

DAFTAR PUSTAKA

- Almawati, D. E. (2021). *Self Disclosure pada Pertemanan Dunia Maya melalui Media Sosial Twitter*. Universitas Islam Riau.
- Amalina, Z. (2023). *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ardhani, D., Zarastri, R., & Supriadi, S. (2024). Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah : Studi Kasus di SMA Negeri 3 Kota Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 43–47.
- Arikunto, S. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sagung Seto.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azizah, I. S. (2022). *Strategi Kepala Madrasah Melalui Branding Sekolah Dengan Program Riset Di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Azizah, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah*, 6(2), 250–257.
- Barrenechea, F. (2025). Building Effective Branding Strategies: From Foundational Elements to Market Success. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5217847>
- Barus, D. R., Simamora, H. N., Sihombing, M. G. S., & Panjaitan, J. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 357–365. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.3031>
- Bungin, B. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- Chapleo, C. (2015). Brands in Higher Education: Challenges and Potential Strategies. *International Studies of Management & Organization*, 45(2), 150–163. <https://doi.org/10.1080/00208825.2015.1006014>
- Dalmeri, D. (2014). Pendidikan untuk Pengembangan Karakter (Telaah terhadap Gagasan Thomas Lickona dalam Educating for Character). *Al-Ulum: Jurnal Studi Islam*, 14(1), 269–288.
- Damayanti, R. (2023). *Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Darmadi, H. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Devito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education.
- Dwiyanti, N. (2022). *Image Branding Sekolah Numberone Melalui Public*

Speaking. UNPAS.

- Fadli, M. U., & Mafrukhin, U. (2020). Strategi Branding Pendidikan Ma' Arif NU (Studi Kasus MI Ma' Arif NU Manbaul Huda Purwodadi Tembarak). *Asna*, 2(1), 19–27.
- Fitria, R. (2024). Strategi Komunikasi Branding Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru di SMA IT Ash-Shiddiqi Jambi. *Al-Fâhim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.1164>
- Gelder, S. Van. (2005). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Markets*. Kogan Page Publishers.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. Lawrence and Wishart.
- Hasan, M. R. (2016). *Motif Diversi dan Self-Disclosure pada Mahasiswa Pengguna Instagram*. Universitas Islam Indonesia.
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2015). University Choice: What Do We Know, What Don't We Know and What Do We Still Need to Find Out? *International Journal of Educational Management*, 29(3), 254–284. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2013-0150>
- Hidayat, A., & Machali, I. (2012). *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Kaukaba.
- Ibrahim, A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran CV. Dio Dea Telecell. *Productivity*, 2(7), 525–530.
- Irdiyanti, D. T., Haryono, H., Oktorina, N., & Awalya, A. (2023). Qualitative Study on Private School Branding in Indonesia: Identifying Barriers and Strategies for School Branding. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 10(12), 100–108. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.12.012>
- Jamaluddin, M. B. (2020). *Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (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>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lestari, I., & Hermawan, K. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Farmsco Feed Indonesia. *The Asia Pacific Journal of Management Studies*, 8(3), 139–152.

- Mahfudz, A. (2020). *Strategi Branding Dalam Membangun Citra TPA Percontohan Daerah Istimewa Yogyakarta: Studi Deskriptif Kualitatif TPA Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Monica, M. V., Mahakam, P., September, V., Monica, M. V., Ananta, A., & Mulawarman, W. G. (2024). Metta Virya Monica,. *Jurnal Pendas Mahakam*, 9.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Bumi Aksara.
- Nasution, S. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Nurrachmawati, A. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di MTS Negeri 1 Ponorogo)*. IAIN Ponorogo.
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. DIVA Press.
- Prayogi, S., Nugroho, T. A., Pertiwi, N. I., Pramudito, W. A., Marzuki, M. I., Abdillah, M., Wibowo, W. K., Nugroho, H., & Roffi, T. M. (2025). Pengembangan Keterampilan Siswa Melalui Pelatihan Robotik Untuk Mendukung Agenda Sustainable Development Goals (SDGs). *I-Com : Indonesian Community Journal*, 5(1), 173–184.
- Punjaisri, K., & Wilson, A. (2007). The role of internal branding in the delivery of employee brand promise. *Journal of Brand Management*, 15(1), 57–70. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550110>
- Saputri, S. A. S. (2023). *Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding Di Sma Yadika 6 Pondok Aren*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Scott, D. M. (2017). *The New Rules of Marketing and PR* (6th ed.). Wiley.
- Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Pearson Longman.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, dan R&D* (C. 13 (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, CV.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru.
- Susilo, D. (2020). Digital Health Communication: Membangun Literasi Kesehatan di Era Teknologi. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 11(2), 123–134.
- Susilo, M. J. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12, 1–6.
- Undang-undang RI Nomor 20. (2003). Sistem Pendidikan Nasional. In *Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia*.
- Usman, K. (2024). *Self-Disclosure dan Dinamika Stres pada Santri di Pondok Pesantren Al Badar Kota Parepare*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image dan Brand Awareness. In *Brand Marketing: The Art of Branding* (pp. 105–119).
- Yuslih, D. F., Martono, T., & Nugroho, J. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa di SMA Negeri 1 Jatisrono. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1), 33–43.