PKM bertema "*Penguatan Branding Madrasah melalui Workshop Kependidikan di MAS YBH Cimindi*" berhasil meningkatkan kapasitas SDM madrasah, khususnya dalam keterampilan branding berbasis nilai-nilai keislaman. Melalui pendekatan *service learning*, kegiatan ini membawa transformasi positif dalam pembelajaran dan budaya kelembagaan. Lima hasil utama dari workshop :

1. Pembelajaran jadi lebih atraktif dengan pendekatan kreatif.
2. *Event-based learning* dengan media digital seperti Quizizz meningkatkan partisipasi siswa.
3. Pemahaman guru terhadap konsep branding meningkat.
4. Terjalin kolaborasi strategis antara guru dan pimpinan madrasah.
5. Terbentuk Tim Manajemen SPMB sebagai langkah konkret keberlanjutan.

Untuk menjaga dampak, madrasah disarankan membentuk tim branding, mengadakan pelatihan digital berkala, serta mengembangkan event tematik berbasis partisipasi siswa. Model ini juga bisa direplikasi di madrasah lain dengan dukungan pimpinan, sinergi antarpendidik, dan pemantauan berkelanjutan.

## Referensi

- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review*, 38(3).
- Amaliah, N. (2019). Peran kegiatan pelatihan dan workshop dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 112–123.
- Aziz, N. (2025). *Melalui PKM, Mahasiswa PPL STITNU Al Farabi Dorong Penguatan Branding dan Digitalisasi di MAS YBH Cimindi*. Official Web STITNU Al Farabi Pangandaran. <https://alfarabi.ac.id/melalui-pkm-mahasiswa-ppl-stitnu-al-farabi-dorong-penguatan-branding-dan-digitalisasi-di-mas-ybh-cimindi/>

- Aziz, N., Muslim, K., & Ilmi, I. (2024). *Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Dalam Menghadapi Tantangan Dan Isu Global ( Studi Kasus Stisip Tasikmalaya ).* 02(02).
- Aziz, N., & Suryana, Y. (2024). Integrated Learning Strategy Through Film Analysis as an Effort to Improve Students' Reading Interest at SMP Negeri 1 Cigugur. *Tibannadaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 8(1), 20–28.
- Bandawati, S., Anggriani, D., & Aziz, N. (2024). Pemanfaatan Media Massa Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 13(6), 1132–1139.
- Bashori, K. (2015). *Pengembangan Kapasitas Guru*. Pustaka Alvabet.
- Cahyono, Y. B. (2016). Persepsi Tentang Metode Service Learning, Konsep Diri dan Perilaku Prososial Mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 5(02).
- DuFour, R. (2004). What is a " professional learning community"? *Educational Leadership*, 61(8), 6–11.
- Haryono, E., Al Murtaqi, M. R., Izzah, A. N. L., Septian, D., & Sariman, S. (2024). Metode-Metode Pelaksanaan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Untuk Perguruan Tinggi. *Al Fattah Ejournal Sma Al Muhammad Cepu*, 5(02), 1–21.
- Hermawan, I., & Carnawi. (2024). Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 12–26. <https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>
- Hidayat, G. T., Hidayatulloh, D., Asmarandani, G. L., Mashofah, I., & Ilmi, I. (2023). Upaya Penigkatan Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Cimanggu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 52–59.
- Ilham, I. (2019). Sinergisitas pendidikan Islam: Model sinergisitas lembaga pendidikan Islam di Indonesia. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 3(2), 236–258.
- Ilmi, I. (2021). Strategi Pembelajaran Pesantren Ekologi Hidayatul Irpan dalam Melahirkan Peace Worker. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Vol. 5 No. 3, 2021*, 4(3).
- Ilmi, I., & Dikrilah, H. (2025). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Mengefektifkan Pemasaran Lembaga Pendidikan. *Society: Community Engagement and Sustainable Development*, 2(1), 25–36.

- Ilmi, I., Muslim, K., & Aziz, N. (2025). Efektivitas Peningkatan Mutu Lulusan Melalui Program Pendidikan STISIP Tasikmalaya. *Benchmarking*, 9(1), 1–15.
- Ilmi, I., & Nukhbatiillah, I. A. (2023). Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Melalui Digital Marketing Produk Produk Unggulan SMAN 1 Langkap Lancar. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 5(1), 105–116.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Mufroh, S. A., Laduna, T., Rm, I., Fatmah, N., Mufroh, S. A., Laduna, T., Rm, I., & Fatmah, N. (2025). *Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah : Studi Kasus Madrasah Aliyah Amtsilati Jepara Strategies for Increasing Madrasah Competitiveness : A Case Study Madrasah Aliyah Amtsilati Jepara*. 33(1), 21–34.
- Prasetya, G. A., Ramdani, I., & Ilmi, I. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Pendidikan Islam Studi Kasus Lembaga Pendidikan di SMPN 2 Cimerak. *Literasi: Journal of Innovation Literacy Studies*, 1(1), 65–72.
- Rahmawati, D. (2020). Implementasi service learning dalam meningkatkan reputasi sekolah Islam di perkotaan. *Jurnal Pendidikan Dan Masyarakat*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jpm.v5i1.5678>
- Sonia Azizah, I., AM, M., & Sholihah, N. (2022). Strategi Kepala Madrasah melalui Branding Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo. *Jurnal Kependidikan Islam*, 12(1), 91–99. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.1.91-99>
- Suryani, R., & Widodo, A. (2021). Strategi branding madrasah melalui kegiatan berbasis komunitas. *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 77–89.
- Vescio, V., Ross, D., & Adams, A. (2008). A review of research on the impact of professional learning communities on teaching practice and student learning. *Teaching and Teacher Education*, 24(1), 80–91.
- Zainiya Anisa. (2022). Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, dan Tahfiz Al-Qur'an. *EL-HIKMAH: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam*, 16(1), 49–64. <https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191>

### **Pengakuan/Acknowledgements**

Dalam pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk "Penguatan Branding Madrasah Melalui Workshop Kependidikan di MAS YBH Cimindi", penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak

langsung. Ucapan khusus ditujukan kepada Kepala MAS YBH Cimindi atas dukungan dan kepercayaannya, para guru dan tenaga kependidikan yang antusias mengikuti kegiatan, serta rekan-rekan mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam yang turut membantu dalam persiapan dan pelaksanaan program. Apresiasi juga diberikan kepada lembaga pendidikan tinggi beserta civitas akademika yang telah mendukung secara akademik dan administratif, serta seluruh pihak lainnya yang memberikan dukungan moral, material, maupun ide. Semoga kegiatan ini memberikan dampak positif dalam memperkuat citra madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul dan responsif terhadap perkembangan zaman.